



**НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. Н. И. ЛОБАЧЕВСКОГО**
Национальный исследовательский университет

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (ИЭП)

**МОЛОДЕЖЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО:
ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

V межвузовская научно-практическая студенческая конференция

5 декабря 2017 г.

Нижний Новгород
2017

Редакционная коллегия:

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

Молодежь и предпринимательство: проблемы теории и практики: Материалы V Научно-практической студенческой конференции (Нижний Новгород, 5 декабря 2017 г.). – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2017. – 1158 с.

В сборнике представлены тезисы докладов V межвузовской научно-практической студенческой конференции, посвященной экономическим, финансовым и правовым аспектам предпринимательской деятельности. В материалах освещаются теоретические и практические вопросы культуры российского предпринимательства и развития городской среды, внешнеэкономической деятельности и обеспечения международной конкурентоспособности, управления реальным сектором экономики и импортозамещением. Поднимаются проблемы менеджмента и управления персоналом на современных предприятиях, исследуются математические методы анализа проблем экономики и бизнеса, рассматриваются перспективы и стратегии развития бизнеса в условиях цифровой экономики.

Для студентов, аспирантов и молодых специалистов в области экономики, финансов, государственного муниципального управления, бухгалтерского учета, менеджмента, туризма, права и управления персоналом.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ19

<i>Басов В.В. Современные проблемы управления персоналом на новом предприятии.....</i>	<i>19</i>
<i>Березина О.С. Особенности устойчивого развития строительных компаний</i>	<i>22</i>
<i>Бондарь Т.К. Экономические преимущества и недостатки автопилота.....</i>	<i>25</i>
<i>Витнова А.О. Роботы, экономика будущего: достоинства и недостатки</i>	<i>28</i>
<i>Грязнов А.С. Поддержка малого бизнеса в нижегородской области.....</i>	<i>33</i>
<i>Жигунь А.В. Мероприятия по увеличению продаж в категорийном менеджменте.....</i>	<i>36</i>
<i>Жогин А.О. Экономическая эффективность проведения спортивно-массовых мероприятий.....</i>	<i>41</i>
<i>Зотов А.В. Развитие системы управления реальным сектором экономики и импортозамещением в современных условиях: проблемы и перспективы.....</i>	<i>44</i>
<i>Кирпичников В.С. Предпринимательская деятельность в оборонно-промышленном комплексе: реалии и перспективы.....</i>	<i>48</i>
<i>Конкина Д.К. Методика оценки финансовой надежности и устойчивости коммерческого банка.....</i>	<i>50</i>
<i>Кузьмина Д.С. Концепции развития молодежного предпринимательства.....</i>	<i>54</i>
<i>Лудушкин М.Н. Экономические аспекты развития деревообрабатывающей отрасли.....</i>	<i>57</i>
<i>Минина С.А. Экономическая безопасность в свете раскрытия информации персоналом организации.....</i>	<i>60</i>
<i>Миронова Д.О. Конкурентный механизм в рыночной экономике и средства воздействия на развитие конкуренции.....</i>	<i>64</i>
<i>Молодцов М.В. Экономические аспекты несостоятельности организаций....</i>	<i>68</i>
<i>Молочкова Е.В. Экономические аспекты стартапа.....</i>	<i>72</i>
<i>Муханбеткалиев А.А. Беспилотные автомобили: инновационные аспекты транспортной экономики.....</i>	<i>75</i>
<i>Родюшкин Е.Е. Электронная коммерция как перспективное направление для молодых предпринимателей России.....</i>	<i>77</i>
<i>Скрипникова Н.И. Экономические аспекты экологических домов.....</i>	<i>80</i>
<i>Солод О.С. Проблема оттока квалифицированной рабочей силы в сетевой маркетинг.....</i>	<i>83</i>

<i>Солодухина А.А. Конкуренция и конкурентоспособность в сфере розничной торговли</i>	<i>86</i>
<i>Суходоев Н.Д. Инновационное управление ресурсным потенциалом предприятий.....</i>	<i>89</i>
<i>Ширишкова Е.С. Россия для предпринимателя.....</i>	<i>92</i>
<i>Щукина Е.А. Стимулирование персонала, как важнейший аспект развития предприятия.....</i>	<i>95</i>

Секция 2. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....99

<i>Арзамаскина Е.В. Особенности внедрения технологий цифрового производства на предприятиях группы компаний «Bosch».....</i>	<i>99</i>
<i>Брудный М.В. Формирование системы экономической безопасности предприятия в условиях цифровой экономики.....</i>	<i>104</i>
<i>Брусникин Р.М. Отечественный опыт реализации технологий индустрии 4.0 на примере группы компаний «АМТ-Спецавиа».....</i>	<i>107</i>
<i>Волкова Ю. О. Цифровизация ключевых компонентов производственного процесса компании ПАО «Северсталь».....</i>	<i>110</i>
<i>Галкина А.Н. Оценка уровня развития ключевых компонентов цифрового производства промышленной корпорации.....</i>	<i>114</i>
<i>Горохова В.Б. Современные подходы к автоматизации и оптимизации производства на АО ПКО «Теплообменник».....</i>	<i>121</i>
<i>Джасем А. Современное состояние и перспективны цифровой трансформации немецких промышленных компаний.....</i>	<i>124</i>
<i>Каганов Н.А. Распределённые реестры и Blockchain как вектор развития бизнеса в условиях цифровой экономики.....</i>	<i>130</i>
<i>Кочетова Д.В. Финансовый инжиниринг как инструмент управления компанией.....</i>	<i>134</i>
<i>Мартынова Т.С. Изменение бизнес-модели производственного предприятия в рамках концепции Industry 4.0.....</i>	<i>139</i>
<i>Масленников С.В. Развитие концепции «Умный город» в РФ на примере Нижегородской области.....</i>	<i>144</i>
<i>Муранова Т.Д. Опыт внедрения технологии Индустрии 4.0 компанией «General Electric».....</i>	<i>148</i>
<i>Павлова А.А. Система управления рисками на цифровом предприятии.....</i>	<i>151</i>
<i>Трошин В.А. Влияние технологий блокчейн и криптовалют на бизнес в России</i>	<i>155</i>
<i>Фомина Е. А. Комплексная оценка цифрового развития инжинирингового предприятия атомной отрасли.....</i>	<i>159</i>

Фролова Е.В. Анализ внедрения технологий Индустрии 4.0 на предприятиях автомобильного производства.....	163
Шалаева М.В. Возможности внедрения технологий Индустрии 4.0 на промышленном предприятии.....	166
Шманцырева П.С. Экономическая эффективность внедрения цифровых технологий на предприятии «Siemens AG».....	169

СЕКЦИЯ 3. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ..... 175

Антошкина Т.И. Некоторые аспекты финансового регулирования инвестиционной деятельности региона.....	175
Белкина Д.В. Оценка системы управления торговой дебиторской задолженностью и рекомендации по ее совершенствованию в торговом предприятии.....	178
Виноградов А.В. Проблема перераспределения федеральных налогов между уровнями бюджетной системы РФ.....	182
Дементьева А.А. Агролизинг как форма государственной поддержки предприятий агропромышленного комплекса (АПК).....	187
Домрачев Э.С. Экономический рост в России.....	194
Жбанова А.М. Развитие факторинга в современных условиях.....	197
Ильичёва Ю.В. Деформация экономического равновесия в современной России и пути его восстановления на примере валютного кризиса 2014-2015 гг.....	201
Кожара А.Д. Проблемы управления финансовой деятельностью предприятия.....	203
Конкина Д.К. Методика оценки финансовой надёжности и устойчивости коммерческого банка.....	206
Ландякова А.Д. Валютные риски коммерческих банков.....	211
Масленников С.В. Бюджетно-налоговая политика и ее эффективность на примере Нижегородской области.....	217
Немчинов Н.А. Финансовые инновации, кризисы и регулирование: некоторые оценки.....	220
Романова А.А. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства в России.....	233
Семеновская Е.А. Исследование проблем финансового планирования на предприятии.....	237
Смирнова А.А. Оценка факторов влияния на уровень теневой экономики в России.....	241

<i>Соколова Д.С. Финансовая политика РФ, проблемы ее реализации и совершенствование на современном этапе.....</i>	<i>246</i>
<i>Титова М.Н. Особенности трехгодичного планирования бюджета на примере Нижегородской области.....</i>	<i>249</i>
<i>Токарева Е.А. Инвестиционная политика предприятия.....</i>	<i>255</i>

СЕКЦИЯ 4. РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ..... 258

<i>Антипов С.Д. О перспективах совершенствования ВПК России.....</i>	<i>258</i>
<i>Гордеев К.В. Машиностроительная отрасль - фактор экономической безопасности страны.....</i>	<i>262</i>
<i>Зайкова И.А. Сокращение рабочего времени трудящихся как один из факторов прогресса обрабатывающих производств.....</i>	<i>267</i>
<i>Золотов С.А. Социально - экономический эффект сокращения общего фонда отработанного времени в производстве.....</i>	<i>271</i>
<i>Зотов А.В. Развитие системы управления реальным сектором экономики и импортозамещением в современных условиях : проблемы и перспективы</i>	<i>274</i>
<i>Константинова Е.Ю. Проблемы и перспективы развития системы управления образованием.....</i>	<i>278</i>
<i>Скобелкина Т.Ю. Проблемы и перспективы предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве.....</i>	<i>280</i>
<i>Товарнова Е.В. Государственная поддержка автомобильного рынка в России</i>	<i>283</i>
<i>Трошин В.А. Проблемы импортозамещения и реальных инвестиций в России</i>	<i>286</i>
<i>Ушкова В.А. Модели и методы планирования</i>	<i>289</i>
<i>Ярилин О.А. Санкции и их влияние на Нижегородскую область.....</i>	<i>293</i>

СЕКЦИЯ 5. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И РАЗВИТИЕ ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА В РФ 296

<i>Алехина А.А. Анализ взаимной торговли стран-мировых лидеров по ВВП по ППС.....</i>	<i>296</i>
<i>Акулова Е.В. Управление взаимодействием таможенных органов с участниками внешнеэкономической деятельности на основе процессного подхода.....</i>	<i>298</i>

Афони́на М.С. Периоды формирования таможенного дела и его состояние на сегодняшний день.....	303
Барсу́к Е.С. Влияние научно-технического прогресса на экономическое развитие России.....	307
Блино́ва К.Д. Роль таможенных органов в подготовке и проведении ЧМ-2018	311
Звони́лова О.А. Бизнес-стратегии компании Toyota на международных рынках	314
Касатки́на О.С. Внешняя торговля Китайской Народной республики, позиция государства на мировом рынке.....	319
Кири́ллова Н.М. Контрабанда – угроза национальной безопасности России!	323
Кочетко́ва А.А. Разработка модели партнерства «таможня-бизнес» на основе рамочных стандартов ВТО.....	327
Краси́льная П.Д. Мировой рынок аутсорсинга в современной экономике: перспективы развития.....	331
Куасси Яо Дона́тьен. Особенности государственного регулирования рынка какао-бобов в Кот д’Ивуаре.....	335
Кураки́н О.И. Проблемы и перспективы развития рынка золота.....	338
Макаро́в И.А. Основные тенденции в развитии международной экономической системы.....	344
Мартакуи́ш Баши́ар Мохамма́д. Анализ развития рынка страховых услуг.....	346
Матвее́ва Е.И. Проблемы электронного декларирования и пути их решения.....	350
Муханбеткали́ев А.А. Актуальные направления внешнеэкономической политики России.....	353
Пантеле́ева К.О. Анализ внешнеторгового оборота России.....	355
Петро́в М.А. Развитие ВЭД и предпринимательских связей хозяйствующих субъектов (на примере РФ и Великобритании).....	359
Решетни́кова Е.Р. Влияние предпринимательской деятельности на торговые потоки ЕАЭС.....	363
Рудински́й Р.А. Кризисные явления во внешней торговле РФ.....	368
Самсо́нова Д.Е. Роль офшорных инвесторов в странах БРИКС.....	373
Симо́нян Л.С. Торгово-экономические отношения России и Армении.....	378
Стояно́ва К.И. Сущность процесса внешней торговли между Россией и Германией на современном этапе.....	382
Тарануха Н.О. Ориентированный на экспорт малый и средний бизнес.....	386
Угари́в А.В. Совершенствование таможенных органов и его влияние на бюджет Российской Федерации.....	388
Черно́ва Г.А. Сущность процесса импортозамещения и его перспективы в российской экономике.....	393

Яшина Е.Д. О ключевых аспектах интернационализации деятельности группы ГАЗ.....	396
----------------------------------------------------------------------------------------	-----

СЕКЦИЯ 6. CONTEMPORARY RESEARCH TOPICS IN MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP 402

Villegas Morales Cristina Paola. Lean Startup applications for young ventures and young small enterprise.....	402
Gonzalez Rodriguez Leslie. Budgeting process in Toluca, Mexico: a model of the inference of the municipality's personal budget with the annual investment.....	406
Gonzales Alcarraz Frank Antoni. Export of organic blueberries for Germany.....	414
Zwane Ntokozo. Economic relation between Russian Federation and South Africa	417
Nwosu Chimauchem Chinenynenwa. Entrepreneurship and Human capital.....	420
Rodriguez Sanchez Julio Cesar, Gianello Aristides. The possible development upside from loans upon small companies and startups.....	427
Solberg Britt. Organizational culture and path dependency in the Norwegian child welfare, finding the right path in an organization in change.....	433
Etienne Marie. GDP PPP and birth in the European Union in 1999: a possible correlation?.....	438
Precious Nyanda. State of the automobile industry at global, national and company level.....	443
Melizwe Zwelithini Fakudze. Modern tendencies in banking at global and national levels.....	448
Muzi Ndimande. Assessment of the company's effectiveness: a case of Apple.....	452
Bonsu Kelvin. The application of Scamper mode in innovation process.....	456
Guerrero Linaldi Pamela Alexandra. The sustainable development in Mexico (1980-2007).....	461
Okelue Nnamdi Stanley. Economic aspects of business activity in Russia.....	468
Abdelmounim El Honsri. The theoretical and empirical relations between minimum wage and employment.....	473
Asmah Francisca. Culture and psychology of doing business in Ghana and Russia	478
Reyes Calderon Julio Osvaldo. International sector dynamics and wealth distribution: a case of emerging economies.....	481
Konin Ama Eloise Prisca. Comparison of the impact of tax system structure on small enterprises: Russia and Cote D'Ivoire (case study).....	485
Emmanuel Kwaku Manu. Innovative development as a path to business growth in agriculture (a case study of the emerging markets of Ghana).....	497
Karen Jambaya. Immigration and it's effects in an economy.....	500

СЕКЦИЯ 7. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ..... 508

<i>Бакижонов А.А. Система привлечения отбора трудовых мигрантов как фактор повышения кадрового потенциала организации.....</i>	<i>508</i>
<i>Батуро А.А. Актуальные проблемы управления персоналом.....</i>	<i>512</i>
<i>Бодякина С.М. Перспективы развития профессии HR-менеджера в мире высоких технологий.....</i>	<i>516</i>
<i>Гарнова Я.Ю. Формирование культуры инновации в организации как фактор ее развития.....</i>	<i>520</i>
<i>Демина А.В. Управление конфликтами в организации как профилактика текучести кадров.....</i>	<i>526</i>
<i>Зотов О.В. Возможные пути повышения эффективности работы государственной службы занятости в Нижегородской области.....</i>	<i>531</i>
<i>Ивлиева А.А. Девиантное поведение персонала и способы его предотвращения.....</i>	<i>534</i>
<i>Колесов М.И. Мотивация как способ решения проблем с персоналом.....</i>	<i>538</i>
<i>Колохина А.А. Управление персоналом в государственном бюджетном учреждении дополнительного образования: проблемы и направления их решения.....</i>	<i>541</i>
<i>Кононова А.С. Проблема разделения труда и распределения функций управления в Федеральной службе судебных приставов на примере Псковской области.....</i>	<i>545</i>
<i>Куликова Е.И. Проблема этики: деловая электронная переписка.....</i>	<i>547</i>
<i>Лазарев О.Л. Ошибки при разработке системы мотивации персонала.....</i>	<i>550</i>
<i>Лисин А.И. Управление персоналом в целях обеспечения экономической безопасности бизнеса.....</i>	<i>554</i>
<i>Минин А.Д. Влияние экономической нестабильности на кадровую политику организаций.....</i>	<i>558</i>
<i>Молодцов М.В. Просроченная заработная плата как одна из проблем управления персоналом: динамика и потенциальные угрозы.....</i>	<i>562</i>
<i>Морозова М.С. Современные проблемы управления персоналом.....</i>	<i>567</i>
<i>Новажён А.Е. Влияние организационной культуры на эффективность деятельности организации.....</i>	<i>570</i>
<i>Разумова А.Г. Управление талантами: от «войны за таланты» к «подлинным талантам».....</i>	<i>575</i>
<i>Семеркина Е.В. Совершенствование механизмов корпоративного управления в России.....</i>	<i>580</i>

Снеткова О.И. Корпоративное обучение линейных менеджеров как фактор обеспечения конкурентоспособности российских предпринимательских структур.....	584
Тельгаева О.О. Управление персоналом по методу «Кайдзен» в российских компаниях.....	590
Фатехова Э.И. Какие кадры нужны российской экономике?	594
Фролова Е.Б. Анализ влияния оценок уровней ключевых компетенций выпускников на их удовлетворенность работой.....	597
Холодный А.О. О проблемах и принципах успешного управления персоналом в современной организации.....	603
Цветкова М.Ю. Организационная культура как фактор при отборе персонала	606
Чиркова Д.А. Непрерывное образование персонала через дистанционное обучение в муниципальной организации.....	609
Чухманова М.В. Внутренний маркетинг персонала как элемент стратегии развития кадрового потенциала организации.....	613
Штыкунова Ю.С. Управление формированием и развитием кадрового резерва	618

СЕКЦИЯ 8. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 622

Агаев М.М. Нормируемые расходы в налоговом и бухгалтерском учете.....	622
Анциферова А.И. Оценка эффективности учетной информации в строительной отрасли.....	626
Брусникин Р.М. Сложности определения себестоимости изделий народных художественных промыслов на примере ордена «Знак Почета» ПАО «Хохломская роспись».....	630
Бывшева А.А. Учет затрат и калькулирование себестоимости зерна.....	633
Вахидов Ш.Г. Автоматизация учёта товарно-материальных ценностей на предприятии розничной торговли.....	638
Вибе Е.В. Оценка стоимости непубличных хозяйствующих обществ.....	641
Гнатченко Д.А. Оценка конкурентоспособности фирмы.....	644
Гуцу Т.В. Особенности применения контрольно-кассовой техники субъектами малого предпринимательства.....	648
Красильникова Л.В. Косвенный анализ денежных потоков организации.....	653
Лагута А.М. Особенности учёта затрат в ИТ-подразделении и их перенос на себестоимость готовой продукции.....	660
Лаптева Н.С. К вопросу об учете и контроле затрат на производство продукции.....	664

Майорова М.А. Влияние государственного оборонного заказа на социально-экономическое состояние Нижегородской области.....	670
Минеева А.В. Особенности анализа неплатежеспособных предприятий.....	672
Могутова А.О. Анализ и аудит информации о дебиторах из открытых источников сети «Интернет».....	677
Морозова О.О. Исследование основных проблем и поиск направлений повышения рентабельности предприятия.....	682
Пахомова Т.А. Нормативный метод учета затрат на производстве.....	685
Решетова Д.С. Современное соотношение правил бухгалтерского учета вознаграждений работникам в РСБУ и МСФО.....	689
Садовский Н.М. Различия сводной и консолидированной бухгалтерской (финансовой) отчетности коммерческих предприятий.....	693
Судакова К.А. Место электронного документооборота в системе экономического анализа, проблемы практического использования и современные способы их решения.....	697
Сухова Т.С. Актуальные вопросы формирования резервов на оплату отпусков в бухгалтерском и налоговом учете.....	701
Тремасова И.М. Управленческий учет - информационная основа тактических и стратегических управленческих решений.....	705
Харламова Н.А. Актуальные проблемы российского бухгалтера: сложности НДС.....	709

СЕКЦИЯ 9. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ 713

Болонкина В.С. Стандартизация оказания событийных услуг.....	713
Визгалова А.В. Влияние чемпионата мира по футболу FIFA 2018™ на развитие туризма в Нижнем Новгороде.....	717
Гладкова А.М. Состояние туристического рынка в России.....	720
Гриценко А.В. Пути формирования имиджа предприятия общественного питания.....	723
Довгаль А.Ю. Стимулирование сбыта как механизм формирования лояльности клиентов в гостиничных предприятиях.....	725
Ионова Н.П. Лояльность персонала и потребителей: влияние на работу предприятия общественного питания.....	728
Калмыкова М.А. Основные средства маркетинговых коммуникаций гостиничного предприятия.....	731
Крупина А.М. Развитие туризма в Нижегородской области.....	735
Крылов А.С. Открытая кухня как инновационный метод привлечения гостей.....	739

Кулагова Я.В. Совершенствование продвижения гостиничных услуг.....	742
Луцкая В.Ю. Совершенствование имиджа гостиничного предприятия.....	745
Осина П.А. Характеристики туристской услуги и их влияние на формирование туристского продукта.....	750
Савельева Е.Е. Нестандартные и инновационные методы продвижения бренда в индустрии туризма.....	754
Семенова Е.В. Благотворительность как способ повышения лояльности к загородным отелям и пансионатам.....	758
Феофанова Н.Е. Аромамаркетинг как средство продвижения гостиничных услуг.....	762
Чижова К.В. Анализ конкурентных позиций предприятия общественного питания (на примере кафе-кондитерской).....	765

СЕКЦИЯ 10. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ТОРГОВЛЕ И ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ..... 768

Александрова К.И. Обзор российского рынка очковой оптики.....	768
Дубяга О.И. Анализ рынка общественного питания г. Нижнего Новгорода.....	770
Елистратова А.С. Управление финансовыми ресурсами в предпринимательской сфере переработки отходов.....	774
Евдокимова В.А. Тенденции развития услуг общественного питания в России и Нижнем Новгороде.....	778
Жигунь А.В. Эффективность управления бизнес-процессами цепей поставок.....	783
Карелина А.Е. Обоснование предложений по расширению ассортимента постферментированного чая и ускорению его товародвижения на предприятиях розничной торговли.....	787
Коликова Л.Е. Особенности и проблемы оценки финансового состояния торгового предприятия в условиях рынка.....	791
Кузнецов Н.П. Развитие рынка общественного питания как одно из перспективных направлений пищевой отрасли.....	795
Ледовских А.Р. Проблемы анализа предпосылок составления бизнес-плана в торговом предприятии с точки зрения оценки потенциального спроса.....	798
Мисонова Т.Н. Развитие международных розничных сетей в современных условиях.....	801
Муратова С.И. Интернет-магазин как виртуальная витрина для розницы...	805
Налютова А.С. Некоторые проблемы организации продвижения и рекламы ресторана «Домашняя Италия».....	809

Пантелеев М.В. Концептуальные подходы к изучению потребительского поведения в современных условиях.....	812
Петрова Д.А. Проблема выбора канала сбыта оптовым торговым предприятием.....	815
Попов Н.В. Развитие предпринимательства в сфере общественного питания (на примере г.Псков).....	819
Прокофьев А.А. Проблемы организации транспортной логистики в торговой сети «Светофор».....	821
Родионова Ю.В. Оптимизация стоимости образовательных услуг.....	825
Сандалова О.С. Анализ ассортимента крупных торговых сетей г. НижнегоНовгорода.....	828
Семенова Е.В. Оценка качества обслуживания покупателей в крупных торговых сетях Нижнего Новгорода.....	831
Серов А.Ю. Анализ развития российского рынка кондитерских изделий.....	835
Серова А.С. К вопросу о создании системы мотивации работников торговой сети.....	839
Соболева О.А. Современные проблемы в логистических системах.....	843
Соловьев А.П. Особенности применения логистического подхода в общественном питании.....	846
Стародворская Д.В. Определение потерь в закупочной деятельности компании АО «МагнаАвтомотив Рус».....	850
Сырвачев Е.Е. Проблема оценки логистических издержек предприятия.....	853
Тужилкина И.И. Цикл Шухарта-Деминга в процессном подходе.....	857
Шалаева М.В. Контроллинг в системе клиентоориентированности.....	861
Юрьева М.А. Выявление проблем транспортно-экспедиторских фирм в современных условиях.....	865

СЕКЦИЯ 11. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ..... 869

Белецкая О.А., Трифонов Ю.В. Актуальность применения интернет-маркетинга на рынке B2B.....	869
Варцаба Ф.Н. Перспективы применения технологии блокчейн в цифровой экономике России.....	872
Громова Е.О. Развитие цифровой экономики в РФ.....	875
Губанов А.Е. Информационная безопасность в программе «Цифровая экономика РФ».....	879
Даданова В.Г. Совершенствование программ лояльности клиентов автосалона.....	883

Кургузова К.Ю. Технология блокчейн и перспективы ее развития.....	885
Набойщикова В.А. Таргетированная реклама в социальных сетях.....	890
Притыкин А.А. Электронная очередь.....	894
Румянцева Ю.Ф. Кадровая политика в развитии цифровой экономики в РФ	898
Смирнов Е.В. Анализ перспектив использования криптовалют как средства финансового инвестирования на примере биткойна.....	902
Цибирева О.Н. Оценка конкурентоспособности различных моделей технического обеспечения образовательного процесса.....	906

СЕКЦИЯ 12. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА..... 911

Благоднравова Ю.К. Число страховых случаев в кризисе и распределение Пуассона.....	911
Гончаренко Е.А. Исследование динамики социально-экономического развития муниципальных образований Нижегородской области.....	915
Грешнова М.А. Нейросетевое моделирование динамики экономического развития регионов Российской Федерации.....	918
Губанов А.Е. Применение экспертной системы байесовского типа для поиска причин убыточной работы компании.....	922
Давлиусупова Д.Ш. Ценовая и количественная конкуренция на вертикально связанных рынках.....	925
Корчемный П.В. Исследование динамики развития сельского хозяйства регионов Российской Федерации с применением нейронных сетей и эконометрического моделирования.....	930
Костерина А.А. Исследование модели ценовой конкуренции на рынке инновационных продуктов с применением деловой игры «Инновационные технологии».....	934
Куликова Е.А. Применение численных методов для решения экономических задач на примере решения задачи о моделировании рекламной компании.....	938
Куницина Т.А. Оценка отдачи от инвестиций в человеческий капитал на основе уравнения Минцера.....	941
Курочкин С.О. Принятие управленческих решений для компании с помощью математических методов.....	944
Лисова С.А. Задача о рюкзаке и её обобщения.....	948
Новикова А.Д. Анализ продаж товаров и услуг с помощью нейронных сетей	951
Стулова Д.С. Исследование динамики доступности жилья на первичном рынке в регионах России с применением нейронных сетей.....	956

<i>Субботин А.В. Нейросетевой анализ динамики деятельности предприятий и организаций Нижегородской области.....</i>	<i>960</i>
<i>Чердакова Д.М. Математическая модель коррупции обмена популярности на взятку.....</i>	<i>963</i>
<i>Щукина А.Е. Сравнение структур вертикальной сепарации и вертикальной интеграции в эндогенно растущей экономике.....</i>	<i>967</i>
<i>Шошина М.В. Задача оптимизации переработки мусора с целью максимизации прибыли.....</i>	<i>970</i>

СЕКЦИЯ 13. ПРАВО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО 973

<i>Горячева Е.Н. Возможные меры для привлечения молодёжи к занятию предпринимательской деятельностью.....</i>	<i>973</i>
<i>Мельников Д.О. К вопросу о выборе формы ведения бизнеса.....</i>	<i>975</i>
<i>Митронова М.С. Проблема самозанятости в современной России.....</i>	<i>979</i>
<i>Репьёва А.М. Правовые возможности защиты прав работников, некоторые проблемы и возможные пути их преодоления в сфере предпринимательства.....</i>	<i>981</i>
<i>Солина М.В. Проблемы правового регулирования договора купли-продажи дистанционным способом.....</i>	<i>986</i>

СЕКЦИЯ 14. КУЛЬТУРА И ПСИХОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 990

<i>Бацманова В.А. «Родительский дом – начало начал» (роль семьи в формировании личности Ильи Ильича Обломова – заглавного героя романа И.А. Гончарова).....</i>	<i>990</i>
<i>Босецкая И.А. Инновационные аспекты мотивации труда.....</i>	<i>993</i>
<i>Васина Е.Н. Влияние денег на духовную жизнь общества.....</i>	<i>994</i>
<i>Городнова Т.В. Условия личностного развития подростка в условиях современного общества.....</i>	<i>996</i>
<i>Джафаров Эльтун Азер Оглу. Волонтерская деятельность как фактор, позитивно влияющий на адаптацию детей-сирот к самостоятельной жизни.....</i>	<i>1001</i>
<i>Дорошин И.Н. Коммунизм как исток порождения культурно-психологических смыслов.....</i>	<i>1004</i>
<i>Евстратов Д.А. Категория вежливости, как фактор успешности молодых людей.....</i>	<i>1007</i>

Ермолаева О.Д. Психологические аспекты профессионального отбора персонала в ПАО «Ростелеком».....	1010
Зефирова В.К. Необходимость психологического сопровождения деятельности сотрудников предприятия общественного транспорта в Нижнем Новгороде и области на регулярной основе.....	1013
Золотов Р.А. Психологические аспекты конкурентоспособности студентов.....	1016
Зотов А.В. Влияние рынка на современную молодежь: этический аспект...	1018
Ивлиева А.А. Гимназическое образование в Нижегородской губернии в пореформенный период (1872-1878 г.).....	1020
Изотова М.В. Психолого-педагогические условия адаптации первокурсников в среднем профессиональном образовании.....	1024
Исмаева К.Р. Баддинг как психологический инструмент адаптации новых сотрудников в организации.....	1026
Казаченко К.А. Условия и особенности формирования социального интеллекта детей старшего дошкольного возраста.....	1028
Кириллов Н.М. Остап Бендер – ловкий мошенник или предприниматель нового времени. по роману Ильи Ильфа и Евгения Петрова «Золотой теленок».....	1032
Князева Н.М. Интернет-технологии как инструмент развития психолого-педагогической компетентности родителей обучающихся.....	1035
Крайнова Н.А. Факторы, препятствующие профессиональной самореализации женщины в России.....	1039
Кузнецова В.Н. Анализ государственной поддержки молодых предпринимателей в Российской Федерации.....	1043
Ли Линцзяо. Проблема психологической адаптации иностранных студентов к обучению в российских вузах.....	1046
Лицкевич К.Е. Отношение молодежи к предпринимательству.....	1049
Лысова Е.А. Удовлетворённость трудом операторской деятельности на примере специалистов колл-центра.....	1053
Мамаева А.А. Синдром эмоционального выгорания у работников розничной торговли.....	1056
Никитин С.И. Вопросы взаимодействия личности и коллектива в психологии.....	1058
Никитина К.Е. Социальная реклама как механизм формирования психологической защиты.....	1061
Попова А.И. Психологические особенности личностной готовности к овладению профессиональными психологическими знаниями.....	1065
Попова В.А. Развитие саморегуляции как элемента готовности к предпринимательской деятельности.....	1068

Пушкина Т.В. Психологическое сопровождение развития профессионального самосознания студентов с разными копинг-стратегиями.....	1072
Сараева А.В. Понятие профессиональной компетентности психолога-консультанта и особенности её формирования у студентов-психологов....	1076
Симанина Д.А. Феномен тревожности в современных психологических исследованиях.....	1081
Скрипникова Н.И. Личностные качества предпринимателя в бизнесе.....	1085
Сорокина Е.Н. Вопросы профилактики табакокурения на предприятии....	1088
Струбалина Е.Е. Мотивация вступления в брак: актуальные вопросы исследования.....	1090
Томарева Д.А. Место феноменов ответственности и прокрастинации в структуре модели личности психолога.....	1095
Трефилова Л.Л. Психологические особенности выбора будущего супруга студентами старших курсов вузов.....	1099
Тропичева Т.А. Психологическое воздействие интернета на поколение предпринимателей.....	1103
Харитонова К.А. Феномен селфи как инструмент ведения бизнеса.....	1105
Хмельницкая Е.С. Психологические особенности межличностных отношений в студенческой группе.....	1108
Чехова О.А. Взаимосвязь эмпатии и самооценки личности.....	1112
Шевченко А.В. Сравнительная характеристика Чацкого и Молчалина – героев комедии А.С. Грибоедова «Горе от ума».....	1116

СЕКЦИЯ 15. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ 1120

Азарова А.И. Новые общественные пространства в исторических зданиях Нижнего Новгорода: наполнение новым смыслом старой территории.....	1120
Бядретдинова А.С. Пути решения проблемы расселения ветхого и аварийного жилищного фонда в г. Нижнем Новгороде.....	1123
Данилова С.А. Анализ коммунальных услуг в жилищной сфере Нижегородской области.....	1127
Деканова О.А. Нижегородские предприниматели в развитии родного города.....	1131
Изотова Т.С. Повышение качества городской среды через возрождение центральной улицы города.....	1134
Королева О.А. Предпринимательский потенциал в использовании крупных спортивных объектов.....	1138
Кузнецова В.Н. Государственная поддержка молодых предпринимателей — основа развития Нижнего Новгорода.....	1140

Семенова А.М. Удобный город как бренд: оценка перспектив Нижнего Новгорода.....	1143
Синицын Д.В. Развитие малого бизнеса в России и его потенциал в развитии городской среды.....	1148
Степанова Е.Л. Пути решения проблемы несоответствия рынка труда потребностям экономики в г. Нижнем Новгороде.....	1151
Тяпкина С.Г. Гостиничный бизнес как один из индикаторов эффективности развития региона.....	1155

Секция 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА НОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Басов В.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях жесткой конкурентной борьбы каждая организация вынуждена приспособиться к условиям рыночных взаимоотношений и конкуренции, проще говоря, новая компания не сможет прийти на сформированный рынок и установить свои правила, ей придется считаться с «мнением» уже давно работающих фирм в той или иной сфере. Актуальность управления персоналом в нынешних организациях сложно переоценить. Каким бы превосходным и трудоспособным не был управленческий персонал, главную работу осуществляют рядовые сотрудники. Для более слаженной и быстрой работы необходимо уделить внимание именно управлению персоналом.

Персонал (кадровый состав) – это штатный состав сотрудников компании, выполняющих разнообразные производственно-хозяйственные функции.[1]

Управление персоналом – это комплекс логически связанных действий, нацеленных на оптимизацию трудовых ресурсов компании (персонала) в аспекте их работы, качественных и численных данных, с целью оптимального свершения поставленных перед системой целей.[2]

Чтобы добиться максимального эффекта от работы персонала, нужно знать механизм управления сотрудниками, он имеет 3 фазы.

Первая – это формирование персонала. Она включает в себя определение потребности в персонале, привлечение и отбор персонала, и в частности же заключение трудовых контрактов. Данная стадия считается преддверием второй фазы, в которой на первый план выступает формирование стабильного коллектива, управление карьерным ростом работников. Кроме того, не нужно забывать и о поддержании и улучшении нравственно-эмоционального климата в коллективе. И заключительная – это завершающая стадия. Подразумевает стабилизацию персонала. На фазе стабилизации следует проводить анализ качества работы сотрудников.

Современная концепция управления персоналом склоняется к приоритетности передачи значительного объема управленческих функций непосредственным управляющим коллективами. При этом они обязаны получать необходимую высококлассную и методичную поддержку. Общая и основная цель управления персоналом – это обеспечение соответствия высококачественных и численных данных персонала целям компании.

Далее следует анализ ключевых проблем управления персоналом [4]:

1. Как правило, начальником ставят наилучшего работника. По этой причине почти все подобные руководители, обладают знаниями только в своей сфере и только поверхностно владеют технологией управления.

2. Роль управления персоналом первоначально носит конфронтационный вид по взаимоотношению к работникам. Далеко не всем подчиненным по душе, что дают дополнительную работу и как факт подкидывают новых проблем.

3. Стремление присваивать другим людям свои личные особенности темперамента. Безусловно, зачем исследовать и прогнозировать ещё какие-то виды формирования событий, либо реакцию на свои слова, если значительно проще представить, как бы ты сам поступил в подобной ситуации. Это считается предварительно ошибочным действием, не стоит рассматривать абсолютно всех людей собственным отражением. По этой причине, давая работу сотруднику, руководитель надеется, что сотрудники справятся настолько же хорошо, как справился бы он сам в данной ситуации.

4. Работники зачастую внимательно наблюдают за начальством. В некоторых случаях, многие руководители, сознательно подчеркивают дистанцию между собой и персоналом. В результате если руководитель удерживает управляемость, то лишь на уровне жестких условий.

5. Рассматривая жалобы, и претензии, которые озвучивают сотрудники по отношению к начальнику, можно предположить, что подсознательно начальство ждет от своих сотрудников невозможного, например то, что они смогут сами решать все проблемы, за счет своей собственной смекалки. О том, какую работу надо выполнить они будут догадываться по лицу начальника и сдавать всю выполненную работу они будут в сроки, если никаких заданий нет, подчиненные должны будут сами найти работу и выполнить ее, никаких лишних вопросов, каждый готов задержаться на работе и даже никто не думает о повышении.

6. Руководитель полагает, если работник получает установленную зарплату, то он попросту обязан работать не покладая рук.

7. Огромное расхождение в зарплате руководителя и рядовых сотрудников.

8. Текучка кадров. Как правило, текучку кадров невозможно контролировать по ряду обстоятельств: неверное формирование штата и неэффективное распределение зарплаты. Зачастую случается так, что компания забывает о необходимости привлечения молодых специалистов. Многие превосходные специалисты остаются без должного внимания.

Решить данные проблемы можно несколькими способами^[4]. Сделать все, что быть идеальным работодателем и иметь идеальных подчиненных. Объяснить доходчиво своим будущим сотрудникам, что компания ждет от них, и узнать, чего ждут сотрудники от работы у вас. Следует провести анализ стратегии и этапы развития организации, спрогнозировать возможные изменения, конкретизировать образ желаемого сотрудника, на регулярной основе проводить аттестационные проверки своих подчиненных, постоянно повышать квалификационный уровень сотрудников. Так же необходимо разработать план достижения целей. Посвятить сотрудников в планы компании, обозначить премиальные за дополнительную работу или же за быстрое выполнение той или иной задачи. Необходимо построить систему процедур и мероприятий по достижению главной цели и обязательно с учетом нынешнего состояния компании.

На сегодняшний день любой работник должен трудиться на результат, четко выполнять поставленные задачи, согласно инструкции, заниматься в рабочее время не личными делами, а непосредственно рабочим процессом. Ответственность и неподдельный интерес к работе тоже немаловажны. Если сотрудник делает все по приказу, не проявляет инициативу и работает без желания, успешным он вряд ли будет. Работник должен стремиться к успеху компании, а не попросту отсиживать рабочий день в офисе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Балашов Ю.К. Оценка персонала – основа кадровой политики зарубежных фирм. // Журнал Кадры предприятия №9, 2012 г
2. Лукичева Л.И. «Управление персоналом». - М.: Издательство Омега – Л, 2011.
3. Маслова, В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014.
4. Федорова Н.В., Минченкова О.Ю. «Управление персоналом организации» - М.: Издательство КноРус, 2011

ОСОБЕННОСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

Березина О.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Устойчивое развитие строительных компаний как гармоничное сочетание экономической, социальной и экологической сфер в процессе хозяйствования является бесспорным перспективным направлением современной экономики. Но в процессе устойчивого развития строительных компаний возникает ряд проблем теоретического и прикладного характера.

Учитывая факт, что руководители строительных компаний нуждаются в серьезной методической помощи в принятии управленческих решений, прежде всего в выборе стратегических направлений деятельности, возникает необходимость разработки методологических основ построения процесса управления устойчивым развитием строительных компаний. Это позволит быстрее принимать эффективные решения через выбор соответствующих критериев, методов, технологий, моделей, механизмов реагирования, взаимодействия.

Общетеоретические вопросы формирования механизма устойчивого развития предприятий и их успешного функционирования в условиях рыночной экономики в разные времена рассмотрены в работах Демьяновой О.В., Ишковой Е.И. [1], Коваленко Т.А., Мельниковой Е.П. [3], Шевченко А.П. Котовой Л.Г. [5] и др.

Строительство является многопрофильной отраслью, которая выполняет функцию воспроизводства основных фондов, их реконструкцию и переоснащение, расширение действующих основных фондов всех отраслей национального хозяйства. Так, строительство на себе ощущает ускорение или замедление развития других производственных сфер и с этих позиций может считаться индикатором экономической ситуации в стране и возможности устойчивого развития на основе имеющейся ресурсной базы [1].

Таким образом, обеспечение устойчивого развития экономики Нижнего Новгорода в целом невозможно без соответствующих изменений в строительной отрасли.

Целью устойчивого развития строительного комплекса является формирование экономики строительной отрасли, которая владела бы динамическим потенциалом, способной обеспечивать рост уровня

благополучия и стандартов проживания населения при условии сохранения природной среды. Поэтому чрезвычайно важным является вопрос эффективного использования имеющейся ресурсной базы и ее потенциальных возможностей.

Всего в 2016 году по данным Единого реестра застройщиков в регионе было сдано 479 тысяч квадратных метров жилья. Эта цифра стала результатом работы 31 застройщика, которые суммарно ввели в строй 105 многоквартирных домов в 33 жилых комплексах, а также 10 блокированных домов и 1 коттеджный поселок.

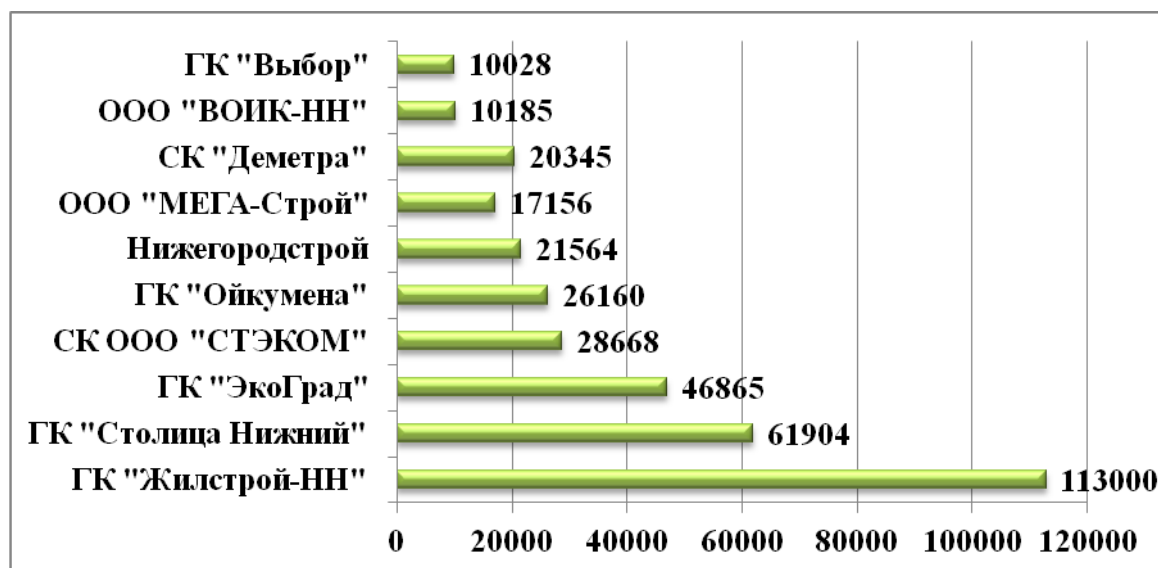


Рис. 1. Рейтинг застройщиков введенного жилья в Нижнем Новгороде за 2016 г., м² [2]

Лидером по объему ввода жилья в 2016 году стала компания «Жилстрой-НН». Она обеспечила 22% суммарного показателя по региону благодаря окончанию строительства 9 многоквартирных домов общей площадью 113 000 м². По данным Единого реестра застройщиков «Жилстрой-НН» занимает 214-е место среди всех застройщиков России по объему строительства.

Остальные игроки регионального строительного рынка находятся в значительном отрыве от лидера. Так, второе место по итогам 2016 года заняла ГК «Столица Нижний». Её вклад в региональные объемы сдачи жилья измеряется 5 многоквартирными домами общей площадью 61 904 м², что обеспечивает 13% общерегионального показателя.

Третью строчку рейтинга занимает ГК «ЭкоГрад» с объемом ввода 46 865 м² в 38 домах, что составляет 10% от общего объема.

Кризис привел к коррекции портфеля проектов всех застройщиков. Если у крупных застройщиков, привлекающих заемные средства, встали вопросы по

финансированию, то у тех, кто работал только с собственными средствами, появилась задача изменения маркетинговой стратегии, изменения продукта.

Экономические сложности последних лет сыграли в определенной степени позитивную роль: очистили рынок от недобросовестных игроков. Степень влияния кризисной ситуации зависела не от масштаба компании или ее позиции на рынке. Дело не в том, крупный застройщик или мелкий, а в том, насколько эффективен менеджмент в компании, насколько быстро компания смогла перестроиться под влиянием негативных факторов в экономике [5].

На наш взгляд, одной из главных причин данных негативных особенностей является неэффективное и нерациональное использование имеющейся ресурсной базы. Строительная индустрия отстает в технологическом плане, что обусловлено большой энергоемкостью и ресурсоемкостью.

Недостаток финансирования – одна из главных проблем эффективного использования ресурсов и устойчивого развития строительной отрасли Нижнего Новгорода. При этом в динамике сокращаются объемы инвестирования из местных бюджетов, ведь на сегодня строительство в Нижнем Новгороде – это практически полностью коммерческий сектор. Так, основную долю инвестиций составляют собственные средства предприятий (59-66%), а главным источником финансирования жилищного строительства являются средства населения, за счет которых строится 70-75% жилья. Еще одной причиной внешнего характера, которая препятствует устойчивому развитию строительной отрасли, является экономическая и политическая нестабильность, отсутствие ценового равновесия в различных отраслях экономики.

Результаты анализа указывают на необходимость усиления государственного регулирования и поддержки строительного сектора в Нижнем Новгороде. Приоритетные направления устойчивого развития строительства должны формироваться из стратегий социального и экономического развития города, региональных целевых программ.

На наш взгляд, их цель заключается в ускорении развития рыночных экономических отношений между участниками строительства, формирования рациональной инфраструктуры и специализации участников строительства, структуры капитала отрасли, совершенствовании системы договорных отношений формирования стоимости, цены и прибыли участников строительства, достаточных для их функционирования и развития.

Результативность и эффективность мер должны обеспечиваться профессиональным государственным планированием и управлением, внедрением процедуры корректировки программ, контролем за финансированием и сроками выполнения. В свою очередь, на уровне отдельных предприятий для внедрения принципов устойчивого развития необходимо направить усилия на повышение производительности труда и качества строительных работ, модернизации и экологизации технологических циклов, машин и механизмов, внедрение энерго- и ресурсосберегающих технологий, стимулирования развития кадрового потенциала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Демьянова О.В., Ишкова Е.И. Особенности формирования стратегии устойчивого развития предприятия в условиях современного кризиса // Финансы и кредит. 2017. Т. 23. № 6 (726). С. 310-319.
2. Застройщики Нижнего Новгорода и области. URL: <http://www.domostroynn.ru/zastroyshhiki>
3. Коваленко Т.А., Мельникова Е.П. Разработка целей для обеспечения устойчивого развития предприятия в современных условиях // В сборнике: Вопросы экономики и управления Материалы III Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 47-52.
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. URL: <http://nizhstat.gks.ru/>
5. Шевченко А.П. Котова Л.Г. Формирование механизма устойчивого развития строительной организации // Общественные науки. Экономика. - 2014. - № 1(29). - С. 191-199.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ АВТОПИЛОТА

Бондарь Т.К.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Мы живем в 21 веке – это век, в котором каждый год происходят какие-либо крупные открытия. Нельзя представить, как наши предки жили без всего того, что сейчас есть у нас. Во всех отраслях промышленности постоянно происходят изменения, внедряются новые технологии. Отрасль машиностроения не стала исключением.

Стоит только выйти на улицу, и вы увидите, сколько машин на дорогах. Раньше об этом и нельзя было подумать. Машина считалась предметом роскоши. Хотя машина это и удобно, но есть также некоторые недостатки. Ежегодно происходит большое количество аварий, и в основном они случаются по вине человека.

Поэтому в настоящее время разрабатывается автомобиль с автопилотом. Я считаю, что это поможет снизить число аварий. Конечно, автопилот уже не новинка. Он используется во многих видах транспорта, например, в самолетах или космических кораблях. И я надеюсь, что вы со мной согласитесь, что при передвижении на этих видах транспорта меньше вероятность попасть в какое-либо происшествие.

В интернете вы можете увидеть, что машины с автопилотом уже существуют. Но их мало.

Первыми разработали автомобиль с автопилотом компания Google. Впервые такой автомобиль выехал на дороги в 2009 году в штате Калифорния. На таком автомобиле расположено несколько камер. С помощью них оценивается ситуация на дорогах, и информация передается в главный процессор, который отвечает за управление.

Автопилот в машине не нарушает правил дорожного движения. Но все понимают, что это компьютер, и иногда, к сожалению, он может неправильно интерпретировать информацию.

Такой случай произошел с автомобилем Tesla в 2016 году. Автомобиль двигался по шоссе с включенным автопилотом. Он врезался в грузовик с выпирающей платформой. Сенсоры, расположенные на панели, не среагировали на грузовик. Предполагается, что это произошло из-за слишком низкого нахождения сенсорных датчиков. Это один из недостатков автопилота.

Наличие в машине автопилота не означает, что водитель не может управлять транспортным средством. Он в любой момент может взять управление на себя.

У этого автомобиля есть ряд преимуществ. Использование данного автомобиля позволяет экономить топливо, так как вы реже тормозите и ускоряетесь. Компаниям, оказывающим транспортные перевозки, это поможет сэкономить на заработной плате водителей. Человек, воспользовавшийся данным видом транспорта, может потратить свободное время на выполнение каких-либо более важных занятий. Еще одним несомненным плюсом появления данного вида транспорта является то, что им могут воспользоваться люди с ограниченными возможностями. Это даже можно отнести к

социальному эффекту от реализации данного нововведения. Также это снизит число аварий по причине людей.

Как и у всего на свете у данной инновации есть свои недостатки. Во-первых, все задаются вопросом, кто будет нести ответственность, если произойдет ДТП. Ведь водитель не принимал участия в управлении, а с компьютера, встроенного в машину, возмещения ущерба потребовать нельзя. Второй недостаток заключается в том, что люди теряют опыт вождения. А как было сказано, человек в любой момент может подключиться к управлению транспортным средством. А раз меньше опыта, значит, меньше шансов справиться со сложной ситуацией. Еще одним минусом является цена. Никто пока особо не говорит об этом, но все понимают, что это будет не дешево.

Я рассмотрела достоинства и недостатки этой инновации. Теперь же я хотела бы посмотреть, как данную инновацию развивают в разных странах.

Существует несколько программ развития беспилотного автомобиля. Например, в США проводятся соревнования автомобилей роботов. В Италии вопросом беспилотного автомобиля занимается компания ARGO.

Многие компании в настоящее время думают, как распространить беспилотный автомобиль для массового пользования.

Одна из известных фирм автомобиля BMW планирует выпустить беспилотный автомобиль к 2021 году. Компания Nissan уже начала внедрять в свои автомобили функции автопилота.

Все знают о развитии технологий в Сингапуре. К настоящему времени там уже есть 6 таких машин. В будущем в Сингапуре планируется заменить все такси на машины с автопилотом. Я считаю, что это может плохо сказать, ведь многие люди потеряют работу.

Мало кто знает, но в России уже также начали разрабатывать автомобили с автопилотом. Это происходит на крупном машиностроительном заводе «КАМАЗ» в Набережных Челнах. Уже прошло первое испытание такого автомобиля. Автомобиль смог самостоятельно тронуться и маневрировать на закрытом полигоне. Также к данному автомобилю прилагается джойстик для дистанционного управления. Распространение данного автомобиля в массы планируется начать не раньше, чем через 2 года. Разрабатывается различное программное обеспечение, позволяющее транспортному средству двигаться в колонне по заданному маршруту.

В рамках программы «Национальная технологическая инициатива» разработкой машин с автопилотом занялись АвтоВАЗ и ГАЗ.

В Москве думают выпустить беспилотный автомобиль в 2018 году. В Москве разрабатывается микроавтобус «Шатл».

Планируется, что в 2021 году такие автомобили будут распространены для движения по дорогам общего пользования. В 2030 году надеются, что с помощью данного транспорта будет осуществляться большое количество грузоперевозок, а также система автопилота будет введена в общественный транспорт.

Как бы это печально не звучало, но я думаю, что еще потребуется много времени, чтобы распространить данную инновацию в массы. Скорее всего, в ближайшее время никакого серийного производства не будет. Нужно еще решить множество проблем.

Автомобили с автопилотом – это хорошая идея, которая требует доработок. У этого автомобиля есть недостатки, и их нужно устранять, чтобы запустить его в массы, ведь от качества программного обеспечения, на основе которого создана система автопилота, будет зависеть человеческая жизнь.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лудушкина Е.Н. Развитие моделей производительности промышленного предприятия // Чемоданова Ю.В., Лудушкина Е.Н. Скобло М.Р. // European Social Science Journal. №2 2015 г., с.29-79
2. <http://www.drom.ru/moscow2016/info/45796/>
3. <https://www.autonews.ru/news/5825dc7d9a7947578b14294b>
4. <https://geektimes.ru/post/277970/>
5. http://expert.ru/magazine_auto/2012/04/mashina-na-avtopilote/
6. <http://dvizhok.su/add/kolonka-redaktora/avtopilot-v-mashine—eto-poka-mif>

РОБОТЫ, ЭКОНОМИКА БУДУЩЕГО: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Вытнова А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире мы постоянно сталкиваемся со словом «инновация», часто употребляем этот термин в своей речи, но не всегда до конца понимаем его истинный смысл. Между тем, определение инновации гораздо глубже, чем может показаться на первый взгляд. В данной статье я постараюсь разобраться

в истинном значении данного понятия и продемонстрировать одну из самых полезных, на мой взгляд, инноваций в настоящее время.

Итак, в большинстве современных словарей слово «инновация» определяют следующим образом:

Инновация (лат. *innovatio* – обновление, *innovare* – обновлять) –

- 1) введение чего-л. нового; нововведенная вещь; модернизация; реформа;
- 2) экон. (чаще мн.ч.) вложение средств в новую технологию, новые формы организации труда и управления, охватывающие не только отдельное предприятие, но и их совокупность, отрасль.

Сейчас мы живём в то время, когда «миром правит идея», и мы уже не сможем свою жизнь без инноваций. Каждый день тысячи людей создают что-то новое, тем самым совершенствуя, облегчая и делая нашу жизнь красочнее и интереснее.

Как студента-экономиста меня просто не могли не заинтересовать те инновации, которые имеют практическое применение в жизни и, более того, приносят прибыль. Самой интересной среди всех я считаю **робота-манипулятора**.

Давайте поподробнее разберёмся, что это за инновация и как её используют. Такие роботы чаще применяются на современных производствах, где люди стараются максимально оптимизировать рабочий процесс, минимизировать вероятность получения травм у сотрудников и улучшить качество готовой продукции. Робот-манипулятор с достоинством выполняет все эти задачи. Кроме того, если раньше для сложных работ на предприятиях нанимались специальные сотрудники, работающие в тяжёлых для человека условиях, то в процессе развития кибернетики постепенно снижалась необходимость участия человека в подобных производственных процессах.

Производство, на котором используются промышленные роботы, является более экономичным. Работодатель не должен подбирать кадры, платить им заработную плату, оплачивать отпуска и больничные, платить налоги за персонал, обеспечивать комфортабельные рабочие места. Тем более степень производительности машин попросту превышает человеческие возможности.

К тому же одним из главных минусов человеческого труда является риск ошибки. Даже опытному работнику вряд ли удастся создать абсолютно симметричные детали или на глаз смешать совершенно одинаковые пропорции, а для робота, имеющего манипулятор, данные операции являются элементарными и само собой разумеющимися.

Сегодня в машиностроении применяется огромное количество роботов-манипуляторов самых различных видов и функционалов. Это и неудивительно, ведь такой робот неприхотлив и как работник очень выгоден.

Манипулятор не нуждается в условиях, обязательных для рабочего места среднестатистического работника, таких как: хорошее освещение рабочей зоны, постоянная вентиляция воздуха, чистота рабочего места и так далее.

Кроме того, работы-манипуляторы имеют ряд преимуществ, которые заключаются в:

- Быстроте и точности проделанной операции;
- Максимальной грузоподъемности;
- Идентичности действий;
- Способности делать однородные операции на протяжении длительного времени, без перерывов.

Конечно, роботы-манипуляторы тоже имеют свои минусы, например, они дорого стоят, могут ломаться и требуют наличия на производстве человека, который мог бы в критическом случае устранить неполадки с машиной и быстро вернуть её в производственный процесс. Однако эти проблемы в любом случае гораздо меньше тех, которые связаны с человеческими ресурсами.

Современные промышленные роботы имеют собственную классификацию. В очень общем смысле их можно разделить на:

- Автоматические роботы и манипуляторы;
- Дистанционно управляемые устройства, которые требуют присутствия человека в процессе своей работы.

Теперь рассмотрим применение робота-манипулятора в реальной жизни на литейном производстве.

Даже по сравнению с хорошо организованным литейным производством, применение роботизированных технологических комплексов позволяет в 1,5-3 раза повысить производительность труда. В состав роботизированных технологических комплексов входят технические, вспомогательные и транспортные машины, которые совместно с промышленными роботами обеспечивают автоматическое изготовление отливок.

Такие комплексы применяются для автоматизации процессов изготовления отливок в песчано-глинистых формах, при изготовлении стержней, простановке стержней в формы, сборке форм со стержнями, заливки форм, очистке, обрубке и зачистке отливок.

При литье в кокили промышленные роботы автоматизируют укладку стержней, заливку форм, извлечение и передачу отливок.

Для оценки эффективности внедрения инновации на рынок следует оценить степень спроса на него. Для этого рассчитаем выгоду предприятия к приобретению манипуляторов. Рассмотрим внедрение манипуляторов на примере чугунно-литейного предприятия, которое использует ручной труд рабочих для заливки сплава в кокили.

Эффективность данного проекта можно оценить по следующим показателям:

1. Стоимость проекта;
2. Чистая текущая стоимость при разовых вложениях, которая рассчитывается по формуле:

$NPV = - IC$, где

r - ставка рефинансирования (возьмем для расчета 9.5 %);

IC - первоначальные вложения

n - период доходности проекта.

Итак, рассчитаем ориентировочную выгоду замены ручного труда манипулятором:

1. Стоимость проекта:

- На основе сравнения рыночных цен я выявила, что цены на подержанных роботов-манипуляторов варьируются в пределах от 500 000 руб. до 1 500 000 руб. и выше (в зависимости от состояния и технических характеристик). Для расчета возьмем среднюю величину $(1\,500\,000 + 500\,000) / 2 = 750\,000$ руб.
- Для приведения оборудования в действие потребуются дополнительные затраты на установку, программное обеспечение, обучение персонала работе с новым оборудованием и прочее. Данные затраты будут составлять в среднем 200 000 руб.

Итого, стоимость проекта = $750\,000 + 200\,000 = 950\,000$ руб.

2. Доходы от вложения в данный проект можно рассчитать за счет суммы выгод от введения данного оборудования в производство. Робот-манипулятор сможет заменить 3 производственных работников. Следовательно, можно рассчитать альтернативные доходы как отсутствие расходов на выплату заработной платы. В среднем заработная плата работника на вредном производстве составляет (с учетом уплаченных налогов и изменения зарплаты по причине отпусков, болезней и прочего) 40 000 руб. в месяц. Экономия на заработной плате 3 этих работников за 1 год можно рассчитать следующим образом: $40\,000 \text{ руб.} \times 12 \text{ месяцев} \times 3 \text{ работника} = 1\,440\,000$ рублей. Эту сумму можно считать за суммарный доход в каждом году.

3. Чистая текущая стоимость при разовых вложениях:

На основе предыдущих расчетов можно вычислить чистую текущую стоимость данного проекта (NPV) (по формуле, которая указана выше):

$$NPV = \sum \frac{1440000}{1 + 0.095^{10}} - 950000 = 8\,092\,379 \text{ руб.}$$

Следовательно, выгода от привлечения в производственный процесс одного робота-манипулятора составляет 8 092 379 руб.

При этом есть иные преимущества введения этого оборудования, которые сложно учитывать в стоимостной составляющей. Я считаю, что в производственном процессе робот по сравнению с человеком наиболее выгоден работодателю, так как он четко выполняет заложенную программу, в то время как работник может допускать ошибки, лениться или вовсе не выйти на работу из-за различных обстоятельств. Работа с человеком предполагает затраты времени и сил на обучение, стимулирование и контроль его деятельности. Что касается робота, единожды написанная программа позволит обеспечить выполнение заданных ему команд на протяжении нескольких лет.

Итогом установки манипулятора может быть улучшение следующих показателей:

- снижение расчетов с персоналом на оплату труда;
- увеличение производственных мощностей;
- непрерывность производственного цикла;
- уменьшение числа бракованной продукции;
- увеличение коэффициента оборачиваемости оборотных средств предприятия;
- уменьшение длительности одного оборота оборотных средств;
- увеличение прибыли предприятия.

На основании проделанных расчетов можно говорить о том, что введение робота-манипулятора в производственный процесс является достаточно выгодным вложением денежных средств. Выгодами введения проекта может стать не только экономия денежных средств, но и привлечение дополнительных средств за счет улучшения рабочего цикла и привлечения новых покупателей продукции.

Таким образом, можно сделать вывод, что роботизация усовершенствует производственный процесс на предприятиях, что будет способствовать получению дополнительной прибыли, в следствии чего налоговые отчисления будут составлять еще большую часть. Так же следствием может стать значительный рывок экономики той или иной страны и выходу на новый уровень развития.

Список литературы:

1. Аньшин В.М., Дагаев А.А. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития. Учеб. пособие / Под ред. В. М. Аньшина, А. А. Дагаева. — 3-е изд., перераб., доп. — М.: Дело, 2007. — 584 с.
2. Лудушкина Е.Н. Развитие моделей производительности промышленного предприятия // Чемоданова Ю.В., Лудушкина Е.Н. Скобло М.Р. // European Social Science Journal. №2 2015 г., с.29-79
3. Лудушкина Е.Н. Анализ деревообрабатывающей отрасли. / Е.Н.Лудушкина / Современные тенденции в экономике и управлении: Новый взгляд. Издательство ООО "Центр развития научного сотрудничества" (Новосибирск), 2010 г. №5-2, с.176-180.
4. <http://www.ruscastings.ru/>(дата обращения: 16.10.2017)
5. <http://top3dshop.ru/>(дата обращения: 18.10.2017)
6. <http://www.oborud.info/>(дата обращения: 18.10.2017)

ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Грязнов А.С.

*Нижегородский институт управления - Российская Академия Народного
Хозяйства и Государственной Службы при Президенте РФ*

Поддержка малого бизнеса осуществляется 3 способами: инфраструктурная, финансовая и информационно-консультативная.

Органами исполнительной власти, отвечающими за поддержку бизнеса на федеральном уровне, являются Министерство экономического развития РФ и Департамент развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции.

На региональном уровне – Министерство поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области.

Министерство экономического развития РФ реализует федеральную программу по поддержке малого и среднего бизнеса с 2005 года.

Основные направления, по которым поддерживаются сами регионы: поддержка и развитие предпринимателей, создание и развитие инфраструктуры, производственное предпринимательство, народно-художественные промыслы, деятельность экспортно-ориентированных предпринимателей.

Инфраструктурой поддержки малого и среднего бизнеса является совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных и коммерческих организаций, целью функционирования

которых является создание благоприятных условий для развития предпринимательства. Это обеспечивается путем оказания комплексной и адресной поддержки малым предприятиям в различных направлениях: информационном, обучающем, научно-техническом, технологическом, финансовом, имущественном. Наряду с этим осуществляется оказание целого спектра деловых услуг, деловых контактов.

Основными видами инфраструктуры являются центры поддержки предпринимательства (дома малого бизнеса), бизнес-инкубатор, технопарки, индустриальные парки.

Центр поддержки предпринимательства (дом малого бизнеса) – базовый уровень поддержки, которая оказана подавляющему большинству предпринимателей. Это и образовательные, и консультационные услуги по подаче налоговой отчетности, ведению бухгалтерского отчета.

Виды услуг, оказываемые центром поддержки предпринимательства: информационные, консультативные (консалтинговые), образовательные.

Бизнес-инкубатор – организация, созданная в целях оказания компаниям содействия на ранней стадии их развития путем предоставления необходимых площадей, оборудования, услуг и помощи в установлении контактов.

Бизнес-инкубатор разделяют на следующие виды: инновационный, производственный, смешанного типа, студенческий.

Действующие бизнес-инкубаторы располагаются в Нижнем Новгороде, Дзержинске, Заволжье, Павлове, Выксе, на Бору.

Бизнес-инкубаторы предоставляют следующие услуги: программа «предынкубации», программа «инкубации».

Единственным инновационным бизнес-инкубатором в Нижегородской области является ГУ «Нижегородский инновационный бизнес-инкубатор». Одними из резидентов данного инкубатора являются ООО «СкринКардио-НН»; ООО «ОНДОК»; ООО «Инфракрасные технологии».

Технопарк – организация, созданная для предоставления компаниям оснащенной, производственной, экспериментальной, информационной, инфраструктурной базы.

Примером успешного государственно-частного партнерства по созданию территории инновационного развития и реализации проектов национального уровня является технопарк «Саров».

Индустриальный парк – это специально организованная для размещения производств территория, обеспеченная энергоносителями, инфраструктурой,

необходимыми административно-правовыми условиями, управляемая специализированной компанией.

Действующими и проектируемыми индустриальными парками в Нижегородской области являются «Ока-полимер», «Волжский», «Дзержинск», «Кстовский», «ЗМЗ», «Ин Парк», «Красное Сормово».

Основная финансовая поддержка начинающих и действующих предпринимателей от государства заключалась в грантах на сумму 300 000 рублей (до 2015 года) и в субсидиях на сумму до 6 000 000 рублей (до 2016 года).

На 2017 год финансовой поддержкой обеспечиваются лишь моногорода и социальные предприниматели.

Что делает государство? Статистика и цифры гласят о следующем:

Распоряжения о лимитах средств федерального бюджета, которые будут предоставлены региону в зависимости от количества субъектов предпринимательства, наличия инфраструктуры и других факторов.

2010-2013 (2014) года – 20 млрд. рублей;

2017 год – 7 млрд. рублей;

2018 год – 5 млрд. рублей.

Лимит нашего региона в этом году – 120 миллиона рублей.

Федеральные средства выдаются при условии софинансирования из регионального бюджета.¹

Уровень софинансирования 2017 года в нашем регионе – 57/43, т.е. 57% дает федеральный бюджет, 43% – областные средства.

На данный момент сумма лимита нашему региону определена в размере 76 миллионов рублей. Но подана заявка сверх лимита, по которой планируется получить 200 миллионов.

С 2015 года Министерство экономического развития перестает финансировать предпринимателей в виде грантов и субсидий. Начинаящим предпринимателям предоставляется лишь организационная и консультативная поддержка.

Этому послужили 2 причины: бюджет государства и результаты, показавшие некоммерциализированную реализацию данного финансирования.

Как правительство распоряжается финансированием?

¹ По материалам интервью с заместителем начальника управления развития предпринимательства, финансовой и правовой работы Балакиным Владимиром Павловичем.

С 2016 года создаются федеральные корпорации развития малого и среднего бизнеса. Вложено в них около 50 млрд. рублей, т.е. средства, которые потенциально могли попасть в реализацию программы Министерства экономического развития, попали в корпорацию. Что делает корпорация на эти средства? Предоставляет доступные кредиты для малого и среднего бизнеса через коммерческие банки. Корпорация выдает под 6,5% кредиты банкам, чтобы те выдавали их под 11% предпринимателям (от 5 млн. до 4 млрд.).¹

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Поддержка малого бизнеса в Нижегородской области// Информационный портал <https://www.youtube.com> [сайт]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Djn5AFjFKI0&t=363s>
2. Поддержка начинающих и действующих предпринимателей// Информационный портал <http://businessnnov.ru> [сайт]. URL: <http://businessnnov.ru/support/nachinayushchie-predprinimateli/>
3. Информация о компаниях ООО «СкринКардио-НН»; ООО «ОНДОК»; ООО «Инфракрасные технологии»// Информационный портал <http://bi-clever.ru> [сайт]. URL: <http://bi-clever.ru/resident/ooo-skrinkardio-nn/>
4. Перечень индустриальных парков России// Информационный портал <http://russiaindustrialpark.ru> [сайт]. URL: http://russiaindustrialpark.ru/industrialparks_catalog_perecheny_spisok_russia
5. Индустриальный парк «Саров»// Информационный портал <http://itechnopark.ru> [сайт]. URL: <http://itechnopark.ru/about/>.

МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРОДАЖ В КАТЕГОРИЙНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Жигунь А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Основной целью каждого торгового предприятия является получение прибыли, увеличение уставного капитала предприятия. Для выполнения этих целей необходимо в рамках выбранного сегмента рынка удовлетворять спрос потребителей в товаре, увеличивать товарооборот, повышать лояльность клиента, улучшать качество предоставляемых логистических, транспортных и маркетинговых услуг.

Из-за насыщенности рынка разнообразными товарами производителю необходимо внимательно относиться к формированию ассортимента и

эффективно управлять товарными запасами, сокращать издержки обращения, уменьшать риски потерь продукции. Для достижения этих целей предлагаю воспользоваться современной концепцией управления ассортиментом – категорийным менеджментом.

Категорийный менеджмент – это процесс управления товарными группами, где категории рассматриваются как стратегические бизнес-единицы со своими целями, показателями эффективности. Бизнес-единицы должны при этом иметь общие свойства для осуществления планирования и управления всем процессом товародвижения (от поставки товара до мерчандайзинга). Стратегии закупки, ценообразования, маркетинга, продажи должны быть объединены в рамках одной категорийной стратегии. Для более эффективного управления ассортиментом совместно с поставщиком разрабатываются мероприятия по выпуску и продвижению продукта [2].

Для разработки программы продаж магазина или компании необходимо определиться с методами и целями продвижения товара.

Показатели эффективности стимулирования продаж делятся на три группы: экономические, коммуникационные показатели, прямо или косвенно влияющие на увеличение объемов продаж.

Экономические показатели: прирост объема продаж в абсолютном и относительном выражении, увеличение объема прибыли, прирост торговой наценки от увеличения объема продаж, увеличение скорости оборота товарных запасов, увеличение количества покупателей в целом, новых покупателей, постоянных покупателей.

Коммуникационные показатели: увеличение количества обращений по телефону и интернету, увеличение количества посетителей, увеличение количества покупок, увеличение размера средней покупки.

Коммуникационные показатели, косвенно связанные с увеличением объемов продаж: увеличение числа положительных откликов в отношении того или иного товара, рост уровня известности компании, увеличение количества покупателей, знающих местоположение магазинов.

В качестве трейд-маркетинговых мероприятий используются ценовые и неценовые методы стимулирования продаж.

Ценовые методы: «Убыточный лидер», сезонная скидка, праздничная скидка, совмещенная продажа взаимодополняющих товаров, выборочная скидка, купоны, дисконтные карты, бонусные программы, продажа в кредит.

Неценовые методы: зачетные талоны, подарки, премии, бесплатные образцы, некоторое количество товара бесплатно за ту же цену, конкурсы и

игры, лотереи, дополнительные услуги по упаковке и ремонту товара, объемное стимулирование [3].

Перед тем как разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения продукта, необходимо определить, на какой фазе жизненного цикла находится товар.

Жизненный цикл продукта имеет четыре основных стадии: внедрение на рынок, рост, зрелость и спад. Каждая фаза развития продукта имеет свои особенности, требует детального анализа и правильного управления. (Таблица 1).

Таблица 1 . Продвижение товара в зависимости от жизненного цикла

Стадия ЖЦТ	Цели	Мероприятия для достижения целей	Ценообразование	Каналы продажи	Продвижение товара	Управление ассортиментом
Стадия внедрения: Продолжительность цикла: 1-6 мес	Увеличение объема продаж и прибыли. Ознакомление с новинкой, ее позиционирование и совершение пробной покупки.	Ускорение ввода нового товара. Формирование пула лояльных покупателей. Увеличение среднего чека, количества откликов о товаре и обращений на сайт компании, по телефону	Стратегия «снятия сливок» если товар оригинальный -Стратегия низких цен для быстрого захвата рынка. Ориентация на затраты с включением желаемого % прибыли.	Продажи в незанятых конкурентами нишах Обеспечение выкладки товара на полке.	1. Реклама нового товара и его основных свойствах. 2. Акции для продавцов для увеличения торговых точек. 3. Акции для покупателей с целью стимулирования первых и повторных покупок.	Ассортиментная линейка не большая.
Стадия роста Продолжительность цикла: 3 мес-1 год	Увеличение объема продаж. Увеличение объема прибыли. Поддержание имиджа торговой марки.	Увеличение частоты и объема покупки, суммы среднего чека. Увеличение общего количества постоянных и	- Ценообразование на основании потребительской ценности. Установление средней цены. -Низкие цены, но не ниже уровня издержек	Максимальный охват рынка, захват регионов. Обеспечение хорошей выкладки товара.	1. Телереклама. 2 Акции для покупателей 2+1, 2+2, 4. Акции для дистрибьютеров на увеличение объема закупок.	Ассортиментную линейку расширять за счет разработки и новых вкусов, изменения внешнего вида, его упаковки.

		новых покупателей.			4. Улучшение качественных свойств товара.	
Стадия зрелости длительная стадия зависит от продвижения товара	Сохранение и увеличение доли рынка		-Цены формируются с учетом рынка или средний уровень цен. -Снижение цен , - Акции с глубоким снижением цены,	Поиск новых микронизм, внедрение оперативных мер при снижении лояльности к продукту. Оптимизация каналов товародвижения.	1. Уменьшаем вложение инвестиций в ATL-мероприятия, увеличиваем на BTL-акции, 2. Увеличиваем проведение неценовых методов продаж . Скидки за объем покупки. 3. Введем дополнительных услуг и сервисного обслуживания	Товарную линейку больше не увеличиваем. Улучшаем качество и внешний вид имеющегося продукта. .
Стадия спада	Увеличение товарооборота	Распродажа зависшего, сезонного товара, товара с истекаю	- Демпинговые цены -Снижение цены ниже среднего уровня, но не ниже	Максимальное удержание потребителей и сохранение уровня знания товара.	1. Сокращение рекламных инвестиций или отказ от	Выводим не пользующийся спросом ассортимент. Уменьшаем

		щим сроком годности	себестоимост и.		них. 2. Сохранен ие знания о товаре	м объемы производс тва.
--	--	---------------------------	--------------------	--	-------------------------------------------------	-------------------------------

Оценку эффективности товарной категории проводят на основании анализа продаж, прибыльности и рентабельности товарной категории, увеличения доли рынка, а количество повторных покупок показывает степень удовлетворенности покупателей [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Захарова А.В. Управление ассортиментом с учетом стадий жизненного цикла товаров. Тольятти : Поволжский государственный университет сервиса, 2016 г., Экономика и управление : Новые вызовы и перспективы, Т10, стр. 37
2. Киселев В.М. Николаева М.А. Категорийный менеджмент. М : Норма Инфа-М, 2016. стр. 13-22.
3. Романов А. Учебное пособие по дисциплине «Реклама. Интернет-реклама». М : Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2003. стр. 17-25.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ СПОРТИВНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Жогин А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время соревнования по бегу на длинные дистанции получили широкое распространение и продолжают интенсивно развиваться в России и во всем мире. С каждым годом увеличивается количество беговых марафонов, возрастает количество участников. Так, Ассоциацией международных марафонов и пробегов (AIMS) и Международной ассоциацией легкоатлетических федераций (IAAF) ежегодно проводятся более 800 марафонских состязаний, а на крупнейших марафонах мира, в которых может принять участие каждый желающий, количество участников превышает 40 000 человек. В связи с такой массовостью создается целая марафонская индустрия [2]. Немаловажным становится вопрос об экономической эффективности проведения данных мероприятий. В России финансированием и

проведением спортивно-массовых мероприятий долгое время занималось государство, уровень их организации был и остается достаточно низким. Это происходит в силу таких причин, как: коррупционные проблемы, непрофессионализм организаторов, отсутствие конкурентной рыночной среды.

Обратная ситуация складывается в нише спортивного event-менеджмента, где организаторы в борьбе за потребителя совершенствуют уровень организации марафонских соревнований, что положительно сказывается на привлечении всё большего числа людей к занятиям спортом и участию в соревнованиях.

К сожалению, в отличие от западной практики, большинство спортивно-массовых соревнований в России являются убыточными. Рассмотрим причины нерентабельности организации беговых марафонов на примере крупнейшего в России марафонского забега «Промсвязьбанк Московский марафон». Он проходит в конце сентября. В 2016 году на марафонской дистанции финишировало 7813 участников. Успешная в финансовом плане организация марафона напрямую зависит от количества вышедших на старт, 94 % из которых занимаются бегом непрофессионально [3]. В 2017 году стоимость регистрации на марафон в Москве стоила:

- до 31 мая — 2000 рублей,
- с 1 июня по 23 августа — 3000 рублей,
- накануне забега, 22—23 сентября — 4000 рублей.

Таким образом, 40% выручки от проведения марафона составляют стартовые взносы участников [1]. Финансовая выгода от увеличения числа участников прозрачна. Уменьшается себестоимость производства стартовых номеров и других переменных расходов, и, что ещё более важно, уменьшается доля постоянных издержек, связанных с оплатой труда персонала, подготовкой трассы, доля которых составляет 85% от общих затрат. На привлечение участников влияет уровень подготовки трассы и проведение соревнований в целом, участие элитных спортсменов, которых в свою очередь привлекает большой призовой фонд (5% от суммарных затрат).

Следующей статьёй доходов становятся инвестиции спонсоров, для которых данное мероприятие интересно с точки зрения рекламы и продвижения бренда. При этом спонсорами становятся не только дистрибьюторы и продавцы лыжной экипировки, но и организации, не связанные напрямую со спортивной средой. Для них участие в подобных мероприятиях положительно сказывается на имидже организации в глазах потребителя.

Несмотря на растущий интерес к мероприятиям, на данный момент в Российской Федерации такие соревнования являются коммерчески убыточными, в связи с огромными затратами на организацию и проведение соревнований. Развитию препятствует также устоявшийся советско-российский менталитет, согласно которому спорт должен быть бесплатным, кроме того, не все чиновники в полной степени разделяют популяризационную и экономическую ценность проведения данных мероприятий. Для того, чтобы сначала достигнуть, а затем преодолеть точку безубыточности, существует несколько стратегий [4].

Первая стратегия заключается в том, чтобы повышать количество участников, тем самым увеличивая сумму сборов. Данный подход имеет ряд минусов, связанных со слабой подготовленностью инфраструктуры большинства российских городов, что не позволит принять большое количество участников.

Вторая стратегия заключается в увеличении доходной базы за счёт спонсорских средств. В настоящее время этот способ малоперспективен в России. И в ближайшие несколько лет маловероятно, что ситуация изменится. Это связано с тем, что крупные зарубежные корпорации только присматриваются к российскому рынку, а у российских компаний слабо развита культура инвестирования в подобные мероприятия. Кроме того, финансово-экономический кризис замедляет динамику развития этого маркетингового направления.

Существует также третья стратегия, наиболее перспективная в настоящее время. Ее сущность заключается в том, что нужно повышать стартовый взнос. Это будет способствовать развитию конкуренции в нише спортивного event-менеджмента и гарантирует высокое качество сервиса и уровень организации мероприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Иноземцева Е.И. «Стартовая цена: как заработать на организации спортивных мероприятий» // Forbes. 2015.
2. Подбельский К.О. «Марафонское движение в России и мире» // Оптимизация и организация спортивно-массовых мероприятий. 2010.
3. Сколько стоит пробежать марафон [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.tinkoff.ru/marathon/> (Дата обращения: 15.11.2017)
4. [Электронный ресурс]. URL <http://moscowmarathon.org/ru/> (Дата обращения: 13.11.2017).

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Зотов А.В

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время в большинстве стран проводится политика протекционизма. Это является трудоемкой и ресурсоемкой работой, которая зависит от самой страны, а так же от факторов влияния и отношений с окружающим миром. Протекционизм является экономической системой, разработанной человечеством для развития промышленности и роста своего благосостояния. Важно понимать, что в условиях современного мира и развития технологий экономика государств берет курс на независимость от других стран, чтобы избавиться от рычагов внешнего давления и нужды в помощи соседей. Помочь в этом направлении способны методы импортозамещения и развития реального сектора экономики. Именно эти методы обеспечивают максимально быстрый и надежный подъем экономики отдельно взятого государства, ведь именно они помогают развивать сектора экономики и внутренний рынок отдельно взятого государства. Успех государства в политике протекционизма напрямую зависит не только от уровня его развития, но и от степени пригодности территорий, которые предназначены для удовлетворения всех факторов, помогающих достичь нужного результата, достаточного количества ресурсов и их рационального использования.

Изучая эту тему, считаем целесообразным вспомнить историю Руси в период раздробленности. Великие княжества, развивая свою экономику, пытались обособиться от своих соседей, не зависеть от них путем увеличения собственных средств производства и получения большего объема произведенной продукции, а так же делали упор на экспорт. Примерами подобной модели являются Владимиро-Суздальское и Новгородское княжество. Владимиро-Суздальское княжество имело благоприятное географическое положение: в лесах люди добывали пушнину, земля позволяла в большом количестве выращивать зерно, из которого выпекали хлеб, было развито ремесленное дело, по территории проходило множество рек, судоходство по которым способствовало интенсификации торговли. Очевидно, что эта территориальная единица имела все необходимое для импортозамещения. Ситуация в Новгородском княжестве обстояла иначе –

прослеживается зависимость территорий от определенных факторов. Княжество имело развитую политическую систему, велась выделка пушнины, добывали соли, мясо. Выгодное для торговли территориальное положение способствовало развитию экономики. Но ввиду того, что земля не позволяла производить достаточно зерна для производства хлеба, постоянным был риск производственной безопасности. Зерно приходилось закупать у Владимиро-Суздальского княжества, что вызывало зависимость и препятствовало становлению обособленного княжества, ведь имелся рычаг воздействия на него. Заметим, что в Российской империи было большое число импортных изделий, но вместе с тем был очень масштабный экспорт, что способствовало развитию экономики. Время не стоит на месте, развивается наука, промышленность, средства производства и способы производства. Многие государства стараются обособливаться, развивать свою экономику независимо от других стран. Рассмотрим пример Советской России. Период с 1928 по 1990 годы предлагаем разделить на предвоенное и послевоенное время. В предвоенное время было проведено 3 пятилетки, влияние их на рост экономических темпов было решающим. В первую пятилетку в 3 раза выросло производство изделий тяжёлой промышленности и в 20 раз – машиностроения, была ликвидирована безработица, а также были образованы Магнитогорский металлургический комбинат, Днепро ГЭС, угольные шахты в Донбассе и Кузбассе. В период второй пятилетки наблюдался значительный рост национального дохода и были увеличены темпы промышленного производства (в 2 раза) по сравнению с 1913 годом, сельского хозяйства – в 1,5 раза, были построены Урало-Кузбасс – вторая угольно-металлургическая база страны и судоходный канал "Москва - Волга". Третья пятилетка пришлась на начало войны, что неизбежно повлекло за собой большие экономические потери, вместе с тем значительное развитие получили военно-промышленный комплекс и тяжёлая промышленность. За рассматриваемые 14 лет Советская Россия достигла небывалого подъема в реальном секторе экономики и почти полностью обеспечила экономическую независимость от влияния извне, встав в один ряд с ведущими мировыми промышленными державами. Восстановление советской экономики в послевоенные годы потребовало мобилизации производств и человеческих ресурсов, благодаря чему к 1948 году был достигнут уровень довоенного развития экономики. Вновь после войны отстроены Днепро ГЭС, электростанции Донбасса, Северного Кавказа. Дальнейшая экономическая политика была направлена на повышение уровня национального дохода и объёма выпуска промышленной продукции. В последующие годы курс

поддержки реального сектора экономики был направлен на повышение капиталовложений не только в тяжёлую, но и в лёгкую промышленность, а также в сельское хозяйство, повышение национального дохода и развитие науки. Рост числа основных производственных фондов составил 94%, национальный доход вырос на 62%, валовая продукция промышленности на 65%, национальный доход вырос на 44%, объём промышленности - на 54%. Эти показатели указывали на способность страны производить свой товар независимо от других стран. В дальнейшем локомотивом экономического развития стал фактор добычи ресурсов. Была организована стройка нефтеперерабатывающих заводов в Западной Сибири, начато строительство нефтепроводов. Это, в свою очередь, повлекло значительное развитие химической промышленности, в результате чего длина газо- и нефтепроводов в СССР достигла 110 и 56 тыс. км. Советский союз закрепил за собой позиции среди мировых экономических лидеров, сумев обеспечить политическую, экономическую и производственную независимость страны. На современном этапе развития, в условиях глобализации, попытка заместить весь импорт — это утопия, особенно в условиях вхождения нашей страны в ВТО. Вместе с тем очевидно, что проблема импортозамещения не должна решаться в ущерб качеству. Для успеха дальнейшей политики импортозамещения РФ необходима научно-обоснованная национальная программа, которую сейчас разрабатывает наше государство. Критерием устойчивого развития отечественной экономики должна стать её сбалансированность по экспорту, импорту и внутреннему производству и потреблению. Если доля импорта, какого-либо стратегически или социально важного товара в необходимом внутреннем потреблении превышает 20-25 %, то возникает угроза для национальной и экономической безопасности.

Так же это касается и перекоса в сторону чрезмерного развития экспорта. Очевидно, что в случае глубокого мирового финансово-экономического кризиса, различного рода форс-мажорных обстоятельств, более устойчивой является сбалансированная экономика, в которой как экспорт, так и импорт стратегически важной продукции не превышают четверти от национального производства. На данном подходе и следует базировать решение проблемы импортозамещения, поскольку сегодня РФ – страна импортозависимая, даже в стратегических и оборонных отраслях. Ключевыми проблемами, влияющими на политику протекционизма являются:

— Отсутствие масштабной целевой господдержки экспорта, в результате чего производство экспортной и импортозамещающей продукции не стимулируется должным образом, носит некоординированный характер и является малоэффективным;

— Трудность кредитования производства и экспорта;

— Расположение многих полезных ископаемых в труднодоступных местах, что не позволяет эффективно их добывать (стоимость добычи больше стоимости их продажи);

— Недостаток высококвалифицированных рабочих кадров в сфере инженерии и науки;

— Малое количество залежей некоторых ископаемых (например, бокситов алюминия), что в свою очередь заставляет закупать данные ресурсы у стран-соседей.

Для успешного развития экспорта, импортозамещения и повышения конкурентоспособности отдельных отраслей отечественного стоит придерживаться следующих рекомендаций по их государственной поддержке:

— Принятие проработанного федерального закона о промышленной политике РФ;

— Разработка приоритетной федеральной целевой программы до 2030 г., развития экспорта, импортозамещения и повышения конкурентоспособности отечественного производства с учетом скоординированных региональных программ формирования кластеров на базе свободных мощностей и высоких технологий предприятий ОПК.

Реализующаяся в РФ политика протекционизма в настоящее время выходит на качественно новый уровень. Необходимость принятия подобного решения была продиктована конкуренцией с другими странами, а так же принятием этими странами антироссийских санкций, которые сокращают возможность покупки импортных товаров. Нахождение страны в частичной экономической изоляции не является для России (СССР) чем-то новым и сверхъестественным. Безусловно, подобные условия формируют как предпосылки для роста экономики, так и угрозы для ее устойчивости. То, с каким багажом Россия выйдет из этой ситуации, напрямую зависит от качества государственного управления, и, в частности, успешной реализации политики протекционизма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Даниель Фридрих Лист “Национальная система политической экономии” [1].1841. С 1-2,22-23.

2. Е. Г. Анимца Е.Г., Анимца П.Е., Глумов А.А. "Импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты". Для цитирования: Экономика региона. — 2015. — №3. — С. 160-165.
3. Орлов А.С., Георгиев В.А., Георгиева Н.Г., Сивохина Т.А. "История России С древнейших времен до наших дней". С 35-41, 181-193, 338-379, 416-424, 426-430, 452-460.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Кирпичников В.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Оборонно-промышленный комплекс России (ОПК, в учебных изданиях Военно-промышленный комплекс, ВПК) – совокупность научно-исследовательских, испытательных организаций и производственных предприятий, выполняющих разработку, производство, хранение, постановку на вооружение военной и специальной техники, амуниции, боеприпасов и т.п. преимущественно для государственных силовых структур, а также на экспорт [1].

Исходя из определения, можно заключить, что какое-либо совместное производство ОПК с «предпринимательством» может быть довольно неэффективной и даже в какой-то мере опасной идеей, так как предприниматели могут иметь за собой корыстный интерес, как например, использование определенных технологий ОПК в своих собственных целях, ради наживы. Такое мнение имело огромное распространение в конце прошлого века на заре нового витка развития предпринимательства. Хотя и по сей день многие предприятия ОПК с опаской относятся к каким-либо формам совместного производства с «предпринимателями», это абсолютно безопасное, с точки зрения права, взаимодействие. Тем более, сейчас существуют определенные инструменты закрепления трудовых отношений, которые соблюдаются куда строже, чем в те же 90-е. Учитывая то, что развитие ОПК вносит довольно весомый вклад в развитие экономики страны, такое взаимодействие может поднять роль предпринимательства на совершенно новый уровень [2].

Несмотря на имеющиеся сложности, ОПК пока является единственным среди обрабатывающих производств, способной решать многие технологические задачи на уровне современных требований.

Оборона страны, с точки зрения экономической теории, относится к чистым общественным благам, производство которых берет на себя государство. Однако компоненты оборонного комплекса создаются как государственными коммерческими и некоммерческими предприятиями, так и частными предприятиями, в том числе малыми инновационными. При этом большой интерес представляет именно инновационная составляющая оборонного производства и ее влияние на инновационные процессы экономики в целом.

На данном этапе развития, предприятия оборонно-промышленного комплекса ведут довольно эффективное сотрудничество с представителями малого и среднего предпринимательства. Видами такого взаимодействия могут являться:

- Субконтрактинг;
- Аутсорсинг;
- Бизнес-инкубирование;
- Инновационные кластеры.

Существует довольно успешный опыт кооперации малого инновационного бизнеса и предприятий оборонно-промышленного комплекса, в частности, США.

В постперестроечной экономике России именно предприятиям ОПК удалось сохранить инновационный потенциал, позволяющий до сих пор сохранить одно из лидирующих мест на мировом рынке вооружений. В современных же условиях инновационные процессы происходят быстрее, поэтому существует необходимость более быстрой адаптации предприятий ОПК к рыночным условиям. Государственная промышленная политика ориентирует предприятия ОПК на кооперацию с малыми инновационными предприятиями и учреждениями, позволяющими решать научно-технические задачи, повышать эффективность деятельности и сохранять конкурентоспособность.

Однако сложившийся механизм взаимодействия между малыми инновационными и предприятиями ОПК не дает желаемых результатов.

Поэтому на сегодняшний день существует потребность в совершенствовании механизма мотивации сторон к кооперации, направленной на взаимовыгодное сотрудничество.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Молодан И.В., Лихтер А.В. Институциональные аспекты управления предприятиями ОПК // Решетневские чтения. – 2015. – Т. 2. – № 19. – С. 358-360.
2. Пермин В. «Военный» малый бизнес *Электронный ресурс// Портал Equipnet.ru – 2014.
3. Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации»

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ НАДЕЖНОСТИ И УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Конкина Д.К.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из насущных проблем в условиях глобализации экономики стало повышение финансовой надежности и устойчивости банковской системы Российской Федерации. Финансовая устойчивость – ключевое понятие, применяемое при оценке деятельности коммерческого банка. Финансовую устойчивость коммерческого банка можно определить как совокупность факторов, таких как: достаточность собственных средств, высокий уровень ликвидности, способность устойчиво функционировать в неблагоприятных экономических условиях, а также возможность в полной мере отвечать по своим обязательствам в долговременной перспективе [1]. В случае, если банк финансово надежен и устойчив, он обладает конкурентоспособностью перед другими коммерческими банками, что позволяет привлекать дополнительные ресурсы, преобладать в той или иной отрасли рынка.

Проблема обеспечения финансовой надежности и устойчивости коммерческих банков имеет важнейшее значение, поскольку в условиях финансового кризиса, обострения межбанковской конкуренции и ужесточения требований к деятельности коммерческих банков со стороны Банка России, прекращение деятельности даже одного крупного банка, не говоря уже о банкротстве большего количества кредитных организаций, несет серьезные негативные последствия для экономики всей страны [2].

Под воздействием процессов глобализации в России происходит консолидация финансового капитала и появляется тенденция к сокращению количества финансовых и кредитных институтов, с одновременным расширением функциональной и географической экспансии банков.

Реструктуризация банковского сектора приводит к интеграции банков с небанковскими организациями, диверсификации банковских продуктов, к интернационализации бизнеса [2]. Данный факт нашел отражение в статистических данных. Так, в 2008 году в России насчитывалось 1136 банков, а на январь 2017 года их количество составило 623 банка [3]. Кроме того, сокращение числа кредитных организаций обусловлено наличием объединительных процессов: по состоянию на 01.12.2016 г. произошла реорганизация 484 кредитных организаций, в основном, в форме присоединения путем преобразования их в филиалы других банков — 389 [3].

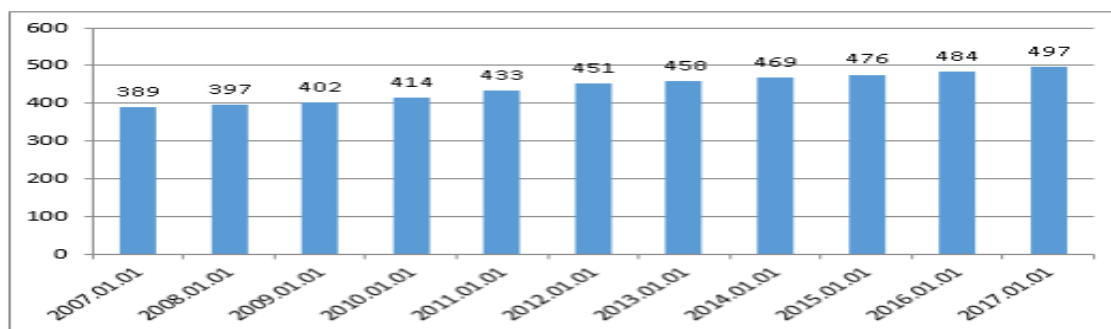


Рис. 1. Реорганизация кредитных организаций в форме присоединения [3]

В ближайшем времени российский рынок банковских услуг и продуктов ждет выход на новый уровень развития, благодаря чему улучшится работа банковских учреждений, возрастет число предоставляемых ими банковских продуктов и услуг, а также количество и удовлетворённость клиентов. Однако чтобы прогноз превратился в реалии, необходимо основываться на внедрении опыта зарубежных банков, уделять большое внимание банковским инновациям и гарантировать высокий уровень безопасности проводимых операций [4].

При этом важной составляющей банковского сектора является внутренний менеджмент как важный элемент надежности и устойчивости банка. Рыночная трансформация экономики, деятельность банков в непростых, подверженных влиянию внешних и внутренних факторов, условиях, характеризующихся определённой степенью неопределенности и риска, обязывает управленческий персонал банков и, в частности, финансовых аналитиков, использовать новые, нетрадиционные подходы к определению, анализу и прогнозированию показателей финансового состояния банка, а главное, показателей его финансовой надежности и устойчивости [4].

В банковской практике существует два основных подхода к оценке деятельности коммерческих банков: на основе определения рейтинга и анализа системы коэффициентов. Однако более объективной оценкой деятельности

банков является комплексное исследование финансовой устойчивости коммерческих банков на основе методов анализа отдельных показателей, достигнутых результатов в их динамике. Для оценки финансовой устойчивости банков необходима оценка в развитии, в сопоставлении с тем, что было с ними раньше, насколько стабильны их показатели, что отсутствует в рейтингах [5].

Проведем краткий анализ финансового положения банка «ФК Открытие» и динамику его показателей. Данные представлены в объеме, раскрываемом самим банком [6].

За рассматриваемый период валюта баланса банка сократилась на -29,9%, однако были и отчетные даты, на которые наблюдался ее рост (табл.1).

Таблица 1 - Валюта баланса ПАО БАНК «ФК ОТКРЫТИЕ» [7]

Отчетная дата	1 мая 2017 г.	1 июня 2017 г.	1 июля 2017 г.	1 августа 2017 г.	1 сентября 2017 г.	1 октября 2017 г.	Изменение
Валюта баланса	2 573 432 620	2 572 455 336	2 455 976 152	2 161 521 567	2 475 215 431	1 805 169 273	-768 263 347
Прирост	-	-0,0%	-4,5%	-12,0%	+14,5%	-27,1%	-29,9%

На 01.10.2017 г. величина активов-нетто банка «ФК Открытие» составила 2218,30 млрд. руб. За год активы уменьшились на 30,87%. Спад активов-нетто отрицательно повлиял на показатель рентабельности активов ROI: за год рентабельность активов-нетто упала с 0,47% до -13,66%.

Таблица 2 - Структура высоколиквидных активов ПАО БАНК «ФК ОТКРЫТИЕ» [7]

Наименование показателя	01.10.2016 г., тыс.руб		01.10.2017 г., тыс.руб	
средств в кассе	31 909 932	(15.59%)	24 446 596	(7.21%)
средств на счетах в Банке России	46 016 097	(22.48%)	26 445 472	(7.80%)
корсчетов НОСТРО в банках (чистых)	8 755 856	(4.28%)	12 296 902	(3.63%)
межбанковских кредитов, размещенных на срок до 30 дней	80 153 759	(39.15%)	61 812 449	(18.23%)
высоколиквидных ценных бумаг РФ	36 720 240	(17.94%)	190 728 053	(56.25%)
высоколиквидных ценных бумаг банков и государств	1 357 332	(0.66%)	27 450 424	(8.10%)
высоколиквидных активов с учетом дисконтов и корректировок (на основе Указания №3269-У от 31.05.2014)	204 709 616	(100.00%)	339 062 332	(100.00%)

Из таблицы 2 следует, что доля высоколиквидных ценных бумаг РФ довольно значительная в высоколиквидных активах банка, что вызывает некоторое подозрение. Вероятно, это можно объяснить инвестиционным характером деятельности банка.

В отчетный период соотношение высоколиквидных активов и предполагаемого оттока текущих обязательств составляет 80,39%, что означает недостаточный запас прочности для преодоления возможного оттока клиентов (таблица 3).

Таблица 3 - Структура текущих обязательств ПАО БАНК «ФК ОТКРЫТИЕ» [7]

Наименование показателя	01.10.2016 г., тыс.руб		01.10.2017 г., тыс.руб	
вкладов физ.лиц со сроком свыше года	333 477 146	(19.31%)	245 957 929	(26.32%)
остальных вкладов физ.лиц (в т.ч. ИП) (сроком до 1 года)	163 534 969	(9.47%)	145 836 323	(15.60%)
депозитов и прочих средств юр.лиц (сроком до 1 года)	717 566 437	(41.55%)	252 302 215	(26.99%)
в т.ч. текущих средств юр.лиц (без ИП)	237 494 411	(13.75%)	145 924 740	(15.61%)
корсчетов ЛОРО банков	14 073 532	(0.81%)	65 933 359	(7.05%)
межбанковских кредитов, полученных на срок до 30 дней	468 554 307	(27.13%)	204 105 540	(21.84%)
собственных ценных бумаг	3 616 221	(0.21%)	1 620 852	(0.17%)
обязательств по уплате процентов, просрочка, кредиторская и прочая задолженность	26 175 497	(1.52%)	22 325 559	(2.39%)
ожидаемый отток денежных средств	832 473 486	(48.20%)	421 787 725	(45.13%)
текущих обязательств	1 726 998 109	(100.00%)	934 635 769	(100.00%)

В корреляции со структурой текущих обязательств для оценки надежности и финансовой устойчивости важны нормативы ликвидности ПАО БАНК «ФК ОТКРЫТИЕ», приведенные в таблице 4.

Таблица 4–Нормативы ликвидности ПАО БАНК «ФК ОТКРЫТИЕ»

Отчетная дата	1 мая 2017 г.	1 июня 2017 г.	1 июля 2017 г.	1 августа 2017 г.	1 сентября 2017 г.	1 октября 2017 г.	Изменение
Норматив достаточности капитала (Н1)	13,69%	13,51%	13,70%	15,05%	8,28%	0,00%	-13,69%
Норматив мгновенной ликвидности (Н2)	83,07%	90,43%	105,24%	74,29%	46,14%	0,00%	-83,07%
Норматив текущей ликвидности (Н3)	163,77%	148,92%	177,05%	185,82%	94,54%	0,00%	-163,77%
Норматив долгосрочной ликвидности (Н4)	41,19%	40,50%	41,82%	38,37%	55,72%	0,00%	-41,19%

Как следует из данных таблицы 4, норматив достаточности капитала снизился на 13,69%, то есть капитала по РСБУ недостаточно. Показатель мгновенной ликвидности уменьшился на 83,07%, высоколиквидных активов недостаточно. Норматив текущей ликвидности уменьшился на 163,77%, что говорит о неудовлетворительном состоянии. Норматив долгосрочной ликвидности уменьшился на 41,19%, вложений в долгосрочные активы существенно меньше, чем допустимо.

Проведенный анализ надежности и финансовой устойчивости ПАО БАНК «ФК ОТКРЫТИЕ» свидетельствуют о наличии множественных негативных тенденций, способных повлиять на финансовую устойчивость банка в перспективе. Надежности и текущему финансовому состоянию банка можно поставить оценку «неудовлетворительно». Следует отметить, что в

августе 2017 г. Банк России объявил о реализации ряда мер, направленных на повышение финансовой устойчивости банка «ФК Открытие» [6].

Исходя из выше изложенного, можно сделать следующий вывод: финансовая устойчивость является важнейшей характеристикой стабильности банковской системы в условиях рыночной экономики. Ее обеспечение – одна из наиболее актуальных проблем деятельности кредитных организаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гаспарян А. Т., Жданова Н.В. Повышение финансовой устойчивости кредитных организаций в условиях финансовой нестабильности // Экономические исследования и разработки. Дата публикации: 22.04.2017
2. Банки дышат ровно // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://spbvedomosti.ru/news/ekonomika/banki_dyshat_nbsp_rovno/ (дата обращения: 31.10.2017).
3. Официальный сайт Центрального Банка России // <http://www.cbr.ru/>
4. Итоги работы банковского сектора // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://riarating.ru/banks/216127/630140.html> (дата обращения: 31.10.2017).
5. Лопатина Т.В., Костромина Д.А. Анализ финансовой устойчивости банка // Научное сообщество студентов: сб. ст. по мат. II междунар. студ. науч.-практ. конф. № 3. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: sibac.info/sites/default/files/conf/file/stud_3_2.pdf
6. Лудушкина Е.Н. Снижение экономических рисков при кредитовании с использованием скоринговых моделей // Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. // 2015, с.185-187. Издательство: ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ.
7. Чемоданова Ю.В. Проблемы управления финансовой безопасностью кредитной организации // Чемоданова Ю.В., Назимова А.В. // Современные тенденции в науке. Сборник статей Международной научно-практической конференции, 2017 г., с.53-59.
8. Что произошло с банком «Открытие», причины, возможные последствия санации Центробанком // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.papabankir.ru/news/chto-proizoshlo-s-bankom-otkrytiye/> (дата обращения: 31.10.2017).
9. Официальный сайт ПАО БАНК «ФК ОТКРЫТИЕ» // <https://ir.open.ru/>

КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кузьмина Д.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, которые должны быть зарегистрированы в этом качестве в установленном законом порядке [1].

Из этого определения становится понятно, что молодому предпринимателю при создании собственного дела важна поддержка с момента рождения идеи и до её воплощения в реальный бизнес. Такую поддержку на территории Российской Федерации с 2009 года и по настоящее время оказывает государство в лице «Росмолодежи» и Минэкономразвития РФ в виде реализации федеральной программы «Ты – предприниматель». На сегодняшний день в эту программу вовлечено уже 45 регионов страны.

Целью программы является развитие молодежного предпринимательства в России, поэтому целевая аудитория – это школьники старших классов, студенты вузов и техникумов, молодые люди, которые хотят открыть свое дело или уже находятся на начальном этапе развития своего бизнеса. Иными словами, участники программы «Ты – предприниматель» – это молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет. Все мероприятия проходят в игровой форме, что ускоряет процесс усвоения полученных новых знаний.

В Нижегородской области программа реализуется по заказу Министерства промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области. Исполнителем программы с 2013 года является молодежное бизнес-движение «Колесо».

Мероприятия, которые проводятся в рамках федеральной программы молодежным бизнес-движением, различны:

- Бизнес-квест «Колесо» – в игровой форме участники получают начальные знания о предпринимательстве, получают новые точки отсчета для выбора будущей профессии, задумываются о том, работать ли наёмным работником или организовать своё дело;
- Школа юного предпринимателя – это мероприятие, направленное на повышение имиджа предпринимательской деятельности с целью дальнейшего привлечения молодежи в бизнес-среду, формирование положительного имиджа предпринимателя;
- В рамках мероприятий для молодых людей с бизнес-идеями реализуется «Школа молодых предпринимателей «Бизнес под ключ». В течение месяца работы участники не только разрабатывают свои бизнес проекты, но и могут

получить полный цикл сопровождения открытия юридического лица. Участник, дошедший до финала проекта, получает «бизнес под ключ» [2].

Конкурс «Молодой предприниматель России» является итоговым мероприятием программы «Ты – предприниматель». Это проект федерального масштаба, призванный выявить и поощрить молодых талантливых людей, ведущих предпринимательскую деятельность, сформировать позитивный образ молодежного предпринимательства как важного фактора экономико-социального развития страны [3].

Также в подготовке юных предпринимателей активное участие принимает Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского.

С 2014 года Институт экономики и предпринимательства ННГУ им. Н.И. Лобачевского реализует проект «Школа будущего предпринимателя». Проект проводится для старшеклассников и дает возможность попробовать себя в роли управленца, поработать над решением реальных бизнес-задач. Такой опыт способствует осознанному выбору профессии, помогает увидеть практическую реализацию экономических знаний. На заключительном этапе проекта проводится защита проекта и определяются победители в индивидуальном и групповом зачете. Победители и призеры получают дипломы. Диплом проекта дает дополнительные баллы к сумме ЕГЭ при поступлении в ННГУ им. Н.И. Лобачевского согласно правилам приема [4].

Создание курсов повышения квалификации как для начинающих предпринимателей, так и для уже состоявшихся поможет в получении опыта, навыков и знаний для успешного начала и развития собственного дела. Обучаться предпринимательству нужно для того, чтобы знать, как сделать первые шаги в бизнесе и избежать типичных ошибок.

Оказывая поддержку в развитии молодежного предпринимательства сегодня, государство помогает малому и среднему бизнесу в будущем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс РФ ст.2.
2. Портал поддержки предпринимательства Нижегородской области. Обучение по программе Ты предприниматель». [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://businessnnov.ru/support/nachinayushchie-predprinimateli/programma-ty-predprinimatel/>
3. В. А. Соболева. Интервью заместителя генерального директора Торгово-промышленной палаты Нижегородской области о работе с молодыми предпринимателями Нижегородскому деловому portalу о бизнесе 29.11.2016. [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://businessrost.ru/expert/>

4. Сайт Института экономики и предпринимательства. [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.iee.unn.ru/shkola-budushhego-predprinimatelya/>

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ

Лудушкин М.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Деревообрабатывающая промышленность является самой крупной отраслью лесной промышленности. Деревообрабатывающая промышленность осуществляющая механическую и химико-механическую обработку и переработку древесины, а также использует древесину в качестве сырья для производства различных пиломатериалов. На сегодняшний день деревообрабатывающая промышленность производит различную продукцию, а именно: пиломатериалы, шпалы, фанеру, древесные плиты, брусья; изделия для нужд строительства; черновые заготовки и готовые детали для вагоностроения, автостроения, авиастроения, обозостроения и судостроения, а также сельхозмашиностроения; спички, мебель, деревянную тару; приспособления для текстильного производства (погонялки, шпули, катушки), обувные колодки; футляры и корпуса для аппаратов, приборов и инструментов, лыжи и прочий спортивный инвентарь (источник?).

Четверть мировых запасов древесины сосредоточено в России. При этом на долю российского рынка деревообрабатывающей промышленности приходится лишь 2,5%, и чуть больше продажи леса – 3,1%. Лишь 20% добываемой российской древесины поступает в полную переработку. На сегодняшний день эксперты оценивают емкость рынка лесозаготовок примерно в 4 миллиарда долларов. Крупнейшая часть этого рынка – около 50% – принадлежит необработанному лесоматериалу. Объем внутреннего рынка деревообрабатывающей отрасли по оценкам экспертов колеблется от 2 до 2,5 миллиардов долларов. Более 50% данного рынка принадлежит производству пиломатериалов.

По статистическим данным Госкомстата России в 2014 году объемы производства древесины, услуги деревообработки и производство изделий из дерева увеличились на 6,1% в сравнении с предыдущим годом. В 2015 году на рынок повлияли негативные моменты, которые сказались после кризиса. В 2015

году размеры лезозаготовок снизился на 18%, в отрасли изготовления мебели спрос снизился на 21-27%, а в разделе деревообработки – на 40-50%. В 2016 году выявилась тенденция небольшого падения рынка деревообрабатывающего оборудования, уменьшения продаж станков для деревообработки. Рынок заметно сократился, отсюда следует, что снизился объем заказов у организаций по обслуживанию и ремонтным работам деревообрабатывающего оборудования. Следует отметить, что также упали размеры заказов на изделия деревообработки от организаций смежных отраслей. На сегодняшний день для владельцев бизнеса лучше не финансировать техническое обновление своих организаций, а применять оборудование, бывшее в употреблении, проводить плановое обслуживание.

Снижение на российском рынке связано с падением размера импорта иностранного оборудования. По показателю цены руководство организаций изготовителей оборудования, обратили внимание на тенденцию перехода потребителей из сегментов высокого и среднего классов в сегмент ниже среднего.

Низкие темпы развития российской деревообрабатывающей промышленности сопряжены с недофинансированием вложений. На продажи инструмента для деревообработки также оказывает влияние строительство жилья. Поскольку строительство является все же сезонным, то к весне можно будет говорить об увеличении рынка. С началом строительного и дачного сезона, по прогнозам экспертов, ожидается положительная динамика спроса на пиломатериал и на деревообрабатывающее оборудование в нижнем ценовом сегменте. Негативная динамика обусловлена не только объективными последствиями экономического кризиса. Многие специалисты в области деревообрабатывающей промышленности считают, что основная причина падения – изношенные и устаревшие технологии деревообработки и низкое количество глубоких переделов, которые используются в производстве. Сегодня для владельца бизнеса выгоднее не вкладывать финансовые и иные ресурсы в технологическое обновление своих предприятий, а работать на оборудовании изношенном деревообрабатывающем оборудовании, осуществлять ремонт при необходимости. Однако свет в конце тоннеля виден, инновации все активней внедряются на предприятиях деревообработки. Большинство российских компаний разрабатывают для себя стратегии сохранения доли на рынке и вносят технологические корректировки в производство в соответствии с постоянно меняющимися требованиями рынка [1].

По сведениям пресс-службы Ассоциации деревянного домостроения в 2015 году почти 37 % малоэтажного жилья в России было возведено из дерева. В итоге, количество построенных деревянных домов составило чуть больше 72 тыс. шт. В целом по стране в 2015 году уровень роста строительства зданий из дерева составил всего 6,5%, для сравнения можно привести процент уровня роста строительства деревянных домов в 2014 году – 30,5%. За прошлый год наиболее серьезные темпы возведения домов из дерева показала Нижегородская область.

В таблице 1 рассмотрим динамику производства данной отрасли.

Таблица 1 - Динамика производства в обрабатывающей промышленности

Производства обрабатывающие, в %	2016					2017		
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Год	Янв.	Февр.	Янв. - февр.
К предыдущему году	80,9	79,4	86,0	94,5	85,0	108,6	101,8	106,2
К предыдущему периоду	77,4	111,1	111,8	101,3		74,1	109,3	

Из таблицы видно, что в 2016 году, по сравнению с 2015 годом, в целом за год показатель производства снизился, показатели по кварталам так же ниже показателей 2015 года, т.е. в 2016 году индекс производства в обрабатывающей промышленности намного ниже, чем в предыдущем году. Но если, например, сравнивать второй квартал 2016 года с первым кварталом этого же года, то мы наблюдаем увеличение данного показателя, и в дальнейшем преобладает динамика роста показателя по кварталам. Индекс производства (с учетом поправки на неформальную деятельность) по виду деятельности "Обрабатывающие производства" в феврале 2017 года, по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года, составил 101,8 %, в январе-феврале 2017 года – 106,2%. В первые месяцы 2017 года идет рост показателей, в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года, прирост показателя так же присутствует и в сравнении февраля с январем 2017 года. Исходя из этого, можно предположить, что в 2017 году динамика производства обрабатывающей отрасли будет немного выше, чем в предыдущем году, т.е. ситуация по обрабатывающим производствам постепенно улучшается.

В апреле 2017 года было проведено обследование деловой активности, в котором приняли участие более 3,5 тыс. организаций обрабатывающих производств, не включая малые предприятия. Значение индекса предпринимательской уверенности составило -6%. Индекс

предпринимательской уверенности организаций обрабатывающих производств, в частности, обработка древесины и производство изделий из дерева составил в январе, феврале и марте 2017 года -4%, -1% и -3% соответственно.

Несмотря на снижение ряда показателей в данной отрасли, предприятия, занимающиеся обработкой дерева, остаются довольно востребованными на современном сырьевом рынке. Дерево было, есть и будет оставаться уникальным материалом для создания огромного количества незаменимых вещей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Едророва В.Н. Управление рисками дебиторской задолженности // В.Н.Едророва, Ю.В.Чемоданова// Финансы и кредит 2010 г. №33, с.20.
2. Лудушкина Е.Н. Анализ деревообрабатывающей отрасли. / Е.Н.Лудушкина / Современные тенденции в экономике и управлении: Новый взгляд. Издательство ООО "Центр развития научного сотрудничества" (Новосибирск), 2010 г. №5-2, с.176-180.
3. Лудушкина Е.Н. Развитие моделей производительности промышленного предприятия // Ю.В.Чемоданова, Е.Н.Лудушкина, М.Р.Скобло// European Social Science Journal. №2 2015 г., с.29-79

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СВЕТЕ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Минина С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Кто владеет информацией, том владеет миром

Обеспечение информационной безопасности предприятия является одной из важнейших составляющих его деятельности и существования в целом. Угрозы информационной безопасности могут исходить как извне (внешние угрозы), так и со стороны сотрудников организации (внутренние угрозы). Что касается внутренних угроз, то на сегодняшний день практически любой сотрудник является носителем конфиденциальной информации, которая имеет определенную коммерческую ценность, а также представляет интерес для фирм-конкурентов и даже, возможно, криминальных структур. Разглашение такого рода информации может нанести существенный экономический ущерб для организации [1]. Встречаются даже случаи, когда сотрудник компании, имеющий доступ к конфиденциальной информации, при трудоустройстве в

новую организацию предлагает принести такую информацию с собой. Недаром зарубежные эксперты, позицию которых разделяют многие российские компании, считают, что основная угроза безопасности организации исходит от собственного персонала [2]. К сожалению, культура ответственности в целом слабо развита в нашей стране во многих сферах, не исключая и бизнес [3].

Об экономических угрозах со стороны персонала свидетельствуют и статистические данные. Так, по результатам опроса, проведенного исследовательской службой ESET, треть сотрудников совершали уничтожение, кражу или публикацию конфиденциальных данных с прежнего места работы, каждый пятый копировал наработанные отчеты, планы, рабочие материалы, базы документов с целью их дальнейшего использования на новом месте работы или перепродажи. Причем 2% после ухода размещали конфиденциальную информацию, чтобы отомстить прошлому работодателю. Также многие сотрудники используют ресурсы интернета в личных целях в рабочее время. Так, 28% опрошенных посещают социальные сети, хотя их рабочие обязанности с этим не связаны, а 21% занимается фрилансом и в рабочее время выполняет не связанные с основной работой задания. К таким печальным результатам с точки зрения защиты конфиденциальной информации приводит то, что, в частности, компьютеры работников не защищены от несанкционированного доступа. Так, 73% сотрудников организаций имеют возможность подключения личных флэш-накопителей к рабочим компьютерам, 47% могут скопировать любые документы и сделать их скриншоты независимо от содержания и конфиденциальности таких документов, 67% имеют возможность распечатать любые документы, у 56% не установлены ограничения на пользование интернетом, в связи с чем они могут открывать любые сайты, а 44% работников вообще могут устанавливать на рабочий компьютер любое программное обеспечение по своему желанию [4].

Таким образом, в деле защиты конфиденциальной информации важное место занимает уменьшение угроз от персонала фирмы. От правильно выстроенной кадровой политики в отношении персонала организации во многом зависит ее экономическое и финансовое благополучие [5].

Отметим также, что процесс противодействия угрозам информационной безопасности, исходящим от сотрудников, достаточно сложен ввиду большого разнообразия таких угроз по характеру и содержанию. Для эффективной работы в области обеспечения информационной безопасности необходимо проведение определенных мероприятий в этом направлении, предполагающих планирование, организацию, мотивацию и контроль персонала. Значительна и

роль службы безопасности, если такая имеется в компании, поскольку именно она отвечает за выявление каналов утечки информации и осуществление сбора и анализа информации о внешних и внутренних угрозах [6].

Для функционирования механизма защиты конфиденциальной информации необходимо использование правовых и организационных средств.

Согласно ст. 3, 4 Федерального закона от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» (далее – Закон о коммерческой тайне) [7] под информацией, составляющей коммерческую тайну, понимаются сведения любого характера, в том числе, о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, а также сведения о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, к которым у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и в отношении которых обладателем таких сведений введен режим коммерческой тайны, причем правом на отнесение информации к информации, составляющей коммерческую тайну, и на определение перечня и состава такой информации принадлежит обладателю такой информации. Заметим, что для охраны такой информации необходимо наличие специального режима коммерческой тайны. Для этого в трудовом договоре с сотрудником должны быть предусмотрены пункты, содержащие его обязательство о неразглашении коммерческой тайны, либо с ним должно быть заключено отдельное соглашение. Также в компании может быть принят локальный нормативный акт о защите информации. Соблюдение этих формальностей позволит юридически оформить защиту конфиденциальной информации на уровне организации, поскольку работник должен ясно понимать, какая информация относится к коммерческой тайне, каков режим ее охраны, и иметь возможность соблюдения такого режима. Более того, для охраны информации должны быть, как минимум, предприняты меры, предусмотренные ст. 10 Закона о коммерческой тайне. Пренебрежение этим лишает работодателя права утверждать о нарушении трудовой дисциплины работником [8].

За разглашение сведений, составляющих коммерческую тайну, предусматривается дисциплинарная, гражданско-правовая, административная и уголовная ответственность. Что касается дисциплинарной ответственности, то работник может быть уволен по инициативе работодателя в соответствии со ст. 81 Трудового кодекса Российской Федерации [9].

Конечно, наличие письменных обязательств работника и ответственности в законе не дает полной гарантии неразглашения конфиденциальной

информации, но заметно снижает риски наступления неблагоприятных последствий в этом направлении.

В целях сохранения конфиденциальной информации работодатели применяют также общие превентивные меры организационного характера. Так, некоторые из них используют различные формы слежки за своими работниками. По данным различных расчетов это позволяет сэкономить порядка 15% фонда оплаты труда [10]. Также для снижения риска утечки конфиденциальной информации рекомендуется на компьютерах работников ограничить доступ к определенным сайтам в интернете, включая социальные сети, запретить доступ к личным электронным почтам сотрудников, использование флэш-накопителей и самовольное установление программного обеспечения. Если же работнику по каким-либо причинам необходим доступ к запрещенным в компании сайтам или использование флэш-накопителя, то он может создавать служебную записку на имя директора предприятия через непосредственного руководителя о необходимости использования средств коммуникации. Директор предприятия, признав служебную записку обоснованной, разрешает такое использование, в случае необходимости привлекая соответствующих работников.

Таким образом, действия работодателя по защите конфиденциальной информации имеют двойной положительный экономический эффект. Во-первых, сотрудники организации в свое рабочее время, которое им оплачивается, не имеют возможности заниматься своими личными делами, по крайней мере посредством имущества работодателя. Во-вторых, сохраненная конфиденциальная информация имеет коммерческую ценность и способствует благоприятному развитию организации как в настоящее время, так и в будущем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Павлова И.А. Проблемы оценки стоимости бизнеса в России // Международное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2014. № 1 (12). С. 195–198.
2. Исаева Л. Прогнозируем поведение сотрудников в целях оптимизации кадровой политики и обеспечения безопасности // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. 2016. № 3. С. 69–78.
3. Мельник И., Матюшина Н. Культура ответственности очень слабо развита в нашей ментальности // Управление персоналом. 2016. № 30. С. 41–45.
4. Пискунович Е. Отомщу и забуду // Зарплата.ру: [сайт]. URL: www.zarplata.ru/articles/51297321 (дата обращения: 09.11.2017).

5. Дубик Е.А., Павлова И.А. Инвестирование человеческого капитала в инновационной экономики России // Экономика и предпринимательство. 2015. № 9–1 (62–1). С. 989–992.
6. Мохов А.А. Роль служб безопасности организаций в противодействии рейдерским захватам // Юрист. 2015. № 21. С. 42–46.
7. Федеральный закон от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» // Российская газета. 2004. 5 августа. № 166; Официальный интернет-портал правовой информации (www.pravo.gov.ru). 2014. 12 марта. № 0001201403120013.
8. Титова Ю. Утверждаем локальный нормативный акт // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. 2015. № 2. С. 26–34.
9. Трудовой кодекс Российской Федерации // Российская газета. 2001. 31 декабря. № 256; Официальный интернет-портал правовой информации (www.pravo.gov.ru). 2017. 30 июля. № 0001201707300025.
10. Демаков И.В., Новиков М.В., Павлова И.А. Совершенствование показателя приведенных затрат для экономической оценки инвестиционного проекта // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. С. 472.

КОНКУРЕНТНЫЙ МЕХАНИЗМ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ И СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ

Миронова Д.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В рыночной экономике одним из важнейших факторов роста продаж продукции предприятия является повышение уровня его конкурентоспособности и роли в занимаемой им рыночной нише.

Сегодня ни одна серьезная компания не может обойтись без конкуренции. Несмотря на разнообразные методы и формы конкурентной борьбы, каждая фирма пытается выработать свою конкурентную стратегию для достижения рыночного успеха.

Повышение уровня организации всех ключевых структур предприятия, занимающихся вопросами реализации продукции и оказанием услуг, расценивается в настоящее время как решающее условие роста его конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

Конкурентоспособность – сравнительная характеристика товаров, содержащая комплексную оценку всей совокупности его качественных и экономических свойств относительно выявленных требований рынка или свойств другого товара.

На конкурентоспособность продукции оказывают влияние 3 основных фактора:

- качество выпускаемой продукции;
- экономические показатели, определяемые затратами потребителя на приобретение и эксплуатацию товаров;
- организация продажи и продвижения товаров на рынке.

Проблема конкурентоспособности носит универсальный, всемирный характер. Ныне она затрагивает товаропроизводителей практически всех стран мира.

В рыночных условиях особое значение приобретает управление конкурентоспособностью предприятия. Проблемы достижения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов не могут быть оптимально решены без учета особенностей развития конкретной отрасли народного хозяйства.

В этих условиях успех хозяйствующего субъекта напрямую зависит от достижения конкурентоспособности и реализации конкурентных подходов, обеспечивающих его устойчивое рыночное положение.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности розничных торговых предприятий предполагает выработку мер по достижению и поддержанию конкурентных преимуществ на рынке потребительских товаров.

Главным фактором успеха в условиях рыночных отношений является конкурентоспособность, она может рассматриваться относительно таких объектов как товар, предприятие, отрасль, регион, страна в целом.

За последние десятилетия усиление конкуренции отмечено фактически во всем мире. Еще не так давно она отсутствовала во многих странах и отраслях. Рынки были защищены, и доминирующие позиции на них были четко определены. И даже там, где существовало соперничество, оно не было столь ожесточенным.

С переходом России на рыночные методы хозяйствования роль конкуренции в экономической жизни общества значительно возросла. Созданию полноценной конкурентной среды в нашей стране мешает засилье монополий, несовершенство антимонопольного законодательства и многое другое.

Сейчас в России парадоксальная ситуация: по мере расширения прав предприятий и ограничения властных полномочий органов управления все острее проявляется монополизм, который выражается в нарушении договорных обязательств, и участившемся натуральном обмене. Одним из факторов,

тормозящих развитие экономики на пути ее демократизации, является государственная монополия на предпринимательскую деятельность. Ни одно предприятие в России не может появиться без разрешения соответствующих государственных органов. Что же всё-таки необходимо в нашей стране для нормального функционирования рыночной экономики? В первую очередь – благоприятная конкурентная среда. Конкурентная среда может быть определена как исторически конкретная социально-экономическая структура общественного производства, особый тип социально-экономических отношений между субъектами и объектами. Она обеспечивает товарно-денежный обмен, организованный по законам товарного производства, и функционирует согласно строго рассчитанным целевым программам.

Государство в борьбе с монополиями использует меры экономического и административного характера.

Антимонопольное регулирование – это система нормативных правовых актов, направленных на преодоление негативных сторон монополии, связанных с властью, позволяющих им подавлять сводную конкуренцию и контролировать цены.

Методы антимонопольного регулирования:

- ограничение монополизации рынка;
- постоянный государственный мониторинг;
- запрещение установления монополистических цен;
- сохранение и поддержание конкуренции всех цивилизованных фирм.

Экономические меры:

- поощрение создания товаров-заменителей;
- поддержка новых фирм, среднего и малого бизнеса; привлечение иностранных инвестиций, учреждение совместных предприятий, зон свободной торговли;
- финансирование мероприятий по расширению товаров в целях устранения доминирующего положения отдельных хозяйствующих субъектов.

В 2006 г. в России принят Федеральный Закон «О защите конкуренции», который определяет организационные и правовые основы предупреждения, ограничения и пересечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции и направлен на обеспечение условий для создания и эффективного функционирования товарных рынков. В целях проведения государственной политики по ограничению монополистической деятельности создана Федеральная антимонопольная служба (ФАС). По

решению ФАС доля хозяйствующего субъекта может быть ограничена до 35% объема продаж на соответствующем рынке.

В современных условиях главными функциями государства становятся организация экономического, правового и социально-политического пространства для рыночного хозяйства, создание равных условий для всех форм предпринимательства.

Основное внимание уделяется качественным параметрам экономического развития: повышению качества жизни, защите окружающей среды и др. Отсюда можно сделать вывод, что антимонопольное законодательство закрепляет основополагающие правила деятельности на рынке хозяйствующих субъектов.

Но уровень развития конкуренции в нашей стране явно недостаточен.

Называются несколько причин:

- приватизация не привела, как ожидалось, к появлению эффективных собственников, которые заботились бы о развитии предприятия;
- принудительная реструктуризация предприятий не была использована должным образом, хотя могла бы облегчить массовое образование новых конкурентоспособных хозяйствующих субъектов;
- малый бизнес так и не получил должного развития. У него больше возможностей манипулировать капиталом, переключаясь с одного вида деятельности на другой, ниже операционные расходы, у работников выше чувство причастности к делам фирмы и заинтересованность в её успехе. Даже в условиях повышенного риска малые предприятия охотно берутся за новации. Как показывает зарубежный опыт, чем выше доход малых предприятий в общем числе хозяйствующих субъектов и численности занятых, тем меньше безработица и больше конкуренция.

Для демополизации экономики и развития конкуренции необходимо:

- наладить антимонопольный контроль за проведением конкурсов, торгов, аукционов, в том числе при размещении заказов на поставки продукции для государственных и муниципальных нужд (только в 1998 г. финансовые обороты на таких конкурсах и торгах достигли 122 млрд. рублей);
- ввести жёсткие меры против действий региональных властей, препятствующих свободе перемещения товаров и капитала по всей России;
- совершенствовать правовое регулирование использования государственных средств для расширения конкурентной среды, снижения концентрации производства и уменьшения ведомственного монополизма;

- адаптировать конкурентную политику к международным принципам и правилам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Данченко Л. Маркетинг: Учебник и практикум., Юрайт., 2013 – 486 с.
2. Коротков Э.М., Шестопап Ю.Т., Дорофеев В.Д. Конкурентные позиции бизнеса. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 325 с.
3. О’Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход, Питер, 2011 – 359 с.
4. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. – М.: Изд. Дом Вильямс, 2012 – 400 с.
5. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и Россия. 2012 г.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Молодцов М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что с каждым годом число организаций, находящихся в стадии банкротства, в России увеличивается. Если в 2008г. обанкротилось около 6,5 тыс. организаций, то уже к 2015г. это число увеличилось вдвое. Рассмотрим динамику банкротств в РФ за последние 10 лет (см. Рис. 1):

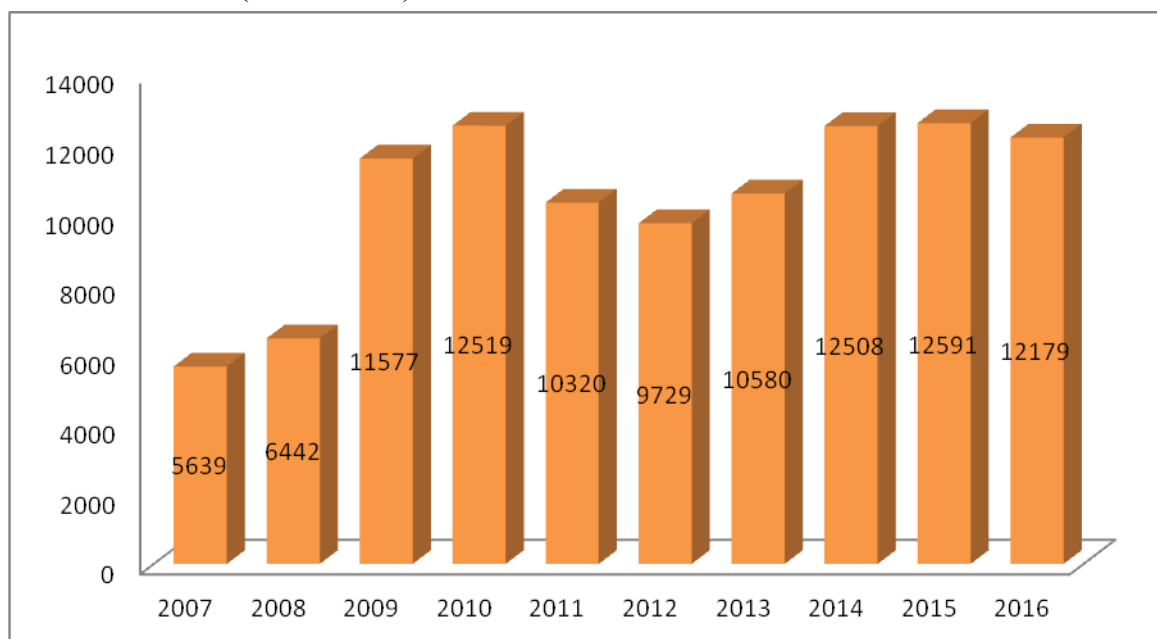


Рисунок 1. Динамика банкротств в РФ за 2007-2016гг.

Анализируя данные отображенные на рисунке выше, необходимо отметить, что в 2010 и 2015 годах наблюдались максимальные значения по количеству организаций, находящихся в стадии банкротства. Оба этих года являются посткризисными: экономика перестраивалась, и многие организации оказались просто неготовыми к серьезными изменениям.

2017 год обещает быть рекордным. В третьем квартале текущего года о банкротстве объявили 3227 компаний. Это на 3% больше, чем в предыдущем квартале и на 12,4% больше, чем в третьем квартале 2016 года. Чаще стали банкротиться организации, работающие в сфере строительства, оптовой торговле, пищевой промышленности и машиностроении [1].

К основным причинам возникновения финансовой несостоятельности субъектов предпринимательской деятельности можно отнести следующее:

- рост дебиторской задолженности (и как следствие рост кредиторской задолженности);
- снижение объемов реализации выпускаемой продукции;
- ошибки в управлении (принятие неэффективных управленческих решений, экономические ошибки);
- неэффективная работа отдела маркетинга и сбыта;
- отсутствие разграничения показателей платежеспособности организаций по видам экономической деятельности.

По данным статистики к самым «банкротящимся» отраслям относятся: оптовая и розничная торговля, предоставление коммерческих услуг и строительство. На долю этих трех видов деятельности приходится более половины всех банкротов.

В виду вышеизложенного особое внимание уделим проблеме отсутствия разграничения показателей платежеспособности субъектов предпринимательской деятельности в целях диагностирования финансовой несостоятельности.

ФНС России выделяет в отдельную категорию должников стратегические предприятия. Для оценки финансового состояния таких организаций принят соответствующий нормативно-правовой акт [2].

Автор считает, что необходимо выделять не только данную категорию должников, но и другие категории субъектов предпринимательства по видам экономической деятельности.

Дальнейшее применение действующих рекомендуемых значений коэффициентов можно считать в некоторых случаях нецелесообразным, потому что они не учитывают отраслевую специфику деятельности организации.

Например, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (где рекомендуемое значение не превышает 0,1) будет сильно разниться у строительной компании и организации, оказывающей коммерческие услуги. Чаще всего строительная компания работает за счет заемных ресурсов, с очень незначительным собственным капиталом, а организации, оказывающие коммерческие услуги, напротив, редко прибегают к займам, в связи с этим необходима корректировка и пересмотр нормативного значения данного коэффициента. По результатам финансовых анализов зачастую получается отрицательное значение этого коэффициента, что является фактом превышения краткосрочных обязательств над оборотными активами. В каждой отрасли структура активов и методы управления ими имеют индивидуальные особенности. Например, если компания управляет недвижимостью и получает доход от сдачи ее в аренду, то объем оборотных активов по отношению к валюте баланса будет минимальным.

В то же время финансово-экономическое состояние торговых и производственных предприятий во многом зависит от эффективного управления запасами и от размера дебиторской задолженности. В связи с этим необходимо применять более «жесткие» значения коэффициентов для таких отраслей как торговля, электроэнергетика и строительство по сравнению, например с отраслью «телекоммуникации»

Самые жесткие требования к текущей и быстрой ликвидности предъявляет нормативное значение именно для строительной отрасли. Это объясняется тем, что ликвидность на рынке строительных услуг является базисом бизнес-потенциала компании, который формирует рыночную стоимость компании через постоянную оценку ликвидности активов.

Необходимо также разграничить нормативные значения для коэффициента соотношения собственных и заемных средств. Если в строительстве и электроэнергетической компании характерно преобладание заемных средств над собственными, то для них целесообразно расширить «доверительный интервал» данного коэффициента. Напротив, слишком высокая доля заемных средств у сельскохозяйственной организации приведет, скорее всего, к банкротству.

Специфика деятельности каждой отрасли уникальна. К примеру, в строительстве один из самых продолжительных производственных циклов, который обуславливает повышенную потребность в оборотных средствах. В сельском хозяйстве основные направления деятельности, длительность циклов, дифференциацию в себестоимости и рентабельности видов продукции

определяют почвенно-климатические особенности. И есть организации транспорта, чей продукт вообще не имеет вещественной формы, а средства производства не имеют в своем составе сырья. Как видно из примеров, каждая отрасль характеризуется специфическими особенностями, не характерными для любой другой отрасли. В связи с этим необходимо вводить «доверительные интервалы» коэффициентов с поправкой на отрасль.

По мнению автора, основным показателем, отражающим финансовую несостоятельность организации является показатель платежеспособности по текущим обязательствам, который отражает платежеспособность организации, объемы ее краткосрочных заемных средств и период возможного погашения организацией текущей задолженности перед кредиторами за счет выручки.

Для разграничения коэффициента текущей платежеспособности автором была выбрана оптовая торговля. В данной работе проведено авторское исследование зависимости влияния абсолютной и текущей ликвидности на изучаемый показатель. Информационной базой для данного исследования послужили данные с Единого федерального реестра сведений о банкротстве [3]. Таким образом, были отобраны 21 предприятие, основным видом деятельности которых являлась оптовая торговля. Автор построил модель зависимости этих показателей на основе результатов финансовых анализов рассмотренных организаций, по результатам которой получено уравнение:

$$Y = 3.83 - 41.7 \times X1 + 6.33 \times X2, \text{ где}$$

Y-степень платежеспособности, X1-абсолютная ликвидность, X2-текущая ликвидность. Для нормального функционирования предприятия величина текущей ликвидности должна быть в пределах от 1 до 2. В случае если коэффициент менее единицы предприятие не в состоянии вести текущую финансово-хозяйственную деятельность в нормальном режиме, так как для покрытия текущей задолженности возникает необходимость привлечения долгосрочных заимствований. Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена немедленно. Для нормального функционирования предприятия значение данного показателя должно быть в пределах 0,2-0,5.

Для разграничения значения текущей платежеспособности исходя из начальных пограничных значений двух коэффициентов ликвидности было получено значение 1,833, которое означает, что для организаций, работающих в сфере оптовой торговли степень платежеспособности не должна превышать 2, а не 3 как это следует из нормативных документов. На основе результатов исследования автор предлагает использовать в дальнейшем для оценки

финансовой несостоятельности организаций, работающих в сфере оптовой торговли, значение показателя степени платежеспособности по текущим обязательствам не превышающим 2.

Данная методика позволит более грамотно подходить к оценке финансового состояния организаций, работающих в различных сферах экономической деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // URL: <http://www.gks.ru>
2. Приказ Минэкономразвития РФ от 21 апреля 2006 г. N 104 "Об утверждении Методики проведения Федеральной налоговой службой учета и анализа финансового состояния и платежеспособности стратегических предприятий и организаций"
3. Единый федеральный реестр сведений о банкротстве [Электронный ресурс] // URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАРТАПА

Молочкова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательство-это особый вид хозяйственной деятельности, которому присуще новаторство, которое приводит к нарушению рыночного равновесия. А бизнес использует это нарушение рыночного равновесия, которое вызвано предпринимательством. Когда есть разрыв между спросом и предложением, то бизнес, используя это, выпускает продукцию и получает дополнительный доход, как результат реализованной инициативы. С течением времени, когда все большее количество бизнесменов внедрит новейшие технологии,используя технологии предпринимателя,рынок выравнивает условия для производства и обращения и в соответствии с законом полезности,дополнительный доход будет сокращаться. Снижение доходов заставляет бизнесменов проводить диверсификацию, способствуя восстановлению рыночного равновесия.[1]

Если рассуждать логически, то получается, что предпринимательство отличается от бизнеса только тем, что ему присуще новаторство, которое приводит к рыночному равновесию.

В отличие от бизнеса, предпринимательство встречается реже, и как

сказал Й.Шумпетер «предприниматель остающийся таковым на протяжении десятилетий, встречается так же редко, как и коммерсант, который никогда в обычной жизни не бывал хотя бы немного предпринимателем» [3] т. е. в нашей жизни мы как правило сталкиваемся с бизнесом. Бизнесмен может всю свою жизнь заниматься бизнесом и ни дня не быть предпринимателем, но экономика без предпринимательства не может существовать.

Допускается равнозначность термина «предпринимательство» и «бизнес», и это верно, т.к. узкий термин «предпринимательства» соответствует термину «бизнес» в широком смысле.

Так как результат предпринимательской деятельности связан с целью этой деятельности, главным атрибутом которой является удовлетворение спроса общества на конкретный продукт (услуга, товар), то соответственно объектом предпринимательской деятельности являются предоставленная услуга, или произведенная продукция, которые могут удовлетворить потребности общества и предлагаются на рынке для приобретения, потребления или пользования.

Товары и услуги, которые являются продуктом предпринимательства, охватывают самый большой круг вещей, предметов, в которых нуждается общество (семьи, фирмы, государство). Это могут быть услуги, потребительские товары, материальные и духовные ценности, строительные работы, информация, в общем все, на что люди предъявляют спрос, за что они готовы платить.

Кафе на колесах.

Анализ бизнеса:

- 1) небольшие затраты;
- 2) для городов от 250 000 человек;
- 3) низкий уровень конкурентности;
- 4) быстрая окупаемость

Очень часто точки общественного питания находятся в невыгодном местоположении и, наверное, многие владельцы этих заведений просто на просто сдавались и закрывали кафе по причине убыточности.

НО ВОТ ИДЕЯ! Кафе на колёсах (автокафе). Это могут быть переоборудованные автобусы и фургоны.

Затраты на начинание такого предприятия на много меньше, чем на открытие стационарного кафе. Большой плюс этого - отсутствие арендной платы, которая во многих проектах самая большая статья расходов.

Автокафе должно соответствовать требованиям:

-противопожарным нормам (исправность электрооборудования, наличие

средств пожаротушения);

-техническим правилам (копия техпаспорта фургона, фотография, сертификат соответствия, к тому же необходимо иметь договор с поставщиком продуктов);

-санитарно-эпидемиологической службы (сертификаты соответствия на используемое оборудование; договоры на обеспечение привозной водой, на утилизацию твердых отходов и уборку прилегающей территории);

-внос и вынос продуктов должен осуществляться через разные двери;

-наличие медицинских книжек у работников;

-разрешение муниципальных властей на ведение торговли.[2]

Плюсы:

1)большая аудитория;

2)быстрая смена местоположения;

3)быстрая окупаемость;

4)небольшие затраты;

5)низкая конкурентоспособность;

6)отсутствие арендной платы.

Минусы:

1) эту идею не одобряют санитарные службы города;

2) «Роспотребнадзор» не выпустит такого вида автомобиль на маршрут (т. к. любое заведение общепита должно быть подключено к стационарному водопроводу и канализации);

3) пожарная безопасность.

Сопоставив все плюсы и минусы можно прийти к выводу, что этот бизнес не жизнеспособен, хоть и рентабелен.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» от 14.07.1995.

2. Асаул А.Н.,Скуматов Е.Г.,Локтеева Г.Е. Методологические аспекты формирования и развития предпринимательских сетей . 2005 г. С. 1-5.

3. Шумпетер Й. Теория экономического развития,М., 1982.С.174

БЕСПИЛОТНЫЕ АВТОМОБИЛИ: ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ТРАНСПОРТНОЙ ЭКОНОМИКИ

Муханбеткалиев А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

За последние несколько лет в индустрии производства беспилотных автомобилей произошел невероятный прогресс. Все указывает на то, что будущее, в котором мы сможем сесть в машину и заниматься своими делами, пока она сама везет нас до места назначения, уже совсем не за горами.

Правда, до полной автоматизации транспортных средств дело пока не дошло - несмотря на то, что машины становятся все более самостоятельными, участие в процессе водителя все еще необходимо.

Но может ли и это вскоре измениться?

Как сообщает Bloomberg, компания Ford [1] собирается перейти к полной автоматизации беспилотных автомобилей. В статье говорится, что такое решение было принято потому, что инженеры, производящие тестовые поездки на беспилотниках, стали засыпать за рулем от скуки - ведь им практически ничего не надо было делать.

В компании Ford Би-би-си рассказали, что эта история правдива только частично: "Сообщения о том, что инженеры компании стали засыпать во время тестирования беспилотных автомобилей являются неточными".

Но, гласит заявление компании, "высокий уровень автоматизации процесса без полной автономности может создать ложное чувство безопасности для водителя".

Это означает, что водителям будет сложно быстро взять ситуацию в свои руки в случае, если автоматическая система управления перестанет справляться.

Именно поэтому в Ford рассчитывают перейти сразу к тому, что называется четвертым уровнем по классификации Сообщества автомобильных инженеров (SAE) - "автономии без участия водителя в процессе движения в определенных областях".

SAE - международная организация, которая среди прочего разработала систему классификации автоматизации автомобилей. Она состоит из 6 уровней: начиная с нулевого, где водитель полностью контролирует процесс движения, и заканчивая пятым, где автомобиль полностью делает все сам в любых обстоятельствах.

В январе на Международной выставке потребительской электроники (CES) [2] в Лас-Вегасе представитель Ford в конфиденциальном разговоре рассказал, что компания планирует выпустить полностью автоматизированную машину уже в 2021 году.

"Автомобиль, который мы запустим в 2021 году, будет полностью автоматизирован - у него не будет ни руля, ни педали тормоза. Это означает, что водителю не придется в какой-то момент брать управление транспортным средством на себя - оно само будет знать, что делать в любой ситуации", - рассказал представитель компании.

Вопрос доверия

Другие представители индустрии склонны считать, что эволюция процесса автоматизации транспортных средств будет более плавной, так как водителям потребуется время, чтобы научиться доверять автомобилям.

Но вполне понятно, почему в компании Ford видят проблему в неполной автоматизации, при которой водителю придется периодически включаться в процесс управления.

Возможно, по мере того как технологии будут улучшаться, мы будем чувствовать себя расслабленно - сможем не тянуться к рулю, а вместо этого перекусить или посмотреть фильм. Но тогда мы не сможем быстро среагировать в случае, если понадобится вмешаться.

Именно поэтому в Ford планируют перейти к полной автономности беспилотных автомобилей - но насколько это реально?

Ведущий британский специалист в этой области, Пол Ньюман, чья фирма Oxbotica занимается разработкой автономных транспортных средств, полагает, что в компании Ford серьезно настроены на счет запуска в 2021 году [3]. Но, отдельно подчеркивает Ньюман, то, что планируют сделать в Ford - это не автомобиль, который действительно сможет ездить куда угодно, а так называемое "передвижение как одна из услуг". Транспортное средство будет принадлежать компании, а действовать, по сути, как автономное такси.

"Это будет ограниченное обслуживание по конкретным маршрутам. Как автобус не может поехать куда угодно, так же и вы сможете ездить только там, где будете уверены, что автомобиль сможет функционировать", - объясняет Ньюман.

По его мнению, для начала полностью автоматизированные транспортные средства будут ездить с небольшой скоростью по городу, а не по автострадам.

"Задача в том, чтобы автомобили, таким образом, учились и постоянно расширяли свои возможности", - добавляет Ньюман.

Итак, мы имеем две конкурирующие стратегии. Большая часть автомобильной индустрии работает над тем, чтобы вместить как можно больше автоматизированных возможностей в то, что будет выглядеть как традиционный автомобиль, - в надежде, что им удастся до 2030 года достичь полной автоматизации (пятого уровня по классификации SAE).

Но Ford и Google считают, что создание транспортного средства, которое по виду будет отличаться от привычных нам, даст им возможность соответствовать четвертому уровню классификации - полной автономизации в определенных областях. Так они надеются быстрее изменить наше представление об автомобилях в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1) Ford and Lyft will work together to deploy autonomous cars. URL: <https://www.theverge.com/2017/9/27/16373574/ford-lyft-self-driving-car-partnership-gm>
- 2) CES - всемирная выставка CES. URL: <https://hi-news.ru/tag/ces>
- 3) Selenium превращает любую машину в беспилотник. URL: <https://enginclub.ru/selenium-prevrashhaet-lyubuyu-mashinu-v-bespilotn/>

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЛЯ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ РОССИИ

Родюшкин Е.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Самые успешные бизнесмены — те, кто ничего не боятся. Данное утверждение справедливо для всех видов бизнеса, в том числе, и для такого бурно развивающегося в современной России направления, как электронная коммерция. Успех сайтов Али-баба, Озон, ряда отечественных сайтов демонстрирует положительный опыт в сфере налаживания он-лайн торговли.

Успеха достигают сегодня в любых видах предпринимательской деятельности. Ее перспективными направлениями считаются востребованные на современном рынке, приносящие доход и обладающие тенденцией к развитию. Легче плыть по течению и приложить усилия в том направлении, которое находится на стадии формирования, т.к. имеются свободные ниши, где

конкуренция ниже. Это является важным для молодых предпринимателей, у которых опыт ведения бизнеса недостаточен.

Молодое поколение отличается от предыдущего отсутствием страха, "данного нам в ощущение" во время "лихих девяностых", когда только происходило становление экономики, практически нерегулируемой законодательно. Рейтинг предпринимателей до 30-лет, добившихся значительных успехов и попавших в список Forbes, торгуя через интернет, впечатляет и побуждает к действию новых бизнесменов.

Рынок электронной коммерции в России еще не сформирован окончательно, т.е. предпринимательство в этой сфере является перспективным, и вероятность успеха молодой компании в данном сегменте достаточно велика. Мобильность, непрерывно расширяющиеся возможности современных интернет-площадок, их доступность для широких групп населения остаются основными преимуществами для выбора молодежью поля для деловой активности. Также важны склонность современной молодежи к использованию интернет-технологий, готовность осваивать новые программные приложения.

Под электронной коммерцией подразумевают экономическую деятельность, основанную на применении электронных информационных технологий [1]. Электронная коммерция как направление малого бизнеса - деятельность, содержащая торговые, финансовые операции и бизнес-процессы, осуществляемые в интернете.

Информационные технологии все активнее проникают в различные сферы человеческой деятельности, и интернет-бизнес является прогрессивным, востребованным и удобным видом деятельности, т.к. позволяет реализовать многие инновационные идеи. В мировых масштабах около 30 % он-лайн бизнес-проектов конкурентноспособны. Российские бизнес-проекты, связанные с электронной коммерцией, менее успешны, так как развитие интернета в нашей стране началось 17 лет назад.

Можно привести пример успешного ведения бизнеса в Интернете. Электронный магазин Wildberry.ru считается одним из самых успешных - в 2012 г. он даже обошел по числу продаж Ozon.ru – за месяц делается 350 тысяч заказов. Сама хозяйка Т.Бакальчук, несмотря на многие предостережения окружающих и минимальные средства, возвела миллионный бизнес, первоначально имея склад в одной комнате. Секрет успеха видится в энтузиазме, постоянном усовершенствовании позиций магазина и наличии свободной ниши в данном сегменте рынка[1].

Электронный бизнес подразделяется на следующие виды:

1. B2B-бизнес для бизнеса. Наиболее развитый сегмент бизнес-деятельности в интернете, т.к. здесь предоставлены широкие возможности;
B2C - бизнес для потребителя. Он-лайн торговля в розницу;
2. B2A - бизнес для администрации. Сотрудничество коммерческих структур с государственными организациями различного уровня, включая международные;
3. B2A - бизнес для администрации. Потребители могут оплатить коммунальные услуги, налоги, штрафы. Это облегчает взаимодействие населения и государственных структур в социальной и налоговой сферах. В настоящее время данный сегмент менее развит и обладает значительным потенциалом развития.
4. C2C- потребитель – потребитель. Взаимодействие потребителей для обмена опытом использования сайтов услуг, коллективных закупок, аукционов и т.д.

Согласно сведениям Ассоциации компаний интернет торговли, доля e-commerce в ритейле РФ составляет всего 4%. В то же время, в сфере B2B ситуация намного успешнее: по данным Эксперт-РА, доля крупных заказчиков, применяющих электронные закупки, достигает в настоящее время уже 80%. Электронными магазинами совершенствуется система доставки "на следующий день", механизм возврата товаров, развивается сеть складских помещений, открываются региональные представительства компаний, что является важным для развития электронной коммерции в сегменте B2C [2].

Игроки международного уровня – Alibaba, Indiamart достигли успеха спустя определенный период времени, в то время как у России подобный временной резерв отсутствует в связи с более поздним приходом интернета к широким группам населения. Поэтому молодым предпринимателям необходимо использовать имеющийся потенциал уже в настоящее время.

Одним из основных вопросов остается финансирование проекта. Одним из возможных вариантов стартапа для молодого предпринимателя может явиться не электронный магазин, для раскрутки которого все же потребуются минимальные вложения в виде штата сотрудников, склада, а создание консультационного сайта, по оказанию услуг населению, сайт-страничка [3].

Для российской экономики электронный сегмент является также мощным социальным резервом, вовлекающим социально недостаточно защищенные и маломобильные группы населения (молодые матери, инвалиды).

Привлекательность онлайн-бизнеса заключается в следующем:

1. Незначительные расходы на рекламу;
2. Возможность применения нестандартных маркетинговых ходов;

3. Сокращение издержек на дизайн, доставку и производство;
4. Возможности своевременного анализа реакции потребителей, изменения их предпочтений;
5. Выявление рыночных ниш и разработка стратегии на перспективу;
6. Простота доступа к новым рынкам сбыта, включая зарубежные;
7. Вовлечение покупателей в процесс улучшения качественных характеристик предлагаемых товаров.

Важным фактором, способствующим развитию онлайн торговли в России, является расширение возможностей безконтактных способов оплаты доставки товаром и услуг. Необходимо также усиление взаимодействия бизнеса и власти для формирования новой "электронной экономики".

Таким образом, электронная коммерция представляется весьма перспективным направлением для ведения бизнеса молодыми предпринимателями вследствие свободных ниш на рынке, начальной стадии развития данного вида бизнеса, его привлекательности благодаря применению современных технологий, быстрой отдачи в случае правильно выбранного сегмента, достаточно низких рисков, возможности расширения оборота за счет привлечения различных источников инвестиций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кубкина Ю.С. Электронная коммерция: роль, понятия, направления развития // Terra Economicus. 2012. Т.2. Ч.2. С.53-55.
2. Ольшанский А.В. Использование электронной коммерции в современных условиях развития отечественных компаний // Сетевой научно-практический журнал. 2014. С.80-88.
3. Савченко Н. К., Шакирова Ю. К. Электронная коммерция — инновационная форма ведения бизнеса // Молодой ученый. 2017. №5. С. 235-238.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧНЫХ ДОМОВ

Скрипникова Н.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В XXI веке самой печальной темой является экология и все то, что с ней связано. К сожалению с очень быстрыми темпами роста количества промышленных городов, фабрик и производств, данная проблема лишь возрастает, но никак не находит адекватного и стабильного решения. Люди всеми способами пытаются защитить свое здоровье, некоторые уезжают из

городов с численностью населения более миллиона, другие ищут решения в изобретениях, создавая при этом что – то новое, так и возникают инновации в разных сферах.

В Сингапуре создали фильтр защищающий дом от смога, можно сказать, что эта проблема началась двадцатилетие назад в нашей стране — это общая проблема, которая одинаково сильно касается и промышленных центров и небольших населений. Естественно, что людям, страдающим от смога хочется, защитить себя от этого темного, грязного и вредного воздуха, и специально для этого в Национальном Университете Сингапура были разработаны воздушные фильтры. Которые имеют конструкцию, встраиваемую в оконное отверстие, оно очищает воздух от лишних и вредоносных частиц, но они в свою очередь не пропускают ультра – фиолетовые лучи и не уменьшают при этом естественное освещение.

Команда университета разработала специфические органические молекулы химического соединения под названием фталоцианин. Эти молекулы самоорганизовывались в структуры нановолокон, которые хорошо цепляются за многие материалы и становятся прозрачными после высыхания.

Воздушные фильтры могут заблокировать до 90 процентов частиц размером менее 2.5 микрон, ведь именно они являются самыми опасными и вредоносными для человеческого организма.

Тан Сви Чин[1], ведущий исследователь, очень серьезно относится к экологическим проблемам и считает что, человечество нуждается в нанотехнологических изобретениях, но в бюджетном варианте. Это верно, проблема очень масштабная и в данном изобретении будут нуждаться многие ,нужно минимизировать издержки на производство и позволить приобретать фильтры всем кто в них нуждается. В настоящее время большинство нановолокон используется в воздушных фильтрах с высокой энергоемкостью производства, и требуют специализированного оборудования. Сингапурская команда ученых разработала простой, быстрый и экономичный способ получения качественных воздушных фильтров, которые эффективно удаляют вредные частицы и улучшают качество воздуха в помещении за счет улучшения вентиляции и уменьшения вредного воздействия ультрафиолетовых лучей. Так как материал прозрачный, исследователи говорят, что это может быть удобно для установки фильтров в окна и двери. В дальнейшем команда планирует расширить возможности фильтров и добавить антибактериальную функцию.

Рассмотрим данное предложение с точки зрения его применения на территории Российской Федерации. Вряд ли какая-нибудь компания в Москве или в Нижнем Новгороде, которая находится в центре города, откажется от чистого воздуха в офисе. Ведь по сути данная проблема влияет не только на здоровье, но и на саму работоспособность сотрудников. На мой взгляд, даже в некоторые жилые дома, например в автозаводском районе для начального этапа внедрить данный проект - это будет хорошей идеей. По сути данный район в Нижегородской области страдает больше всего. Загрязнение воздуха за счет производства автомобилей на «Горьковском Автомобильном заводе». Так и жилые дома, расположенные на центральных улицах города, к примеру, на проспекте Гагарина и Ленина, улице М.Горького и других.

А если рассматривать данное предложение с предпринимательской точки зрения, то инновация принесет собой, на мой взгляд, не малый доход. Так как на российском рынке и можно сказать мировом рынке, условно говоря, не будет конкуренции на данном этапе времени, и будет присутствовать абсолютная монополия. Выгода так же будет заключаться в том, что не будет конкуренции по начальному качеству выпуска продукции. Если здраво рассуждать, то первый год, выпуская данные фильтры нужно все равно улучшать и исправлять недочеты, приспособится к рынку. К тому времени как все это произойдет, на рынке безусловно появятся другие производители (конкуренты), но предприятие будет на той стадии, и не позволит обойти его по качеству.

Если рассчитывать только на российских предпринимателей, чтобы идея приобрела успех, прежде всего ее, нужно просто и в понятной форме объяснить покупателю, в чем ее суть. Востребованность будет зависеть от того, насколько заинтересует покупателей данная идея, можно приобщить средства массовой информации, рекламу на телевидении и газетах, всевозможные вывески и так далее. Можно попытаться привлечь государство к данному вопросу и на государственном уровне привлечь население. Так как данная проблема относится и к государственным.

Хорошая экология — здоровая нация!
Ведь как считали Френк Найт и Питер Друкер[2], что риск всегда присутствует когда ты организовываешь что то новое. Выделяя некоторые виды риска, такие как статический риск, неопределенный риск, который в свою очередь нельзя статически рассчитать, и так же истинную неопределенность которую никто к сожалению не может не предвидеть не рассчитать. Можно привести пример

тому, что изобретая интернет, социальные сети они тоже были подвержены риску, думаю рискнув тогда они сейчас не жалеют.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Тан Сви Чин ведущий исследователь Национального Сингапурского Университета (англ. National University of Singapore (NUS)), в исследовании «Экологические проблемы».
2. Management Challenges for the 21st Century (1999). Русскоязычное издание: Задачи менеджмента в XXI веке. — М.: «Вильямс», 2007. — С. 272. — ISBN 0-7506-4456-7
3. <http://www.ecosever.ru>, Статья от 27.03.2017 «Открытия в сфере экономики»

ПРОБЛЕМА ОТТОКА КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Солод О.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Мнения людей насчет сетевого маркетинга довольно неоднозначны. Одни высказываются о том, что это отличный способ подработки или даже основного заработка. Другие не доверяют такому виду бизнеса, считают, что сетевой маркетинг забивает людям головы, является финансовой пирамидой, запрещенной в РФ. Что же привлекает людей разных возрастов искать выгоды и обеспеченной жизни в многоуровневом маркетинге (MLM)? Для ответа на данный вопрос рассмотрим его с нескольких позиций.

Известно, что сетевой маркетинг – это способ продвижения товаров и услуг от производителя к пользователям через рекомендации и непосредственный контакт распространителя и потенциального клиента. Появившись в середине 20-го века, данный способ продажи продукции прогрессирует в 130 странах, обороты компаний растут ежегодно на 20-30%, все больше жителей планеты рекрутируются в данный вид бизнеса.

В России на данный момент функционируют более 1000 фирм, занимающихся сетевыми продажами, в них включено всего 7% жителей, образующих товарооборот данных компаний. За последние 4 года оборот продаж вырос с 2.7 до 11.1%, что составляет почти 2.2 миллиона долларов. С ростом товарооборота увеличивается и количество вовлекаемых в него людей [2].

В настоящее время в России насчитывается более 5 миллионов независимых представителей сетевых компаний, 89% из которых – женщины и

11 % - мужчины. Многие из них предпочитают сетевой маркетинг стабильности на работе. Лидеры данного вида бизнеса пропагандируют позицию: «чтобы взобраться на вершину, нужно посвящать огромное количество времени работе в сфере сетевого маркетинга, налаживая контакты с потенциальными покупателями». Именно поэтому эти специалисты предлагают посвятить себя только MLM, агитируя за уход с постоянной работы [3]. Известно, что основные объемы продаж — от 60% до 90%, делают не новички, а несколько лет проработавшие консультанты.

Как показывает практика, появление в России данного направления деятельности приводит к неоднозначным последствиям.

С одной стороны, освобождаются рабочие места, которые могут занять безработные люди. По данным статистики, в России на 2017 год уровень безработицы составляет 5.2%, что насчитывает почти 4 миллиона жителей. Это означает, что на каждое свободное место претендуют десятки потенциальных работников. Также, сетевой маркетинг создает дополнительные рабочие места, как правило, для тех, кто по каким-либо причинам не имеет возможности или желания работать в традиционной бюрократической организации или возглавлять свой бизнес.

С другой стороны, что весьма важно, в сетевой маркетинг уходят квалифицированные кадры, имеющие высокий уровень знаний и опыта в своей сфере. Безусловно, является значительной потерей как для работодателей, так и для общества в целом. Как известно, представителем сетевого бизнеса может стать человек любой профессии. Однако при потере ключевых кадров предприятия снижается научно-технический потенциал фирмы, а в глобальном смысле, если рассматривать экономическую систему как совокупность функционирующих организаций, уменьшается и потенциал регионов и страны в целом.

Для того чтобы разобраться, что привлекает людей заниматься данным видом бизнеса, рассмотрим его достоинства.

Среди них можно выделить:

1. Возможность начать бизнес без первоначальных вложений.
2. Высокая степень свободы действий занятого в сетевом маркетинге человека по сравнению с другими видами деятельности.
3. Консультант реализовывает себя как предприниматель, заработок которого напрямую зависит от проделанной им работы.
4. При правильной организации можно получить неплохой пассивный доход.

5. В этой отрасли нет возрастных ограничений и пределов заработка.

По данным Л.В. Камушкиной, проводившей социологическое исследование насчет адаптационных возможностей населения в системе MLM, в России возраст большинства занятых в организациях сетевого маркетинга (84.4%) дистрибьюторов - от 31 до 60 лет. 62.3% опрошенных работают в других местах: 54.2% - по найму, 18.1% являются предпринимателями. Тот факт, что 72.4% опрошенных дистрибьюторов имеют высшее образование, исследователь трактует в пользу двух тезисов. С одной стороны, это говорит о неостребованности высокообразованных профессионалов в стране. С другой стороны, их приток в сетевой маркетинг может означать, что в этой сфере они могут реализовать себя. Камушкина предлагает рассматривать сетевой маркетинг как «реальную альтернативу безработице, неудовлетворенности своим положением и маргинализации рабочей силы», поскольку в этой сфере заняты в основном люди, обладающие высокой профессиональной квалификацией [1]. Целых 37,7% опрошенных считают работу в области сетевого маркетинга единственной.

Говоря о достоинствах, нельзя оставить без внимания некоторые недостатки данного вида бизнеса:

1. Сетевой маркетинг – это, прежде всего, нестабильность, в отличие от работы в организации с фиксированной заработной платой за отработанное количество часов.

2. Из-за большого количества мошенников, которые представляются MLM-компаниями, репутация сетевого бизнеса в России невысока.

3. Недоверие к данной сфере бизнеса сказывается на доходах специалистов сетевого маркетинга.

4. Прибыль, получаемая при продаже товаров консультантами на регулярной основе, облагается налогом от 6 до 15%.

Подводя итог, следует помнить об отличительных особенностях российского сетевого маркетинга: в то время как в странах Запада MLM считается во многом «бизнесом для домохозяек», тогда как в нашей стране в данную сферу бизнеса интегрируется большое число высококвалифицированных специалистов, что негативно влияет на экономику конкретной организации и государства в целом.

По нашему мнению, возможность заработка с помощью продвижения продукции сетевого маркетинга является аргументом для незанятых слоев населения: сюда включены учащиеся, студенты дневного отделения, безработные, а также люди пенсионного возраста.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Камушкина Л.В. Об адаптационных возможностях населения в системе сетевого маркетинга // Социологические исследования. 2016. № 11. С. 142.
2. Латфуллин Г.А., Никитин А.С., Серебренников С.С. Теория менеджмента. - СПб.: Питер, 2016. - 464 с.
3. Уорри Эрик. Стань профи. 7 шагов, чтобы стать профессионалом в сетевом маркетинге. - М.: Эксмо, 2015. — 120 с.

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Солодухина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В данный момент нет единого определения понятия «конкуренция». Так, конкуренция - в нашем понимании — это соперничество экономических субъектов за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Другими словами конкуренция можно сказать — это борьба, соперничество за достижение новых выгод, а так же преимуществ.

Конкуренцию можно охарактеризовать как, экономическую категорию. Сущностью которой являются определенные экономические отношения по поводу экономического состязания между определенными хозяйствующими субъектами во время осуществлении ими своей предпринимательской деятельности, осуществляя при этом в своих собственных интересах независимые действия, которые привлекают покупательский спрос, необходимый для получения наибольшей суммы прибыли и при малых затратах.

Рассмотрим, как объясняют понятие конкуренция различные авторы.

Один из авторов, Квасникова.В. рассматривает конкуренцию, как «соревнование организаций на рынке за предпочтения потребителя с целью получения максимальной прибыли или дохода [2 стр.7]». Макконнел.К. и Бро .С. определяет ее, как «наличие на рынке большего числа независимых покупателей и продавцов и возможность для покупателей и продавцов свободно входить на рынок и покидать его».

А также следует не забывать, о том, как важно правильно определить конкурентную среду.

Установить конкурентную среду - это значит, повлиять на развитие торгового обслуживания могут только те торговые субъекты, которые в результате своего роста и инвестиционной привлекательности способны существенно усилить все факторы их конкурентного преимущества за счет вложения в торгово-технологический процесс реальных средств.

Также можно обратить внимание на то, что нет общего определения понятия «конкурентоспособности».

Конкурентоспособность — способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях.

Немного можно выделить определение В.В. Квасниковой , которая определяет конкурентоспособность, как «многоаспектное понятие, характеризующие динамическое состояние объекта оценки, определяемое совокупностью конкурентных преимуществ и выраженное в способности выдерживать конкуренцию в системе рыночных отношений в рассматриваемый период» [2 стр.8]». Также мы можем подчеркнуть высказывание Кипермана.Г.,определяет конкурентоспособность организации как способность противостоять на рынке другим изготовителям и поставщикам аналогичных услуг (конкурентам) как по степени удовлетворения своими услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.

Основными свойствами конкурентоспособности являются относительность и динамический характер. Потребители выбирают для себя только те товары и услуги, которые для них более важны, поэтому для того, чтобы привлечь их внимание и удержать покупателя на долгое время, предприятию розничной торговли необходимо предоставить ему большую ценность по сравнению с конкурентами.

Основные существующие конкуренты на рынке торговой розницы. Можно выделить основных конкурентов ими являются крупные розничные сети, такие как X5, Billa, Ашан, Перекресток, Лента, Карусель. На региональных рынка РФ конкурентами помимо федеральных розничных сетей являются местные сети, занимающие существенные доли на локальных рынках.

Розничная сеть «Новый век » осуществляет свою деятельность в Нижегородской области, где занимает лидирующие позиции наряду с другой местной розничной сетью: «Калинка». Из крупных федеральных сетей в регионе представлены, «Пятерочка», «METRO Cash&Carry », «Магнит».

В секторе розничной торговли непрерывно происходит быстрое изменение конкурентной ситуации, которое связано с вторжением на

российский рынок глобальных сетевых операторов и из - за этого отечественным оператором приходится быстро и интенсивно вырабатывать новые деловые стратегии для поддержания конкурентоспособности.

Нижний Новгород в рамках своих полномочий ориентируется, в первую очередь, на малый и средний бизнес. Город выделяется высокой степенью гибкости, оперативностью реагирования на изменения спроса, а именно малый бизнес своей практикой непосредственных контактов с потребителем быстрее всего ориентируется на запросы населения. Для улучшения программных мероприятий предусмотрена финансовая поддержка субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, которые образуют инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Отдельное внимание уделяется популяризации роли предпринимательства и формированию его положительного имиджа среди жителей города.

В заключение можно выделить, что добиваться заданных целей на территории города Нижнего Новгорода можно посредством реализации мероприятий, которые целенаправленно направлены на создание условий для развития предпринимательства, потребительского рынка и услуг, развития инвестиционной деятельности; мероприятий.

В настоящее время на территории города действует муниципальная программа «Развитие экономики города Нижнего Новгорода на 2015-2019 годы», одной из задач которой является развитие конкуренции в городе Нижнем Новгороде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. О защите конкуренции : Федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ.- В ред. от 29.07.2017.
2. Квасникова, В.В Конкурентоспособность товаров и организации: Учебник. — М.:НИЦ ИНФА — М; 2013 — 184 с.
3. Официальный сайт Министерства экономического развития и торговли РФ - <http://www.economy.gov.ru>

ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ

Суходоев Н.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современной российской экономике особую значимость для любого предприятия, его роста и развития, обеспечения конкурентных позиций на

рынке приобретают инновационные методы при исследовании проблем управления ресурсами. Анализ потенциала инновационного развития ресурсов зависит от межрегиональной их дифференциации. Новые и возобновляемые источники ресурсов должны быть в поле зрения руководителей предприятий и использоваться для реализации технологических программ развития. Потенциал ресурсов оценивается не только по их направлениям использования, но и доступности их [3] .

Инновационное управление ресурсным потенциалом наиболее сложный процесс для любого уровня организаций [4] . Главными здесь становятся административные команды по внедрению инноваций. Реализация инновационных программ ресурсного обеспечения требует результативности перехода предприятия на внедрение программ. Данное усовершенствование позволяет видеть перспективы развития организации на основе использования инновационных ресурсов. Руководитель может мобилизовать коллектив на создание данных ресурсов, а также при необходимости найти их источники. Квалификация руководителя здесь характеризуется его компетенцией и навыками использовать новейшие ресурсы и технологии их использования

Использование административных методов в формировании и использовании ресурсного потенциала является прерогативой управленческого персонала высшего уровня. Инновационное управление ресурсным потенциалом предполагает использование экономических методов анализа системы управления и при необходимости внесения изменений в выбранную систему поощрения. В этом случае используются психологические методы, так как инновационное управление может осуществляться как силами сотрудников организации, так и с привлечением консультантов или специалистов со стороны. Работа над программами ресурсного развития требует высокого профессионального уровня специалистов, так как качество ресурсного потенциала в большей мере зависит от интеллектуального уровня и компетенции сотрудников.

Программу инновационного управления ресурсным потенциалом необходимо обязательно документально оформить [5]. Она будет представлять собой внутренний документ, утвержденный директором, предназначенный для пользования строго в пределах предприятия. Форма документа выбирается в соответствии с принятыми стандартами внутренней документации предприятия. Документ обязательно должен быть утвержден директором предприятия. В дальнейшем он должен быть ориентиром для организации

деятельности предприятия с учетом установленной миссии, поставленных целей и разработанных инновационных программ.

К числу основных факторов развития любой организации следует относить инновационные компоненты, которые могут способствовать преобразованию производственной сферы, обновлению управленческого аппарата, побуждая организацию эффективно использовать экономический и ресурсный потенциал. Реализация современных технологий управления ресурсным потенциалом является новаторским направлением перехода предприятий на высокотехнологический уровень развития и повышает их экономическую и организационную устойчивость. Этот усовершенствованный путь развития любой организации характеризуется:

- инновационным менеджментом в управлении персоналом;
- оптимальными средствами для мотивации персонала;
- ресурсными целями и инновационными результатами

НОУ-ХАУ.

Данный тип организационного развития можно назвать инновационным, так как он представляет собой разновидность интенсификации управления [2]. Он рассматривается не только с позиций объема использования новых ресурсов, но и получения в результате оптимальной доходности. Однако, данный путь развития преимущественно интенсивен, но эта интенсивность системная, максимально результативная в условиях роста конкуренции.

Ресурсное развитие по инновационному пути представляет собой систему показателей, выработанных организацией и определяющих стратегию его совершенствования. Результативность организационно-экономических нововведений, обеспечивает более интенсивное использование ресурсов.

Подобный тип ресурсного развития является новейшим новаторством, т.к. взамен большого объема производимых ресурсов требуется индивидуальный ресурсный потенциал [1]:

- нанотехнологии и прогрессивная техника;

- качественные образовательные ресурсы;

- достижения в области управления;

- новые информационные технологии.

В качестве факторов инновационного развития рассматриваются различные виды ресурсов с совокупностью новых свойств. Среди них новые технические системы, логистические комплексы, методы исследования, системы мотивации персонала, квалификация наемных работников, евент - управление.

Все данные факторы во взаимодействии влияют на ресурсное обеспечение предприятий через инвестиционную привлекательность, возрастание инновационности ресурсов в рыночной среде. Результативность такого воздействия во многом зависит от пропорциональности, согласованности во времени использования организационных факторов инновационного свойства.

Исходя из концепции инновационного развития, может быть сделан вывод о том, что развитие организации можно представить как системный процесс изменения его экономической, экологической, социальной, пространственной сфер на основе инновационного управления ресурсным потенциалом. Это приводит к качественным преобразованиям в управлении и, следовательно, к ускорению внедрения инноваций. Таким образом, инновационное управление ресурсным потенциалом выступает как антипод кризисного развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Суходоев Д.В., Суходоев Н.Д. Инновационное развитие региона на основе его ресурсного потенциала. В сборнике: Актуальные проблемы современной науки. Сборник статей международной научно-практической конференции в 4 частях. Ответственный редактор А. А. Сукиасян. 2013. С. 241-245.
2. Суходоев Н.Д. Моделирование системы управления ресурсами региона.//Уральский научный вестник. 2016. Т.4. № 2. С.25-26.
3. Суходоев Н.Д. Ресурсная концепция управления. //Экономика и предпринимательство. 2016. № 10-1(75-1). С. 531-535.
4. Sukhodoeva L./F.,Coe J. INNOVATIONS IN TRAINING LEADERS OF AN ORGANIZATIONS///Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. № 2-1. С.278-282.
5. Суходоев Н.Д. Ресурсная концепция управления. //Экономика и предпринимательство. 2016. №10-1 (75-1). С. 531-535.

РОССИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Шишикова Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Россия занимает 35 место среди 190 стран в рейтинге легкости ведения бизнеса что, к сожалению далеко не желаемый результат. [1] И все же предприниматели, не смотря на все сложности, продолжают толкать телегу бизнеса России в гору. Даже в пределах границ одной страны успехи таких энтузиастов разнятся от места к месту.

За последнее время были реализованы бизнес реформы, ведущие к улучшению положения в сферах регистрации собственности, получении кредитов, международной торговли. Таким образом, за год среднее значение показателей, на которых был основан рейтинг был поднят на 1/8 процента, что очень не плохо. Самой продвинувшейся сферой экономики России является кредитование предпринимателей. Это довольно важно, ведь мало какой бизнесмен способен с нуля обеспечить достаточную материальную базу, даже имея прекрасные идеи и знания.

Всемирным банком составляется индекс простоты ведения бизнеса между теми или иными странами или регионами. Рассчитывается, как среднее значение рейтинга по четырем равновесным показателям. Этими показателями являются легкость в регистрации предприятия, получении разрешения на строительство, подключении к системе электроснабжения и регистрации собственности. В каждой из этих категорий имеется свой лидер, но это далеко не всегда означает первенство в общем рейтинге. Так Саранск занимает лидирующую позицию в подключении к системе электроснабжения, Санкт-Петербург в регистрации предприятий, Сургут в получении разрешений на строительство, а в простоте регистрации собственности первенствует Калуга. Не смотря на это, общий рейтинг выглядит довольно неожиданно. Первым в списке оказывается Ульяновск, затем Саранск. Нижний Новгород к сожалению не был одним из 30 городов приведенных в рейтинге. Чем же могут порадовать предпринимателя эти города?

Саранск—столица Республики Мордовия. [2] Экономическое развитие города Саранска в последние годы характеризуется положительной динамикой основных макроэкономических показателей. Предпринимаемые меры по улучшению предпринимательского климата, стимулированию экономической активности и экономического роста, поддержке инновационного развития, повышению качества государственного и муниципального управления способствуют созданию условий для повышения качества и уровня жизни населения.

Республика располагает значительным производственным и научно-исследовательским потенциалом, в настоящее время характеризуется как регион с хорошей экологией, благоприятной средой для ведения бизнеса.

Мордовия занимает удобное транспортно-географическое положение на пересечении важных железнодорожных и автомагистралей. Эксплуатационная длина железнодорожных путей - 550 км. Протяженность автомобильных дорог составляет 6,7 тыс. км. В столице Мордовии расположен аэропорт, способный принимать самолеты грузоподъемностью до 100 тонн.

Сформирован благоприятный климат для привлечения инвестиций: полный охват территории всеми видами связи, включая Интернет, цифровое телевидение, стопроцентная газификация, развитая социальная, инженерная и транспортная инфраструктура, активная государственная поддержка инвестиционной деятельности, максимально возможные льготы инвесторам.

Ульяновск расположен в центральной части европейской России и входит в Приволжский федеральный округ. [3] На Западе Ульяновская область граничит с Республикой Мордовия.

Основные экономические показатели в регионе в пересчете на одного жителя ниже, чем по России в целом. При этом необходимо отметить, что отставание от общероссийского уровня отчасти обусловлено высокой плотностью населения. Кроме того, в Ульяновской области основной объем производства обеспечивается обрабатывающими производствами, в то время как в целом по стране объем производства ВРП в значительной степени зависит от добычи сырьевых ресурсов. Ульяновская область характеризуется высокой степенью промышленной ориентированности с преобладанием перерабатывающего сектора. Среди промышленных отраслей наиболее развитыми являются машиностроение и пищевая промышленность. В регионе традиционно хорошо развито автомобилестроение и производство автокомпонентов. Базовым предприятием отрасли является Ульяновский автомобильный завод (УАЗ). Важнейшим направлением развития экономики Ульяновской области является функционирование ядерно-инновационного кластера в Дмитровграде на базе НИИ атомных реакторов (НИИАР). Создание ядерного кластера сыграет ключевую роль в модернизации социальной, образовательной и научной сферы.

Уровень развития малого и среднего бизнеса в Ульяновской области относительно высок. Доля экономически активного населения, занятого в малом и среднем бизнесе в регионе, составляет 15.4%.

В обоих городах сильный упор на развитие предпринимательства. Это видно по активной работе региональных объединений Российского союза промышленников и предпринимателей в данных регионах. Работа над качеством поддержки предпринимателей проводится действительно плотно. Оба города производят важную для страны продукцию такую как автомобили, оборудование для сельского хозяйства, самолеты, радиотехнику, военная техника и лекарства. Города удачно расположены и имеют отличную транспортную доступность. Действительно достойные места как для того что бы заняться предпринимательством впервые, так и для открытия новых филиалов действующих предприятий.

Нижегородская же область имеет средний уровень условий для развития малого и среднего бизнеса. [4] Аналитиками банка МСП были выявлены недостатки нашего региона в виде низкой доступности важнейших ресурсов для ведения предпринимательской деятельности: человеческого капитала, финансов, уровня развития инфраструктуры, но так же они признали активность региональных чиновников по разработке мер господдержки и низкий уровень административных барьеров.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод что предприниматель должен отлично знать сферу в которой он работает и на основании этих знаний грамотно выбирать территории которые он планирует охватывать. В этом ему несомненно помогут различные рейтинги составляемые банками, изучение документов так или иначе связанных как со сферой его деятельности , а так же планируемые мероприятия в регионе, планируемом для открытия или расширения, по улучшению экономической среды для предпринимательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт «Всемирный банк» URL: <http://russian.doingbusiness.org/rankings> (дата обращения: 10.11.17).
2. Официальный сайт Администрации городского округа Саранск URL: <http://adm-saransk.ru/> (дата обращения: 13.11.17).
3. Официальный сайт Администрации города Ульяновск URL: <http://www.ulmeria.ru/> (дата обращения: 13.11.17).
4. Официальный сайт Акционерного общества «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства» URL: <http://www.mspbank.ru/> (дата обращения: 15.11.17).
5. Ульяновскстат - Федеральная служба государственной статистики URL: <http://uln.gks.ru/> (дата обращения: 14.11.17).
6. Мордовиястат - Федеральная служба государственной статистики URL: <http://mrd.gks.ru/> (дата обращения: 14.11.17).

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА, КАК ВАЖНЕЙШИЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Щукина Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы стимулирования персонала заключается в том, что сегодня недостаточно оценена его роль и место в организации, а также поверхностное внимание уделяется методам стимулирования, благодаря грамотному использованию которых руководство сможет получать большую отдачу от использования трудовых ресурсов.

Принимая решение о создании бизнеса, необходимо понимать цель его существования, четко осознавая то, что предпринимательская деятельность не является разовой сделкой. Если для предпринимателя цель получения прибыли не является приоритетной, необходимо пересмотреть свои взгляды или оставить эту затею в прошлом. Однако, если такая проблема на начальном этапе не возникла, то следующим шагом является решение вопроса о продукте, который может быть: а) конкурентоспособным на рынке и б) принесет в будущем прибыль. Чтобы сделать выбор в пользу того или иного продукта, необходимо подойти к вопросу рационально, соотнося затраты и выгоды, которые могут быть получены компанией в будущем. Для этого хозяйствующий субъект, соизмеряя свои ограниченные возможности и имея представление о предпочтениях на рынке, может быть полезным, предоставив потребителю благо, взамен на которое тот захочет совершить равноценный обмен. Сформировавшееся мнение о том, что сегодня покупатель имеет не только большой выбор товаров и услуг, но и стал более требовательным и разборчивым, заставляет производителя задуматься о том, что его продукт в равной степени может быть принят, проигнорирован или отвергнут потребителем. Основываясь только на этих соображениях ясно, что предпринимательская деятельность является не только достаточно затратной, но и очень рискованной. Поэтому в интересах производителя находится в постоянном поиске, решая проблему: эффективного использования имеющихся ресурсов и возможности получения максимальной отдачи от них.

Поскольку современный мир живет под эгидой технологий, можно наблюдать тенденцию, как непосредственно «робот», в том числе автоматизация производства, сегодня становится неотъемлемой частью

«успешного» бизнеса, медленно, но верно вытесняя человеческий капитал или определяя ему второстепенную роль. Производитель готов заменить «машиной» сотрудника – «живой труд», полагая, что таким образом эффективнее сможет согласовать свою деятельность. Несомненно, автоматизация производства облегчила работу многим компаниям и позволила оптимально использовать её ресурсы. Однако, производство продукта – это ещё не прибыль и даже не половина успеха. Достижению конечной цели предпринимателя – прибыли – способствует именно эффективная работа сотрудников компании, как одних из потенциальных потребителей произведенного блага. «Каким образом скоординировать деятельность персонала?» «Какая система мотивации и стимулов необходима сотрудникам, чтобы данное взаимодействие позволило хозяйствующему субъекту не только получить доход, но и увеличить отдачу от использования трудовых ресурсов?» Именно ответы на эти вопросы являются ключевыми.

На мой взгляд, персонал организации можно рассмотреть в качестве системы. Система является неким механизмом, состоящим из элементов, деятельность которых, может привести его в действие. Важно понимать, что элементы системы должны находиться во взаимосвязи и взаимозависимости, поскольку только такое взаимодействие позволит механизму приобрести характер совместной деятельности, направленной на одно общее достижение. Из всего выше перечисленного я полагаю, что данное условие является определяющим. Однако, есть некоторые трудности, которые необходимо учитывать: во-первых, не всякая совместная деятельность является результативной; и, во-вторых, на любую систему оказывают свое влияние как внешние, так и внутренние факторы. Решение этих проблем – задача руководства компании.

Ответственность управленца велика. В его обязанности входит не только координация действий персонала, но и умение ликвидировать и предугадывать на начальном этапе возможные неполадки, ведущие к различным «сбоям в системе» и, как следствие, снижению эффективности – к убытку. Во избежание таких неприятностей необходимо, чтобы цели компании стали целью каждого сотрудника. Однако, нужно разграничивать цели личные, интерес которых в большей степени проявляется со стороны руководства, владельца бизнеса, от целей, которые будут поставлены перед сотрудниками компании. Достаточно ли у персонала мотивации для её достижения? Будет ли она интересна ему? Заставит ли его мобилизовать свои силы? Или необходимы дополнительные стимулы, которые позволили бы ему повысить результативность своей работы?

Если рассмотреть персонал организации, условно поделив его на «старичков» и «новичков», можно прийти к следующим соображениям. Их кардинальным отличием друг от друга, на мой взгляд, является как наличие, так и степень внутренней мотивации к труду. Несомненно, управленец рано или поздно столкнется с тем, как «старичок» начнет «угасать», изживать себя. Однако, такая ситуация недопустима у «новичка». Если же он всё-таки намерен принять на работу сотрудника, у которого отсутствует внутренние мотивы, нет никакой заинтересованности, в ближайшем будущем ему придется столкнуться с ещё большими проблемами и потерями. Нецелесообразность такого решения очевидна. На мой взгляд, это ошибочное убеждение, если думать, что какие-то внешние побуждения заставят человека работать эффективнее. Система дополнительных стимулов необходима именно «старичкам», поскольку в этом случае она поможет руководству управлять, поддерживать и использовать трудовые ресурсы с большей отдачей, не позволяя им снижать своей эффективности.

Выделяют два основных механизма воздействия: материальные и нематериальные стимулы. К материальным методам стимулирования можно отнести различного рода надбавки, премии, льготы, скидки, а также оплачиваемые организацией дополнительные условия к «социальному пакету». К нематериальным – гибкий график работы, возможности личностного и профессионального роста сотрудника, корпоративные мероприятия и соревнования, делегирование полномочий, внимание и признательность со стороны руководства и др. Если сравнить эти механизмы стимулирования между собой с позиции эффективности, на мой взгляд, нематериальные стимулы дают больший результат, поскольку позволяют сотруднику чувствовать важность выполняемой им работы, ответственность и ценность его труда. Обстановка, в которой человек находится, а также как он себя ощущает непосредственно сказывается на его производительности. Материальные же стимулы представляют собой краткосрочный эффект (неделя, месяц), пока эта прибавка не станет привычным делом. Несомненно, организация не ограничена в своём выборе и самостоятельно принимает решение, какому механизму стимулирования уделить приоритетное внимание. Однако, на мой взгляд, здесь наблюдается некоторая закономерность между стимулом и тем, что из себя представляет персонал в целом. Для наглядности стоит обратиться к пирамиде потребностей по А. Маслоу, где четко можно проследить, от чего человек, находясь на той или иной «ступени», может легко отказаться, а в чем испытывает сильную необходимость. Так, опираясь на те нужды, которые

сотрудник намерен удовлетворить, в конечном счете станут его стимулом, а руководство, в свою очередь, принимая это во внимание, будет применять соответствующие эффективные методы воздействия.

Сегодня роль персонала недостаточно оценена. Предприниматели заботятся в большей мере о возможностях внедрения в свой бизнес новых передовых технологий, о полной или частичной автоматизации производства, вытесняя машину человека. Вопросам эффективной работы сотрудников компании уделяется незначительное внимание по сравнению с технологической оснащённостью хозяйствующего субъекта. На мой взгляд, каким бы товар ни был уникальным и конкурентоспособным, это автоматически не даёт стопроцентных гарантий получения прибыли, несмотря на то, что применение таких разработок, обеспечивает как массовость производства, так и позволяет экономить собственные ресурсы, которыми организация располагает в ограниченном количестве. Однако, большая ответственность всё же сосредоточена в руках персонала, поскольку благодаря его работе, компания достигает своей главной объясняющей её существование цели.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Амосова Н.И. Мотивация и материальное стимулирование работников в современных условиях. Вестник Курганской ГСХА. – 2015. – № 2(14). – с.48-51.
2. Копытова А.В. О критериях рациональности системы стимулирования организации с позиции работодателя и работника. Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – с.691.
3. Панков В.Л. Эффективность механизма стимулирования и потенциальный уровень удовлетворения потребностей работника. Российский технологический журнал. – 2015. – 1(4). – с. 288-291.

Секция 2. СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ЦИФРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «BOSCH»

Арзамаскина Е. В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Группа компаний Bosch является ведущим мировым поставщиком технологий и услуг. Компания была основана в Штутгарте в 1886 г. Робертом Бошем в качестве «Мастерской точной механики и электротехники». Деятельность Группы компаний Bosch разделена на четыре бизнес-направления: решения для мобильности, т.е. автомобильная техника, промышленные технологии, потребительские товары, строительные технологии и энергетика. В Группу компаний Bosch входят Robert Bosch GmbH и большое количество дочерних предприятий и региональных компаний, общее число которых – около 440 приблизительно в 60 странах. Учитывая партнеров в сфере продаж и обслуживания, можно говорить о представлении Bosch более чем в 150 странах. На территории России также расположены семь собственных производств Bosch: стиральных машин и холодильников в Ленинградской области, электроинструментов, автокомпонентов, отопительного оборудования и радиаторов в городе Энгельс Саратовской области, автокомпонентов в Самарской области.

Bosch является всемирной сетью разработки, изготовления и продажи, которая рассчитана на дальнейший рост. В основе процветания компании в будущем лежит её инновационная сила. Стратегической целью Группы Bosch является создание продуктов и услуг в сфере Интернета вещей, предлагающее инновационные решения для умного дома, умного города, автомобилей с интернет-подключением и промышленности 4.0. Продукция и услуги группы компаний Bosch созданы, чтобы улучшать качество жизни, предоставляя инновационные и полезные решения и предлагая «изобретенные для жизни» технологии с широким спектром возможностей по всему миру. По данным на 31 декабря 2016 г. около 390 000 сотрудников обеспечили продажи на сумму 73,1 млрд евро за 2016 год.

В компании Bosch традиционно большое внимание уделяется созданию продуктов и системных решений, ориентированных на работу в составе производственных линий, построенных в соответствии с философией

"Индустрии 4.0". Bosch является ведущим поставщиком в отрасли Интернета вещей: производстве аппаратного и программного обеспечения для взаимодействующих продуктов, выпуске собственных продуктов Индустрии 4.0 по всему миру. В настоящее время, на 270 предприятиях Бош по всему миру осуществляется более 50 опытно-промышленных проектов, связанных с практическим внедрением концепции Индустрии 4.0. Следует отметить разнообразные практические приложения с огромным потенциалом на заводе Бош Рексрот, делающие производство более гибким и эффективным: начиная с полной технологии приводов безкабинетного исполнения, заканчивая полностью сетевыми стандартными гидравлическими силовыми блоками с диагностическим контролем.

Инновационное развитие компании Bosch охватывает множество сфер – от производства массовых автомобильных компонентов и датчиков до изготовления специализированных упаковочных станков.

Компания предлагает гидравлические и электрические интеллектуальные приводы, интегрируемые при помощи Ethernet в гибкие производственные системы, а также семейство индустриальных контроллеров, подготовленных к интеграции с IT-системами и мобильными устройствами при помощи Open Core интерфейса.

Bosch успешно владела экспертными знаниями и опытом в области программного обеспечения, которым занимается ее собственное подразделение ПО и компьютерных систем Bosch Software Innovations. Таким образом, например, компанией были использованы собственные разработки Индустрии 4.0 на своем заводе в Ройтлингене, а именно в производство были внедрены:

- RTD (диспетчер реального времени): интеллектуальная система для распределения задач с учетом различных требований приоритизации;

- RFID (идентификация по радиочастоте): радиометки RFID позволяют отслеживать изготовление деталей на заводе путем определения положения транспортных контейнеров, предоставляя детальные сведения о этапе производственного процесса, на котором находится каждая деталь, и позволяя таким образом определять степень готовности инжекторов. На основе этой информации можно составлять графики упаковки, отправки и установки деталей[3].

Особое внимание также уделяется хранению и преобразованию энергии, информационным технологиям и датчикам, материалам и технологиям производства, методам и процессам разработки:

1. Исследования Bosch в области производства и использования электроэнергии сосредоточены на создании мощных преобразователей энергии для электродвигателей, аккумуляторов и силовой электроники, а также разработке новых двигателей, сокращающих выбросы и снижение расхода топлива автомобилей;

2. Компанией создаются все более надежные информационные системы с использованием многоядерных технологий и когнитивного программирования. Применение собственных IT-разработок в сферах переработки выхлопных газов, бытовой и медицинской техники, системы видеонаблюдения, ультразвуковых и микроволновых технологий, климатического оборудования возможно благодаря инновационных датчиков Bosch.

3. Большое внимание также уделяется совершенствованию материалов и технологий производства, среди ключевых направлений которых выделяют технологии впрыска, ветряные электроприводы, композитные материалы для использования в датчиках, материалы для хранения и преобразования электроэнергии, наноматериалы;

4. В процессе совершенствования методов и процессов НИОКР, компания обеспечивает устранение ошибок новых разработок на стадии предварительного проектирования, что гарантирует соответствие даже самых сложных продуктов как потребностям рынка, так и общепризнанным немецким стандартам качества.

Bosh предлагает пример совместной работы человека и машины ActiveAssist - множество аппаратных и программных решений, начиная со сборочного участка, который может автоматически определить работника и создать индивидуальную рабочую среду с учетом индивидуальных потребностей, способностей и языка рабочего; показать инструкции работнику, которые ориентированы на его знания и обеспечить его сборочными инструментами и приспособлениями, отличающимися интуитивно понятным управлением.

Говоря о единой системе управления информацией предприятия, следует выделить оптимизируемый [1] уровень развития: статус производства, данные по складу в MES/ERP; отчетность и статистика в реальном времени.

Под эгидой Drive & Control Academy, компания Бош Рекрот предоставляет системную и сфокусированную на практике линейку дидактических продуктов – подходящую для всех областей обучения. Используя в качестве примера систему обучения mMS 4.0, компания предлагает

материалы для профессионально-технического, дополнительного и высшего образования. Группа компаний Бош является одним из самых крупных в мире учреждений по обучению техническим профессиям. Компания делает знание самых последних технических трендов и инноваций непосредственно доступным – во всех областях технологии.

Компания Bosh имеет целый ряд партнёров других областей, сотрудничество с которыми обеспечило выпуск новых продуктов с новыми качественными характеристиками для потребителей, вследствие чего можно говорить о, как минимум, интегрируемом [1] уровне развития по кросс-отраслевой кооперации.

Стратегическое партнерство SAP SE и Robert Bosch GmbH в области Интернета вещей и Индустрии 4.0 направлено на разработку облачных технологий и программных решений, что поспособствует ускорению производственных и логистических процессов, а также повышению безопасности и качества продукции и услуг для заказчиков.

Заказчикам представится возможным использование базы данных SAP HANA на платформе Bosch IoT Cloud, что позволит обрабатывать большие объемы данных для IoT-приложений в режиме реального времени. Цель компаний — предложить своим клиентам новые интеллектуальные сервисы – реализуется в безопасном и более эффективном подключении транспортных средств, производственного оборудования и инструментов к разным платформам.

Еще одним примером сотрудничества между компаниями являются позиционные данные для автопогрузчиков, повышающие прозрачность и эффективность работы в сфере логистики. Так, например Zeno Track, стартап основанный Bosch, может находить погрузчиков с помощью камер, GPS, лазерных сканеров, радио и датчиков движения. Передача данных о местоположении через Bosch IOT Cloud в приложение SAP Vehicle Insights для управления транспортным парком позволяет управлять автопарком разумнее, снижают затраты и повышая эффективность.

Компания Bosch стоит во главе семи предприятий-партнеров, разрабатывающих проект 2015 года AMELI 4.0, целью которого является разработка сенсорной микроэлектромеханической «системы будущего». Предназначением этой системы является мониторинг состояния производственных механизмов и оперативное определение отклонений от их нормального функционирования без внешних энергетических ресурсов, с помощью чего промышленные предприятия будут иметь возможность

предотвращать выход оборудования и приборов из строя, приступая к проведению работ по мере их необходимости. Это уменьшит расходы на техническое обслуживание, обследование и починку на 30%[2].

Роль датчиков, собирающих информацию о состоянии и эффективности работы оборудования и деталей, является ведущей в Индустрии 4.0. Среди их характеристик можно выделить: сбор и обработку большого количество информации в реальном времени, максимальная энергоэффективностью, легкость интеграции в комплексную систему производства. Для удовлетворения целям исследовательского проекта AMELI 4.0, исследователи прибегают к помощи ведущих мировых технологий — таких, как датчики MEMS («микроэлектромеханические системы»), без которых на данный момент невозможно вообразить автомобили и потребительскую электронику. Не смотря на их соответствие основным требованиям, планируется их дальнейшее развитие для промышленного применения: новая система не будет нуждаться в электрических кабелях или аккумуляторах. Она спроектирована таким образом, чтобы быть полностью самодостаточной и самостоятельно генерировать нужную энергию от вибрации механизмов.

Несомненно, внедрение принципов "Индустрии 4.0" на предприятии Bosch влечет за собой повышение эффективности и адаптивности производственного процесса и приведет к повышению качества выпускаемой продукции, обеспечит возможность быстрого переналаживания линии, что в конечном счете повысит их конкурентоспособность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Биленко П.Н., Лысенко С.Л., Завалеев И.С., Лысенко Л.В. Комплексная оценка развития предприятия как инструмент повышения производительности труда. — Информационные технологии и оптимизация, 2017.
2. Конструктор. Машиностроитель (2015-2): Спб, 2015.
3. Сайт компании Bosch www.bosch.com.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Брудный М. В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Ведение бизнеса в наше время не может полностью реализовать и защитить интересы от внешних и внутренних угроз. В этих условиях так же не может быть достигнуто равновесие интересов каждого из участников экономических отношений, учитывая интересы, каждого из них. Это связано с не предсказуемостью ряда событий. Нет основополагающих стратегий в области развития внешних связей. Экономические единицы не могут прийти к соглашению. Несовершенна правовая база. Отсутствуют научно-обоснованные концепции реформ. В ряде случаев встречается криминализация бизнеса. В этих условиях возникает потребность изучения и усовершенствования методологического подхода в рамках внутренней и внешней экономической деятельности между субъектами хозяйствования (производителями и потребителями), индивидами и т.п., к изучению экономических отношений между ними, а также к формированию этих отношений. Этот подход должен защитить основные интересы и полностью реализовать защиту этих интересов от внешних и внутренних угроз, путем достижение баланса интересов каждого из участников отношений хозяйственной деятельности.

Общеизвестно, что как уникален индивид, так уникален и субъект, а именно предприятие: каждый из них действует в своей нише (секторе), между ними формируются собственные отношения и связи, рынки сбыта, у каждого из них свои особенности хозяйствования, функций, потенциалы, и т.п. В таких условиях создать универсальную систему безопасности невозможно.

Хотя вопросам экономической безопасности предприятий посвящено немало исследований и достигнуты неплохие результаты, но, несмотря на это видно, что не в полном объеме разработаны теоретические принципы и практические рекомендации по обеспечению экономической безопасности предприятия в условиях цифровой экономики. На данном этапе экономического развития это является одной из основных задач.

Следующей задачей является выработка рекомендаций при формировании системы экономической безопасности для цифровых промышленных предприятий. Всегда при чрезвычайной открытости информации может быть найдено слабое место и нанесен вред предприятию. Хотя чрезмерное засекречивание экономической деятельности может обернуться потерей прибыли [1].

Обобщая мнение многих авторов, среди проблем экономической безопасности предприятия, требующих безотлагательного решения, необходимо выделить:

- отсутствие определенности в выборе составляющих экономической безопасности цифрового предприятия;
- наличие значительных затруднений формализованного описания динамических свойств цифрового предприятия с точки зрения обеспечения его экономической безопасности во взаимосвязи с действиями дестабилизирующих факторов;
- затруднения с определением состава оценочных критериев составляющих экономической безопасности;
- отсутствие общепризнанных отечественных методик оценки уровня составляющих экономической безопасности цифрового предприятия. Таким образом, проблема экономической безопасности цифрового предприятия требует комплексного подхода, осуществление которого достаточно сложно.

Цель работы - исследование проблемы экономической безопасности цифровой организации с помощью комплексного подхода, включающего научную систематизацию всего многообразия внешних и внутренних факторов влияния на экономическую безопасность [3].

В соответствии с поставленной целью определены следующие задачи исследования:

- дать обоснование отдельных составляющих экономической безопасности организации;
- исследовать законодательство в сфере экономической безопасности предприятия;
- выявить проблемы, которые способствуют нестабильному экономическому развитию организации;
- провести анализ информации и предложить мероприятия по повышению экономической безопасности организации.

Сейчас, формирование системы экономической безопасности на предприятиях обязано базироваться на общих и основанных на известных свойствах и принципах, которые обосновывают нужность создания централизованной, децентрализованной или смешанной систем [8].

На основании проведенного анализа можно сделать выводы: возможна адекватная оценка экономической безопасности предприятия при расчетах показателей ликвидности и платежеспособности, которые удовлетворяют нормативным значениями. А именно: если финансовое состояние предприятия устойчиво, структура баланса удовлетворительна, а предприятие платежеспособно, то экономическая безопасность предприятия оценивается как высокая.

Анализ структуры заемных и собственных оборотных средств показывает высокую степень зависимости предприятия от кредиторов. Таким образом, к этому предприятию как к деловому партнеру и заемщику в деловом мире будут относиться с осторожностью. Для изменения такого финансового состояния предприятия необходимо улучшить ряд финансовых показателей. С точки зрения экономической безопасности предприятия, можно оценить положение как стабильное [2].

С целью укрепления экономической безопасности цифрового предприятия предлагаем:

1. В целях укрепления положения предприятия, необходимо осуществлять управление рисками;
2. Большую помощь в выявлении резервов, улучшения финансового состояния предприятия, может оказать организация маркетинговой стратегии организации, с целью привлечения платежеспособных заказчиков и увеличение объемов предоставляемых услуг.
3. Необходимо создать службу экономической безопасности, которой были бы возложены обязанности: кадровой безопасности, финансовой безопасности, безопасности договорных отношений, пожарной безопасности, безопасности труда и его охрана, информационная безопасность, контрольная функция.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ильяшенко С.Н. Составляющие экономической безопасности кооператива и подходы к их оценке // Актуальные проблемы экономики. – 2017. - № 3. – с. 12-19
2. Лошаков А. П. Предпосылки формирования и сущность экономической безопасности предприятия // Вопросы экономических наук. – 2016. - № 5. – с. 87-89
3. Светлаков А.Г. Журнал «Экономическая безопасность России» № 5 2015 г. с.150
4. Фокина Н.П. Экономика предпринимательства – важнейшая составляющая финансовой устойчивости // Актуальные проблемы экономики. – 2017. - № 8. – с. 111-114. 85-387
5. Шаваев А.Г. Безопасность корпораций. Криминологические, уголовно-правовые и организационные проблемы. – М.: «Банковский Деловой Центр», 2016, с. 42
6. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. М.:Ось-89, 2016
7. Воронцовский А.В. Инвестиции и финансирование: Методы оценки и обоснования. - СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2017.
8. Зверев В.А. Методы государственного регулирования инвестиционной деятельности // Справочник экономиста. - №6, 2016 г.

ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИЙ ИНДУСТРИИ 4.0 НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «АМТ- СПЕЦАВИА»

Брусникин Р. М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Индустрия 4.0 - это организация производственных процессов на основе технологий и устройств, автономно взаимодействующих друг с другом, например, как модель «умной» фабрики будущего, где компьютерные системы отслеживают физические процессы и принимают децентрализованные решения на основе алгоритмов самоорганизации. [2, с.298]. Цифровое производство — это интегрированная компьютерная система, включающая в себя средства численного моделирования, трехмерной (3D) визуализации, инженерного анализа, предназначенные для разработки конструкции изделий и технологических процессов их изготовления. Данная технология также позволяет моделировать производственные процессы, оптимизировать технологии до начала выпуска продукта.

Считается, что в течение 10 лет 3D-технологии можно будет использовать уже не только для моделирования, но и для создания промышленной серийной продукции. Собственно, уже сейчас скорость некоторых 3D-машин позволяет обогнать традиционное производство при создании мелких серий товаров. При этом уже достаточно примеров «несерийного» создания различных сложных продуктов. Так, с помощью 3D-принтеров уже были созданы не только относительно «простые» железнодорожные шпалы, более «сложные» протезы, но даже беспилотный самолет. Пока массовое производство сдерживает дороговизна оборудования для 3D-моделирования. Но понятно, что по мере роста массовости данной технологии цена 3D-принтеров будет стремительно снижаться.

В России внедрение новых технологий началось примерно в одно время с другими странами. Однако, учитывая масштабы государства и бюрократическую систему, раскатка оцифровывания производства в качестве общегосударственной идеи продвигается довольно медленно.

В 2017 году в России была принята специальная дорожная карта «Технет» (передовые производственные технологии). По поручению президента готовится программа «Цифровая экономика 2024». Несмотря на то, что дорожная карта — это документ, а не призыв к немедленному действию,

многие российские предприятия уже вовсю стараются внедрять принципы «Индустрии 4.0».

Одним из таких представителей является группа компаний «АМТ-Спецавиа». Группа компаний «АМТ-Спецавиа» занимается производством профессионального ЧПУ оборудования с 2009 года. В 2013 году руководство обратило внимание на растущий интерес рынка к теме строительной 3D печати. На настоящий момент специалистами компании разработаны и запущены в серийное производство целая линейка порталных строительных 3D принтеров малого и большого формата [3].

Несомненными достоинствами этого оборудования являются: простота, надёжность, ремонтпригодность, высокий ресурс, лицензионное ПО, входящее в комплект поставки всех моделей. Основные потребители — малый бизнес и предприятия ЖБИ. Принтеры используют для изготовления малых архитектурных форм для ландшафтного дизайна, изготовлению элементов и частей зданий и сооружений с последующей сборкой, печати зданий непосредственно на фундаментах.

Деятельность предприятия сосредоточена исключительно на производстве оборудования, но тем не менее специалистами «АМТ-Спецавиа» в декабре 2015 года был построен дом по аддитивной технологии (методом 3D печати). Строительная 3D печать включает следующие этапы: создание на компьютере трехмерной модели объекта, деление модели на слои в поперечном сечении, послойная экструзия смеси на основе цемента в соответствии с моделью, отвердевание материала до завершения формирования объекта.

В 2016 году предприятием начат выпуск профессиональных FDM-принтеров большого формата, позволяющих печатать пластиковые элементы объемом до 2 кубических метров. Такие принтеры можно использовать в архитектурном моделировании и автопроизводстве. Существующий рынок FDM – принтеров пока не имеет аналогов этому оборудованию. Производство находится в Ярославле. Здесь же проводится обучение обслуживающего персонала принтеров.

Ведущий разработчик и производитель строительных 3D принтеров - группа компаний «АМТ-СПЕЦАВИА» и крупнейший производитель строительных материалов в СНГ - холдинг «ЕВРОЦЕМЕНТ групп» совместно разработали смеси для строительной 3D-печати.

Проведенный анализ уровней развития ключевых компонентов производства с учетом современных подходов к экономике [1, с.24] на примере группы компаний «АМТ-СПЕЦАВИА» показал:

1. Единая система управления информацией предприятия - характерен интегрируемый уровень развития (внедрены ключевые модули, информация о составах изделия и характеристиках продукции передается в ERP, калькуляция себестоимости изделий, управление ресурсами предприятия также ведутся в ERP);

2. Интеграция в хозяйственную деятельность нематериальных активов и результатов интеллектуальной деятельности – характерен оптимизируемый уровень развития (активы компании более чем на 20% сформированы из нематериальных активов, основную долю добавленной ценности выпускаемой продукции составляет интеллектуальная составляющая (технологии, ноу-хау, патенты), компания имеет достаточный объем интеллектуальной собственности для ее коммерциализации и отвечает требованиям инновационного развития);

3. Энергоэффективность и экологичность – характерен интегрируемый уровень развития (для выпускаемой продукции проводится анализ и оптимизация энергопотребления на протяжении всего жизненного цикла продукции с подготовкой экологической декларации продукта);

4. Трансфер технологий – характерен управляемый уровень развития (у организации имеется международный партнер и запущены первые совместные проекты, например разработка и производство смесей для 3D принтера);

5. Производственная система и бережливое производство – характерен интегрируемый уровень развития (работает производственная система с адаптированными технологиями, активно внедряются новые рационализаторские предложения);

6. Учебные производственные центры – характерен интегрируемый уровень развития (развитие специалистов в условиях учебной фабрики, т.е обучение проводится на базе собственных предприятий, имеются собственные учебные центры, а также заключены договора с образовательными учреждениями);

7. Кросс-отраслевая кооперация – характерен управляемый уровень развития (реализуется пилотный проект строительства домов и производство строительных материалов с помощью 3D принтеров в Дании, Чехии);

8. Цифровое моделирование бизнес-процессов и технологических процессов компании – базовый уровень развития (производится

функциональное моделирование, моделирование потока работ и потока данных);

9. Автоматизированные рабочие места в цехах – характерен оптимизируемый уровень развития (цеха управляются по единой технологической системе из операторной с комплексным цифровым интерфейсом мониторинга исполнения сменных заданий);

10. Полная информационная модель выпускаемого продукта – характерен интегрируемый уровень развития (используется 3D моделирование, в системе хранится и используется полный электронный состав продукта, включая конструкторскую документацию, информацию о контрольно-измерительных приборах и процессах обеспечивающих качество, системе управления).

Строительным 3D принтером могут быть изготовлены строительные конструкции (коробки зданий, арочные, цилиндрические конструкции с заданными технологическими отверстиями) и другие бетонные изделия сложной геометрии. При этом в 8-12 раз сокращается время от проектирования до производства, что является важным фактором для оптимизации производственного процесса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Биленко П.Н., Лысенко С.Л., Завалеев И.С., Лысенко Л.В. Комплексная оценка развития предприятия как инструмент повышения производительности труда // Научные технологии. 2017. Т.18 №7, С.22-31.
2. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А. Основные экономические факторы развития автомобильного производства в России в рамках концепции Индустрия 4.0 // Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. 2017. С.296-317.
3. «СПЕЦАВИА» [Электронный ресурс]. URL: www.specavia.pro (дата обращения: 22.11.2017).

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КЛЮЧЕВЫХ КОМПОНЕНТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА КОМПАНИИ ПАО «СЕВЕРСТАЛЬ»

Волкова Ю.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

ПАО Северсталь — это вертикально интегрированная компания, сформированная двумя основными дивизионами: горнодобывающий и

металлургический; с основными активами в России и некоторым количеством предприятий за рубежом. На пути сохранения позиций мирового лидера в области создания стоимости менеджмент компании видит необходимость внедрения принципов цифровой экономики, цифровизации производства и разрабатывает свою технологию диджитализации, включающую и работу с большими данными (Big Data), и автоматизацию и роботизацию на производственных площадках компании, Интернет вещей и электронную коммерцию.

Обозначенные ключевые зоны развития соответствуют основным принципам, следуя которым, на предприятиях реализуется Четвертая промышленная революция, синонимом которой стал термин Индустрия 4.0, родившийся в Европе в 2011 году.

Ниже перечислен ряд основных компонентов производственного процесса Северсталь с описанием имплементации технологий Индустрии 4.0 в процесс производства и работы всей вертикально интегрированной группы:

1. Единая система управления информацией предприятия, EIM.

Северсталь реализует проект ERP (система планирования ресурсов предприятия) на всех бизнес-единицах компании, выбрав программное решение компании SAP. Интегрированная ИТ-платформа компании охватывает все процессы от планирования производства до контроля цепочки поставок. В рамках совершенствования операционных процессов действует Единый Центр Обслуживания (ЕЦО), построенный на платформе SAP. Экономический эффект ЕЦО: сокращение издержек на учетную функцию, унификация процессов, увеличение прозрачности их структуры.

Также, на базе SAP Hybris в 2016 году Северсталь запустила новый интернет-магазин и систему учетных записей клиентов. Эта инициатива помогает организовать активное регулярное взаимодействие с клиентами и является ключом к постоянному удовлетворению их меняющихся потребностей за счет более точного понимания баланса между ценовыми и неценовыми факторами, лежащими в основе принимаемых клиентами решений.

2. Энергоэффективность и экологичность.

Северсталь нацелена на снижение воздействия на окружающую среду и на повышение качества жизни местного населения в регионах присутствия. Так, система экологического менеджмента Череповецкого металлургического комбината соответствует требованиям международного стандарта ISO 14001:2004, требованиям стандарта ISO 14001 соответствуют системы еще четырех предприятий группы.

3. Производственная система и бережливое производство.

В октябре 2017 года прессслужба Северсталь сообщила о внедрении на одном из металлопрокатных заводов своего дивизиона предиктивной модели в рамках реализации цифровой стратегии компании. Была произведена установка датчиков температуры на отдельных участках производства. С помощью разработанной собственными специалистами компании цифровой модели они анализируются, и на их основе формируется прогноз температурного режима на ближайший промежуток времени. В случае отклонения этих показателей от нормы оператору поступает соответствующее оповещение. Данные модели визуализированы в виде отдельного блока на экране диспетчера, также возможен доступ к ним через браузер персонального компьютера, в перспективе – создание мобильной версии и запуск sms-оповещений об отклонениях от нормы.

Внедренное компанией хранилище данных (Data Lake), позволяет собирать и обрабатывать больше информации и способствует реализации проекта с использованием искусственного интеллекта.

Ожидаемый эффект внедрения температурных датчиков – это сокращение простоев оборудования на 80%.

4. Учебные производственные центры.

Северсталь осуществляет инвестиции в развитие навыков и карьеры сотрудников компании на разных этапах подготовки и роста кадров: от специализированных классов в школах до собственной Бизнес-школы.

На предприятиях Северсталь реализуется инновационный проект «Фабрика идей», который представляет собой внутреннюю систему сбора и реализации идей, направленных на оптимизацию бизнес процессов, условий труда, улучшение качества, снижение потерь, повышение безопасности.

Реализация данного проекта в 2016 году явилось одним из основных факторов сокращения затрат в металлургическом производстве.

5. Автоматизированные рабочие места в цехах (Computer Aided Workshops, CAW).

Проект «Система контроля за технологическим процессом» охватывает все основные и вспомогательные подразделения металлургического комбината. В ходе реализации проекта, оборудовано три автоматизированных рабочих места. (оборудование и ПО «Siemens», «IBM» и «Oracle»). Реализация проекта предполагает создание трехмерной модели производственного цикла, которая будет представлена на видеостене в виде мнемосхемы состояния технологических объектов с данными об их параметрах.

«Система контроля за технологическим процессом» осуществляет комплексный контроль в режиме реального времени за всей цепочкой производства, что позволяет своевременно реагировать на текущие ситуации и оперативно принимать управленческие решения. Данный инновационный проект обеспечивает высокое качество выпускаемой продукции и способствует росту экономической эффективности производственного процесса.

Как видно из приведенного перечня, ряд ключевых компонентов производственного процесса компании ПАО Северсталь подвержены цифровизации в соответствии с компонентами четвертой промышленной революции, что приносит положительный экономический эффект уже сегодня. На основании вышеизложенного можно заключить, что Индустрия 4.0 это реалистическая экстраполяция ближайшего будущего в производстве, в частности, и, как признаётся, топ-менеджмент компании ПАО Северсталь важно «не опоздать на поезд».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2016 [Официальный сайт] // URL: http://www.severstal.com/rus/about/key_objectives/.
2. Никишова М. Опубликован отчет McKinsey «Цифровая Россия: новая реальность» // Corpshark.ru [Сайт]. 08.07.2017. URL: <https://corpshark.ru/p/opublikovanotchet-mckinsey-tsifrovaya-rossiya-novaya-realnost/>.
3. Биленко П., Лысенко С., Завалеев И., Лысенко Л. «Комплексная оценка развития предприятия как инструмент повышения производительного труда» // Наукоемкие технологии, 2017 г., т.18, №7.
4. Сидоренко Ю., Фролов В., Павлова А. «Основные экономические факторы развития автомобильного производства России в рамках концепции Индустрия 4.0» // СПб.: ФБАОУ ВО «СПбПУ Петра Великого, 2017.
5. Russia's Biggest Data Lake & How Severstal Is Transforming The Steel Industry Using Machine Learning // Forbs [Сайт] Sep 1, 2017 URL: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2017/09/01/russias-biggest-data-lake-how-severstal-is-transforming-the-steel-industry-using-machine-learning/2/#5a984f73b841>.

ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ КЛЮЧЕВЫХ КОМПОНЕНТОВ ЦИФРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА ПРОМЫШЛЕННОЙ КОРПОРАЦИИ

В современном мире, когда процессы, бизнес-решения, коммуникации, технологии становятся всё более и более сложными, важно не упустить момент и понять, чего же требует конкурентная среда, каковы возможные перспективы, и каким образом можно не только сохранить своё предприятие, но и поднять его на более высокий уровень в глобальной бизнес-среде.

Одной из целостных и комплексных концепций, описывающих систему эффективного функционирования и развития предприятий, является немецкая концепция Индустрии 4.0. В своём базовом виде она предполагает слияние информационных технологий с другими технологиями, используемыми на предприятии [1]. Платформа Индустрия 4.0, принятая правительством Германии в 2013 году для повышения конкурентоспособности промышленности страны, описывает организацию производственных процессов на основе технологий и устройств, автономно взаимодействующих друг с другом, где компьютерные системы отслеживают физические процессы и принимают решения на основе алгоритмов самоорганизации [6]. В то же время, многие развитые и развивающиеся страны не отстают от Германии и реализуют сходные правительственные программы. Так, в Китае в настоящее время действуют правительственные инициативы «Made in China 2025» и «InternetPlus», которые создают контекстную связь между сетями, интеграцией и новыми бизнес-моделями [2].

Рассмотрим, каким образом концепция, сходная с концепцией Индустрии 4.0 находит своё применение на одном из лидеров в своей отрасли – корпорации Midea Group Co. Ltd. Штаб-квартира Midea Group Ltd. находится на юге Китая, в городе Шунде провинции Гуандун [4], [12]. Midea – современная многопрофильная корпорация, которая создала глобальную платформу из более чем 200 дочерних компаний, более 60 зарубежных филиалов и 12 стратегических бизнес-единиц. Компания специализирующаяся в области:

- бытовой техники (кухонных приборов, холодильников, стиральных машин и различной мелкой бытовой техники),
- HVAC (отопление, вентиляция, бытовое и коммерческое кондиционирование),
- робототехники и промышленной автоматизации,
- интеллектуальных цепочек поставок (логистика).

Согласно опросу экспертов из политической, академической и бизнес-среды, проведенному исследователями в ряде стран (Великобритании, США, Китае, Японии и Южной Корее), основными компонентами Индустрии 4.0. являются [2]:

- сеть и диджитализация (26%),
- оптимизация производства (20%),
- умные продукты (20%),
- автоматизация (18%),
- новые бизнес-модели (16%).

Рассмотрим, каким образом, данные аспекты внедряются на анализируемом предприятии Midea Group Co. Ltd.

Автоматизация и диджитизация. Приобретение 94,6% акций немецкой робототехнической компании Kuka Group в августе 2016 года [5] и открытие в марте 2016 года двух совместных предприятий с японской корпорацией Yaskawa, ведущим мировым разработчиком промышленных роботов и автоматизированных технологий [14]. На платформе Kuka Group ведется работа над промышленными роботами, коммерческими роботами, сервисными роботами и искусственным интеллектом, а также фирма наращивает инвестиции в ключевые компоненты и управление приложениями в области промышленной автоматизации [10].

Оптимизация производства. В компания использует концепцию рачительного управления (Lean management), и стратегию производства «Т + 3», основанную на заказах клиентов, которая путем сокращения таких промежуточных звеньев как транзит, улучшает производственные возможности путем двойной оценки производства и продаж, ускоренного оборота и повышения конкурентоспособности на рынке.

Производственный процесс комбинирует этапы роботизированных участков, на которых требуется высокая точность выполнения типовых операций, и участки ручного труда, требующего выполнения большого числа мелких действий, организованные с применением автоматизированного оборудования. В то же время, если в 2011 году Midea нанимала более 180 000 человек, то к концу 2015 года число сотрудников сократилось до менее чем 100 000 и будет продолжать сокращаться в течение следующих двух-трех лет, что также обеспечивает экономию на затратах труда.

Умные продукты. За последние пять лет Midea вложила в НИОКР порядка 3,5 млрд долларов, за то же время компанией было подано 32 000 патентных заявок, около полумиллиарда долларов вложено в строительство

крупнейшего в Азии центра научных исследований и разработок в области бытовой техники. Компания активно ведет исследования в области интеграции бытовой техники в современную цифровую коммуникационную среду: интеллектуальная бытовая техника, климатические системы, целые «умные» дома, с которыми можно общаться с помощью смартфона. Midea не только вкладывается в собственные НИОКР, но и, подобно западным транснациональным корпорациям, активно скупает по миру компании вместе с их технологиями. Наряду с фирмой KUKA, в прошлом году китайским концерном также приобретена 81%-ная доля в подразделении знаменитой японской Toshiba, выпускающем бытовую технику [4].

Согласно отчету о состоянии инноваций 2016 года, опубликованному Thomson Reuters, Midea занимает первое место среди 10 ведущих мировых инноваторов бытовой техники (2015 г.) и Top 10 инноваторов кухонной техники в Азии (2011-2015 гг.) [11]. Кроме того, Midea является единственным производителем бытовой техники в Китае, который входит в список Top 200 из списка Европейской комиссии 2500 крупнейших мировых R & D инвесторов в 2016 году.

Новые бизнес-модели. Более высокая организационная эффективность была реализована за счет упрощения иерархии Компании и создания ориентированной на потребителя управленческой структуры. Компания выстроена как система равноправных дивизионов. Менеджмент компании растёт и совершенствуется в рамках децентрализованного регулирования, базирующегося на грамотной системе поощрений и мотивации [7].

Для получения ориентированного на общую бизнес-платформу предприятия компания создала такие платформы, как электронная коммерция, логистика, финансовый и международный бизнес, и как следствие – платформы для последующей продажи и цепочек поставок [8].

Компания ставит перед собой задачи преобразования текущих бизнес-моделей и моделей работы с использованием интернет-технологий и стимулирования интернет-мышления. Планируется трансформация цепочки создания стоимости путем подключения восходящих и нисходящих связей в цепочке. Будут проведены крупные изменения в планировании, проектировании, цепочке поставок, производстве, продажах, логистических каналах и других функциях [8].

Сама компания заявляет в годовом отчёте, что видит ключевыми направлениями своего дальнейшего развития: акцентирование внимания на пользователях и продуктах, продвижение технологических инноваций,

модернизацию продуктов, а также повышение эффективности, расширение разработки смарт-продуктов и компоновки каналов электронной торговли, а также продолжение преобразования бизнес-моделей, и инновации модели функционирования цепочки создания стоимости.

Достигнутый уровень развития корпорации Midea разумно сопоставить с критериями комплексной оценки развития предприятия [3]. В таблице 1 представлена оценка уровней, на которых находятся ключевые компоненты производства.

Анализ предприятия по ключевым компонентам производства показывает, что в целом корпорация находится на стадии перехода от интегрируемого к оптимизируемому уровню развития. Основные компоненты концепции Индустрии 4.0. хорошо развиты, либо компания осознаёт необходимость их дальнейшего развития и включает в перечень своих тактических задач и свою инвестиционную программу.

Таблица 1 - Оценка уровня развития ключевых компонентов производства корпорации Midea

Компонент производства	Наименование состояния	Описание состояния
1. Единая система управления информацией предприятия	Integrated	Присутствует интегрированная ERP-система, внедрение системы Business-intelligence запланировано в ближайшем будущем.
2. Интеграция в хозяйственную деятельность нематериальных активов и результатов интеллектуальной деятельности	Integrated	Компания работает над своим интеллектуальным потенциалом, наблюдается непрерывное приращение нематериальных активов и результатов исследований и разработок. Основную долю добавленной ценности большинства продуктов составляет интеллектуальная составляющая.
3. Цифровой реверс-инжиниринг	Optimized	Компания работает над полным сопровождением интеллектуальной продукции в пользовании клиента. Собственное производство отлажено и организованы системы тестирования, замеров и испытаний на всех

		ключевых этапах.
4. Энергоэффективность и экологичность.	Нет данных	Компания имеет широкий спектр продуктов, отвечающих самым высоким требованиям по энергоэффективности и экологичности. По вопросу организации производства данных нет.
5. Трансфер технологий	Integrated	Компания работает со многими международными высокотехнологичными компаниями, постоянно поглощает высокотехнологичные предприятия, организует совместные проекты с ними. Примеры таких предприятий: Annto Logistics Co. [9], Ltd, Kuka AG, Servotronix, Yaskawa [13].
6. Управление проектами	Optimized	Внедрена корпоративная система управления проектами, методология управления проектами регулярно анализируется и совершенствуется.
7. Производственная система и бережливое производство	Optimized	Эффективно реализуются практики lean-management, производится анализ и оптимизация потока создания ценностей.
8. Учебные производственные центры	Optimized	Персонал компании проходит непрерывное повышение квалификации, в том числе международные стажировки и внедрение обучающих программ. Существует экспериментальная программа развития лидерства и система подготовки высокопоставленных лидеров для содействия управлению талантами и обучения. Интернет-платформа электронного обучения вместе с приложением

		<p>«Midea Learning» («Meike») на мобильной платформе – средство поддержки ежедневного обучения в бизнес-подразделениях.</p> <p>Развитие внутреннего тренерства.</p>
9. Цифровое управление логистикой	Optimized	<p>На внутреннем рынке реализован план распределения и доставки по единой сети, применяется технология «интеллектуального облачного склада», связь грузовика с грузовиком, отлажены сети по сквозной досавке «Тарелки товаров». На внешнем рынке используется международная логистическая информационная система.</p>
10. Кросс-отраслевая кооперация	Optimized	<p>Реализуется совместный проект с японской компанией Yaskawa по внедрению технологий умного дома и применению автоматизированной технологии производства.</p> <p>Компания построила платформу и систему Big-data в Интернете для оптимизации каналов электронной коммерции, тщательно разработала стратегическое сотрудничество с такими платформами, как Tmall и JD.</p>
11. Цифровое моделирование бизнес-процессов и технологических процессов компании	Integrated	<p>Midea Group Co., чуть больше года назад купившая немецкую Kuka AG, инвестирует \$725 млн в строительство «умных фабрик» в нескольких китайских городах, в общей сложности планируется использовать 1500 роботов [13].</p>
12. Конвергенция цифрового и физического в разрабатываемом	Integrated	<p>Компания выводит на рынок широкий спектр умных продуктов, ведутся работы по созданию комбинированной и совместимой платформы для</p>

продукте		домашних пользователей с интегрированными домашними решениями для клиентов. Разработан проект умного дома.
13. Автоматизированные рабочие места в цехах	Integrated	На предприятии используется автоматизированное производственное оборудование.
14. Полная информационная модель выпускаемого продукта	Нет данных	Компания не публикует в отчётах данные о том, каким образом обрабатывается и хранится проектная и технологическая документация по производимым продуктам.
15. Аддитивное производство и быстрое прототипирование.	Нет данных	В открытых источниках нет информации об использовании технологий 3-D печати и быстрого прототипирования предприятием.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Jager J., Schollhammer O., Lickefett M., Bauernhansl The Ad-vanced complexity management strategic recommendation of handling the Industrie 4.0 complexity for small and medium enterprises // Factories of the future in the digital environment – Proceeding of the 49th CIRP Conference on manufacturing systems. 2016. Vol. 57. P. 116-121., P. 116
2. Kagermann, H./Anderl, R./Gausemeier, J./Schuh, G./Wahlster, W. (Eds.): Industrie 4.0 in a Global Context: Strategies for Cooperating with In-ternational Partners (acatech STUDY), Munich: Herbert Utz Verlag. 2016., P.P. 70 P. 6
3. Биленко П.Н., Лысенко С.Л., Завалеев И.С., Лысенко Л.В. Комплексная оценка развития предприятия как инструмент повышения производительности труда // Научные технологии. 2017. - Т. 18, № 7. - С. 22 – 31, <http://www.radiotec.ru/article/19655>
4. Макаров О. От артели до империи: репортаж с производства Midea Популярная механика. 2017. №10 (180), стр. 45-50., <https://www.popmech.ru/gadgets/387692-ot-arteli-do-imperii-reportazh-s-proizvodstva-midea/>
5. Осипов А. Мы хотим делать потребительских роботов // Ведомости. 2017, <https://www.vedomosti.ru/business/characters/2017/06/26/695907-potrebitelskih-robotov#/business/characters/2017/06/26/695907-potrebitelskih-robotov#!%23%2Fboxes%2F140737493351181>
6. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А. Основные экономические факторы развития автомобильного производства России в рамках концепции Индустрия 4.0 // Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы/ под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 296-318., с. 301

7. Corporate governance // Сайт компании Midea Group Co., Ltd. URL: http://www.midea.com/global/investors/corporate_governance/
8. Frequently asked questionnes // Сайт компании Midea Group Co., Ltd. URL: http://www.midea.com/global/investors/Investor_FAQ/
9. Logistics Brand Appears on New York Time Square LED // Сайт компании Midea Group Co., Ltd. URL: http://www.midea.com/global/about_midea/News/201601/t20160112_198803.shtml
10. Midea Group Co., Ltd. The 2016 Annual Report// Сайт компании Midea Group Co., Ltd. URL: http://img.midea.com/global/investors/financial_statements/annual_reports/201704/P020170428514262327242.pdf
11. State of Innovation, Thomson Reuters, 2016 // Информационное агентство Thomson Reuters. URL: http://images.info.science.thomsonreuters.biz/Web/ThomsonReutersScience/%7B81d76ae6-9d3b-453c-8f7c-b76a3c80046d%7D_2016_State_of_Innovation_Report.pdf
12. Завод Midea и TOSHIBA // Сайт компании Dahatsu в России. URL: <http://dahatsu23.ru/stati/zavod-midea/>
13. Революция машин: как китайские компании стали крупнейшим игроком на рынке роботов // Forbes. 2017. URL: <http://www.forbes.ru/kompanii/341905-revolyuciya-robotov-kak-kitayskie-kompanii-stali-krupneyshim-igrokom-na-rynke>
14. Совместные предприятия Midea-Yaskawa начали свою работу // Сайт представительства компании Midea в России. URL: <http://www.midearusssia.ru/blogs/show/132>.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АВТОМАТИЗАЦИИ И ОПТИМИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НА АО ПКО «ТЕПЛООБМЕННИК»

Горохова В.Б.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Акционерное общество производственно-конструкторское объединение "Теплообменник" является одним из ведущих разработчиков и производителей наукоемкой авиационной продукции, поставляемой на предприятия России, ближнего и дальнего зарубежья. Предприятие работает по 60 направлениям и производит более 1200 наименований изделий, многие из которых не имеют аналогов. Предприятие работает по принципу полного научно-производственного цикла: от НИОКР до изготовления и испытания опытных образцов и серийного выпуска изделий. Сильная производственная, научная и испытательная база, современный менеджмент и высокопрофессиональные кадры позволяют предприятию на протяжении долгих лет занимать

лидирующие позиции на российском рынке авиационной промышленности и иметь репутацию стабильного надежного делового партнера.

Современные условия ведения бизнеса требуют от организаций перехода на новый уровень. В первую очередь, это относится к сокращению сроков разработки и изготовления, а также повышению качества выпускаемой продукции. В связи с этим руководство ПКО «Теплообменник» поставило следующие задачи:

- Снижение веса, стоимости и повышение КПД изделий
- Увеличение ресурса и повышение надежности продукции
- Улучшение управления документооборотом и производственными процессами
- Соответствие производства и продукции международным требованиям к авиационной промышленности

С целью решения поставленных задач определены пути решения:

- Внедрение САПР NX и Solid Edge
- Переход к 5-осевой обработке
- Внедрение PDM-системы Teamcenter
- Обучение сотрудников использованию новых компьютерных технологий.

Учитывая специфику, поставленные задачи невозможно было решить без современных компьютерных систем и современного программного обеспечения для автоматизации проектирования и управления всем жизненным циклом изделия. Поэтому специалистами АО ПКО «Теплообменник» тестировались программные решения разных поставщиков, однако свой выбор они остановили на продуктах Siemens PLM Software.

Продукты Siemens PLM Software, внедренные на ПКО «Теплообменник»:

- NX
- Solid Edge
- Teamcenter Engineering

Внедрение новых технологий потребовало обучение сотрудников, для чего было установлено тесное взаимодействие АО ПКО «Теплообменник» с компанией «Нижегородская сетевая лаборатория NS Labs».

NS Labs предоставляет клиентам профессиональное техническое обучение работе с различными программными продуктами и решениями Siemens PLM Software. Учебные программы включают в себя как начальные (базовые) курсы по NX, Solid Edge, Teamcenter, Femap, так и специфические – например, углубленный курс по программированию на языке TCL,

позволяющий достигнуть наибольшей точности в написании постпроцессоров для станков с ЧПУ [3].

По мнению Александра Стручкова, начальника управления информационными технологиями: «Несмотря на то, что есть компьютеры, работу делают люди... Кроме того, они должны быть немного психологами, чтобы увлечь людей за собой на собственном примере» [1].

Для того, чтобы стимулировать желание овладевать новыми технологиями и преодолеть инертность мышления, на АО ПКО «Теплообменник» разработана собственная система работы с работниками. Прошедший обучение сотрудник в течение некоторого времени применяет полученные знания и навыки на практике, благодаря чему через несколько месяцев у сотрудника появляются собственные наработки, которые он может представить для защиты. Таким образом проверяется не только прохождение обучения, но и конкретное применение полученных знаний на практике. Для этого создается аттестационная комиссия, председателем которой является главный конструктор, заместитель генерального директора по перспективному развитию или главный технолог. В комиссию входят начальники отдела кадров и трудового обучения, начальник отдела САПР и непосредственно преподаватели. Сотрудники, успешно прошедшие аттестацию, получают персональную надбавку к зарплате «за освоение САПР» на полгода, после чего необходимо снова представлять отчет о проделанной работе. Это позволяет держать сотрудников в тонусе.

Данный подход заинтересовал руководство предприятия в качественном обучении специалистов и позволил кардинальным образом изменить отношение к вопросам обучения. Финансовая мотивация позволила привлечь сотрудников к обучению и применению полученных знаний на практике.

АО ПКО «Теплообменник», не имея собственного учебного производственного центра, в целях обучения сотрудников организовало взаимодействие с АНО ДПО «Учебный центр лаборатории NS Labs». Следовательно, организация учебного производственного центра на АО ПКО «Теплообменник» находится на базовом уровне. Благодаря сотрудничеству указанных организаций и профессиональному обучению специалистов предприятия было реализовано большое число крупных IT проектов на АО ПКО «Теплообменник». Таким образом, взаимодействие АО ПКО «Теплообменник» с АНО ДПО «Учебный центр лаборатории NS Labs», а также собственная система оценки обучения сотрудников и их мотивации позволили быстро и эффективно внедрить новые технологии на «Теплообменнике».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Брошюра ООО «ПЛИМ Урал» [Электронный ресурс]. – URL: [http:// http://plmclub.ru/](http://plmclub.ru/) (дата обращения 25.11.2017).
2. Трофимов О.В., Саакян А.Г. Проблемы развития инновационной деятельности предприятий Нижегородской области в современных условиях / Фундаментальные исследования. – 2017. - № 4. - С. 209-213
3. Сайт АНО ДПО «Учебный центр лаборатории НС Лабс». URL: [http:// http://www.nslabs.ru/](http://www.nslabs.ru/) (дата обращения: 24.11.2017).
4. Сайт АО ПКО «Теплообменник». URL: [http:// http://www. teploobmennik.ru/](http://www.teploobmennik.ru/) (дата обращения: 24.11.2017).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВНЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НЕМЕЦКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ

Джасем А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Долгое время индустрия считала себя невосприимчивой к оцифровке. Но недавно было замечено, что такие страны, как Франция, США, Южная Корея, Германия, Китай, направляются в индустрию будущего, Smart Factory или Industry 4.0. Большинство производителей в каждой стране понимали, что им не удастся избежать цифровой волны и что они должны сделать новые знания, переосмыслить конкурентные преимущества своей компании и представить себе новые бизнес-модели. Помимо только отраслей BtoC (Бизнес для потребителей), вся индустриальная экосистема связана с цифровыми преобразованиями: клиент больше не находится в конце цепи, но инвестирует в новую силу, где позади каждого из его потребностей или доказанных раскрытие скрывает алгоритм нового приложения. Цифровая революция разрушает границы между деятельностью предприятия BtoB (бизнес для бизнеса) и BtoC (Бизнес для потребителей), объединяя предложения и запросы в реальном времени, которые были проигнорированы.

Разделы между секторами, отраслями и профессиями будут уступать место гениальности гибридизации, совместной и мгновенной. В этой новой среде становление и сохранение лидерства уже не является долгосрочной сольной гонке. Преимущество будет уделено тому, кто будет знать, связывая своих клиентов, создавать непредвиденную взаимодополняемость между предприятиями.

Индустрия 4.0 - это промышленное видение, в котором бизнес-лидеры, исследователи, ученые, правительственные чиновники и профсоюзные организации собираются вместе, чтобы решить проблему оцифровки 4.0. Он ставит под сомнение все аспекты компании и общества: технологии производства, модели потребления, рынок труда, обучение, управление, социальный диалог, эффективность государства, энергетическая политика, издержки производства, безопасность использования данных.

Прошло почти пять лет с момента запуска проекта Индустрия 4.0 в Германии. Период, который оправдывает возврат опыта, воздерживаясь от суждения о том, является ли это рекламным слоганом или настоящей промышленной революцией. Это не предмет. Гораздо интереснее наблюдать, что эта динамичная индустрия 4.0 пробуждает среди бизнес-лидеров, пытаться расшифровать предпосылки этой трансформации, на что она надеется, поднятые ею вопросы и уроки, которые она приносит.

Кейс Mercedes-Benz

В сотрудничестве с KUKA Roboter GmbH Mercedes-Benz решил внедрить легкие роботы с датчиками, которые делают их чувствительными к присутствию человека на самой сложной линии, используемой для установки задней сборки колоды класса-С. Цель состоит в том, чтобы найти новые решения автоматизации для самых трудоемких ручных операций, различать операции с высокой добавленной стоимостью и те, которые связаны с обеспечением материально-технического обеспечения или оборудованием.

В новой модульной конфигурации сборочной линии ,конвейеры и носители монет исчезли а в настоящее время операции с высокой добавленной стоимостью выполняются 45 сетевыми роботами KUKA и 12 рабочими станциями вручную . Времена производства были значительно сокращены, а модульная платформа достаточно гибкая, чтобы в реальном времени корректировать изменения в заказах. Производственная линия больше не отвечает на последовательный дизайн производственного процесса, а спроектирована на диаграмме, которая одновременно формулирует различные производственные модули. Одновременная конструкция различных моделей автомобилей стала возможной благодаря техническому взаимодействию - машины и роботы являются кочевыми и совместимыми друг с другом, независимо от конфигурации производственной линии, и устройством для семантической совместимости. - использование машинного языка автоматизации, позволяющего машинам работать взаимно с использованием совместимых схем метаданных.

Все данные редактирования хранятся в базе данных качества, чтобы обеспечить полную отслеживаемость производственного процесса. Если до сих пор автоматизация была посвящена выполнению одних и тех же задач для повышения производительности, она стала весной новой гибкости. Способ производства становится модульным и гибким, но это также вся организация завода, которая будет переработана из этих понятий модульности и гибкости. Это связано с изменением оборудования, пересмотром всего режима работы, что позволило снизить сложность производственного процесса и ограничить неисправности. На следующем рисунке показаны квалифицированные рабочие и роботы в состоянии современного процесса сборки автомобилей в Mercedes - Benz Industry 4.0.



Рисунок 1 - Оцифровка всей цепочки создания стоимости

Источник: www.kuka-robotics.com.

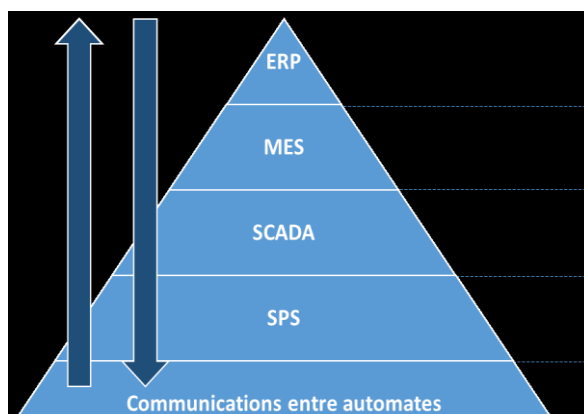


Рисунок 2 - Концепция автоматизации KUKA Roboter GmbH

Источник: Industrie 4.0 – durchgängig vom Sensor bis zum ERP-System, ein neuer Ansatz, Vortrag Clusterforum 2013

В основе этой пирамиды автоматизации (рисунок 2) лежит интегрированный пакет программного обеспечения управления (ERP), который связан с программным пакетом управления производством (MES), в котором производственная информация из мастерской (системы связи между ПЛК и Промышленные роботы Profinet, Ethercat). В традиционной цепочке создания стоимости связь остается ограниченной между основной деятельностью и периферийными видами деятельности для верхней части, состоящей из сети субподрядчиков и партнеров (установка оборудования или услуг) и для части downstream, состоящий из сети клиентов. Цифровая революция характеризуется реорганизацией «цепочки создания стоимости» в соответствии с окончательной потребностью клиента. Он в первую очередь углубляет энергетическую цепочку поставок. Вся производственная цепочка должна иметь возможность производить индивидуальные товары в режиме тяги, запрошенные клиентом: триггеры заказов поставляются напрямую по всей цепочке поставок.

Компания также должна быстро реагировать в режиме push на изменения в использовании клиентов, которые он захватывает, не только благодаря традиционным источникам, которые являются часовыми процессами или отскоком в своей коммерческой сети, но все чаще, через данные об использовании поставляемых продуктов и оборудования.

Для производителей оборудования это связано с созданием машин, которые общаются друг с другом, независимо от даты их постройки и марки своего производителя. Оборудование также должно быть модульным для производства небольших серий. Завод становится своего рода механиком, состоящим из кусков лего, кирпичей, которые могут быть расположены в соответствии с изменениями в заказах клиентов.

В немецком видении более короткие производственные циклы и производство серий размера 1 требуют более эффективного и быстрого сотрудничества между различными заинтересованными сторонами. Интеграция различных информационных систем между ними создает новую архитектуру цепочки создания стоимости. Предоставляя возможность обмена данными между внутренними и внешними функциями различных сайтов компании, оцифровка приводит к гибридизации промышленных и сервисных мероприятий. Это вызывает глобальную перегруппировку цепочки создания стоимости, созданной вокруг клиента. Некоторые производственные функции могут передаваться на аутсорсинг на несколько километров (кейс Mercedes) со значительными последствиями для организации производства и работы.

Границы между ветвями разрушаются в то же время, что и сближение между отдельными рынками.

«Industrie 4.0» складывается: в конце концов, можно предположить, что заказ клиента будет автоматически передан в набор производственных подразделений и поставщиков логистических услуг и что этот заказ спровоцирует реализацию набора производственных и логистических услуг, которые будут саморегулироваться.

Каково влияние цифровых технологий на цепочку создания стоимости в Mercedes?

Для этой промышленной компании цифровой доля сопровождает разработку трех новых областей создания ценности: производство подключенных объектов для конечного потребителя, производство подключенного оборудования для промышленных компаний и развитие рынков, связанных с эксплуатацией данных об использовании, независимо от того, происходят они из подключенных объектов или оборудования. Этот последний момент является стратегическим, поскольку речь идет не только о том, чтобы лучше использовать использование и использование своих клиентов, чтобы сохранить их и сконцентрировать свои ресурсы на своих точных потребностях. Эти данные об использовании также обеспечивают границу между взаимоотношениями с клиентами и ноу-хау (производственный опыт) компании.

Таким образом, задача состоит из трех частей:

- захватывать новые источники стоимости, связанные с данными об использовании,
- внимательно следить за распределением маржи в цепочке создания стоимости,
- защищать нематериальные активы, связанные с интеллектуальной собственностью и ноу-хау

Воздействие на всю цепочку создания стоимости

Первым ожидаемым последствием внедрения индустрия 4.0 на промышленных предприятиях является интеграция между клиентами и поставщиками по сетям цепочки создания стоимости. Немцы не говорят о секторе, но о цепочке создания ценности, которая связывает различных участников, их добавленные ценности и ноу-хау (производственный опыт), способствующие производству данного продукта. В краткосрочной перспективе заказ подчиняется растущему императиву сокращения времени доставки и настройки, которая управляет всей производственной цепочкой, от клиента до поставщиков уровня 1 и 2 в среднесрочной перспективе системы

управления жизненным циклом продукта также будут иметь серьезные ограничения во всей цепочке создания стоимости с непрерывным дизайном продукта для удовлетворения изменяющихся потребностей клиентов.

Предоставляя схематическое представление немецкой промышленности, можно выделить 4 основных видов промышленной деятельности, которые в той или иной степени подвержены влиянию этой цифровой трансформации: добыча и переработка сырья, производство товаров народного потребления, производственная деятельность электронных компонентов, производство оборудования.

Воздействие на автомобильный рынок

В последние годы индустрия 4.0 обзора автомобильного рынка распространилась. Синтез, подготовленное от имени Федерального министерства экономики и энергетики (BMWi), оценивает потенциал роста рынка промышленности 4.0 в Германии до 153,5 млрд. Евро в ближайшие пять лет с потенциалом роста. ежегодные инвестиции в Европу составили около € 91 млрд, т. е. к 2030 году - 1 350 млрд. евро.

Рыночный потенциал индустрия 4.0 предлагает немецкой промышленности огромные возможности для укрепления своих сильных сторон, хотя различия должны быть сделаны для разных сегментов рынка. Прогнозы роста особенно высоки в следующих областях: сенсорная технология, робототехника, инновационная производственная система, логистика, безопасность данных, Интернет вещей, облачные вычисления и большие данные.

Выводы

Индустрия 4.0 - большой вектор трансформации немецкого индустриального общества, чем концепция маркетинга. Видение проекта Индустрия 4.0 в Германии и Mercedes основано на трех убеждениях:

- экономическое будущее Германии лежит в промышленности;
- приоритет заключается в поддержании позиции международного лидера на рынках капитальных товаров;
- поэтому жизненно важной проблемой для страны является прогнозирование будущего воздействия информационных технологий на производственные процессы, чтобы в полной мере использовать возможности, которые они предлагают;
- приоритетом страны является прогнозирование будущего воздействия информационных технологий на производственные процессы, чтобы в полной мере использовать возможности, которые они предлагают.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Биленко П.Н., Лысенко С.Л., Завалеев И.С., Лысенко Л.В. Комплексная оценка развития предприятия как инструмент повышения производительности труда. Научные технологии. Издательство: Издательство "Радиотехника" (Москва), 2017, с. 22-31.
2. Дороти Колер. Индустрия 4.0 или будущее отрасли в Германии: видение, проблемы, метод. KOHLER CONSULTING & COACHING. 11. с. 2013.
3. Дороти Колер, Вайс Жан-Даниэль. Для нового взгляда на Mittelstand отчет в FSI. Париж. Французская документация, 136 с. 2012 г.
4. Клерк А. Ф. Мерсье. Индустрия 4.0: рекламный слоган или настоящая революция Промышленности? Парижская школа управления. 2015 г.
5. X. Wang. Индустрия 4.0: интеллектуальные отрасли. Интернет технологий Things vol. 27 стр. 3-4. 2013 г.
6. X. Кагерманн W. Wahlster J. Helbig. Обеспечение будущего немецкой обрабатывающей промышленности: рекомендации по внедрению отрасли стратегических инициатив 4.0. 2013 г.
7. Т. Рейна, Л. Стрюкова. Влияние трехмерных технологий печати на инновации бизнес-модели. Разработка и управление цифровыми предприятиями в интеллектуальных системах и вычислениях. С. 119-132. 2014 г.
8. Маас, Фрэнк, Fuhrmann, Bettina. Инновации в МСП: измерение и оценка. Институт исследований МСБ в Бонне: IfM Materials No: 212, Bonn. 2012 г.
9. Klein, Майкл, Акатех. Немецкая академия наук. 2014. Проект Industrie 4.0. Берлин, 2014 г.

РАСПРЕДЕЛЁННЫЕ РЕЕСТРЫ И BLOCKCHAIN КАК ВЕКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Каганов Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Согласно утверждённой распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р программе «Цифровая экономика Российской Федерации» одной из целей стратегического развития информационного общества РФ является создание экосистемы цифровой экономики Российской Федерации, где данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности, обеспечивая эффективное взаимодействие бизнеса, научно-образовательного сообщества, государства и граждан [1].

Одними из основных сквозных цифровых технологий, входящих в рамки данной программы, наряду с большими данными, квантовыми технологиями, технологиями виртуальной и дополненной реальности и др. являются системы распределённого реестра.

Распределенная база данных (DDB – distributed database) – это совокупность логически взаимосвязанных баз данных, распределенных в компьютерной сети в разных географических зонах или организациях [2]. Распределенный реестр — это собирательный термин, означающий как саму базу данных, так и ряд технологий, таких как Blockchain.

Алгоритмы, позволяющие создать распределённые реестры, могут в корне изменить наше представление о данных и способах их хранения, усовершенствовав способ предоставления государственных и частных услуг и повысив эффективность бизнеса.

Рассмотрим подробнее технологию Blockchain. Такой способ хранения информации зачастую связывают с транзакциями в различных криптовалютах, т.к впервые данная технология была использована в пиринговой (децентрализованной) платёжной системе Bitcoin. Blockchain представляет собой непрерывную цепочку блоков, содержащих информацию, которая не может быть изменена без воздействия на предыдущие блоки в цепочке. Информация считается завершённой и достоверной, когда она объединяется в блок с другими данными и принимается остальными пользователями системы, что позволяет запечатать блок. Blockchain подразумевает прозрачность и множественное копирование данных таким образом, что каждый участник процесса имеет доступ к информации о совершённых операциях остальных. При этом информация в блоках не зашифрована и доступна в открытом виде, но отсутствие изменений удостоверяется криптографически через хэш-цепочки. Преимущества систем, созданных с внедрением технологии Blockchain заключаются в безопасности, отказоустойчивости, а также в прозрачности и эффективности всех процессов.

Согласно отчёту международной юридической компании White and Case использование технологии Blockchain в ближайшем будущем может преобразовать ряд экономических отраслей, таких как договорной сектор, логистика, прямые продажи, микроплатежи, фондовые биржи, банковский сектор и т.д [3].

Рассмотрим внедрение технологии Blockchain в различные бизнес-процессы на примере существующих компаний:

1. Логистика

Многие компании, связанные с логистикой, заинтересованы в повышении прозрачности и надёжности цепей поставок. Blockchain позволяет отслеживать движение товара по логистической цепочке на каждом её этапе. Крупнейшая в мире компания, занимающаяся оптовой и розничной торговлей, Wal-mart Stores Inc. тестирует технологию Blockchain на поставках свинины в Китай и манго в США. Такая технология выводит эффективность управления запасами на новый уровень, а также гарантирует безопасность поставляемых продуктов питания. Blockchain позволяет получать полную информацию о каждой занесенной в базу данных партии товара значительно быстрее, чем при бумажном документообороте, также делая цепи поставок прозрачными для потребителей. С его помощью каждый человек может убедиться в безопасности и свежести покупаемой продукции.

Компания Yojee оптимизирует логистику, используя искусственный интеллект и Blockchain. С помощью ИИ происходит автоматическое распределение заказов между водителями. А Blockchain позволяет отслеживать каждую операцию и хранить информацию о ней в архиве [4].

В той или иной степени, с технологией Blockchain экспериментировали такие ритейлеры, как Alibaba, Kestrel и Amazon.

Таким образом, Blockchain в логистике позволяет сократить документооборот, контролировать процесс поставки, сократить издержки по почтовым пересылкам документов, снизить стоимость перевозки за счёт устранения посредников и оптимизировать рабочий процесс с помощью исключения из цепочки лишних операций.

2. Договорной сектор

По мнению британского журнала The Economist, умные контракты имеют перспективу стать наиболее важным приложением технологии Blockchain [5]. Ученый в области информатики, криптографии и права Ник Сабо предложил идею умных контрактов в 1996 году. Он считал, что в будущем контракты будут базироваться на специальных программах, алгоритмы которых смогут определять выполнение условий договора. Умный контракт имеет беспрепятственный доступ к объектам договора, отслеживая выполнение или нарушение условий сделки, он самостоятельно принимает решения, основываясь на запрограммированных условиях. Данная технология позволяет экономить на денежных переводах, предотвращать мошенничество и избавляться от посредников [6].

Компания Slock использует умные контракты для продажи смарт-замков, привязанных к блокчейну Ethereum. Данная технология позволяет умным

контрактам функционировать в интернете вещей. При помощи смарт-замков можно получить доступ к автомобилю, квартире, велосипеду и различным единицам хранения. Замок открывается только в случае выполнения стороной договора всех указанных условий. Развитие данной технологии способствует децентрализации экономики, напрямую связывая стороны договора и исключая посредников.

3. Банковский сектор

Согласно совместному исследованию компании Wirex и McLagan внедрение технологии Blockchain в банковский сектор позволит:

- снизить затраты на основную финансовую отчётность за счёт оптимизации качества данных и внутреннего контроля
- снизить затраты на соответствие требованиям нормативно-правового регулирования за счёт повышенной прозрачности и простоты перепроверки транзакций
- снизить затраты на централизованную деятельность с помощью улучшенных механизмов цифровой идентификации и упрощения совместного доступа к клиентским данным для всех участников процесса
- снизить затраты на определённые бизнес-операции за счёт автоматизации процессов [7].

В России одним из лидеров банковского рынка по внедрению технологии Blockchain является Сбербанк. Одним из его пилотных проектов является разработка совместной базы данных о мошенниках, не нарушающая закон о защите персональных данных, т.к в общем блокчейне хранится только хеш данных злоумышленника. Следующий проект, созданный Сбербанком в конце 2016 года совместно с ФАС и компанией «Русский уголь», –распределённый документооборот на базе Ethereum. Также одной из наиболее перспективных областей развития технологии распределённого реестра в банковской сфере является факторинговое финансирование поставщиков. Совместно с М-видео Сбербанк запустил Blockchain-проект в дочерней компании «Сбербанк-факторинг» с целью сокращения операционных расходов, повышения скорости и усиления безопасности факторинговых платежей. Благодаря умным контрактам, выполняющим сверку информации о поставках, время их верификации было сокращено с 1-2 дней до нескольких секунд.

Спектр применения распределённых реестров достаточно широк. С помощью технологии Blockchain можно упростить доступ к финансовым услугам для жителей развивающихся стран, улучшить взаимодействие с финансовыми регуляторами и повысить прозрачность и целостность

политических систем. В рамках данной статьи были рассмотрены основные способы развития бизнеса с внедрением распределённых реестров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Утверждённая распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р программа «Цифровая экономика Российской Федерации»
2. М. Тамер Оззу, П. Валдуриз Распределенные и параллельные системы баз данных // Системы управления базами данных, № 04, 1996.
3. White & Case [Электронный ресурс] URL: <https://www.whitecase.com/publications/insight/beyond-bitcoin-blockchain-revolution-financial-services> (дата обращения: 16.11.2017)
4. Yojee [Электронный ресурс] URL: <https://yojee.com/> (дата обращения: 16.11.2017)
5. The Economist [Электронный ресурс] URL: <http://worldif.economist.com/article/13525/disrupting-trust-business> (дата обращения: 18.11.2017)
6. Nick Szabo, Smart Contracts: Building Blocks for Digital Markets [Электронный ресурс] URL: http://www.fon.hum.uva.nl/rob/Courses/InformationInSpeech/CDROM/Literature/LOTwinterschool2006/szabo.best.vwh.net/smart_contracts_2.html (дата обращения: 18.11.2017)
7. Accenture [Электронный ресурс] URL: <https://www.accenture.com/us-en/acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Consulting/Accenture-Banking-on-Blockchain.pdf#zoom=50> (дата обращения: 18.11.2017).

ФИНАНСОВЫЙ ИНЖИНИРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Кочетова Д. В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

При функционировании любой организации со временем появляется немало проблем, связанных с развитием новых направлений деятельности. На основе этого возникают новые задачи, решить которые можно с помощью финансового инжиниринга. Финансовый инжиниринг – это технология разработки новых финансовых моделей, инструментов и процедур финансового управления деятельностью организацией. Необходимость в нем появляется при разработке специальных нестандартных решений проблем в управлении финансовыми рисками. В процессе финансово-хозяйственной деятельности у любой организации возникает необходимость постоянно держать баланс между доходностью и рискованностью. Согласно теории Марковица [1], прирост к

доходности вызывает больший прирост к риску. Необходимо грамотно подбирать инструменты управления, чтобы поддерживать баланс между показателями.

Существенным показателем для уровня риска актива является его ликвидность. Менее ликвидные активы более рискованны, так как при нестабильном уровне цен их реализовать сложнее. Именно поэтому в процессе деятельности организации возникает проблема поиска оптимального соотношения ликвидности и доходности. Эффективно решить эту проблему помогает такой современный инструмент управления, как финансовый инжиниринг.

На современных предприятиях необходимо заранее планировать бюджет, прогнозировать финансово-экономическое состояния. Также, важным является постановка стратегических целей деятельности, поиск путей достижения этих целей в рамках принятой в организации финансовой политики. Она представляет собой использование инжиниринговых моделей.

Рассмотрим основные модели финансового инжиниринга в зависимости от вида деятельности [2], которые представлены на рисунке 1.

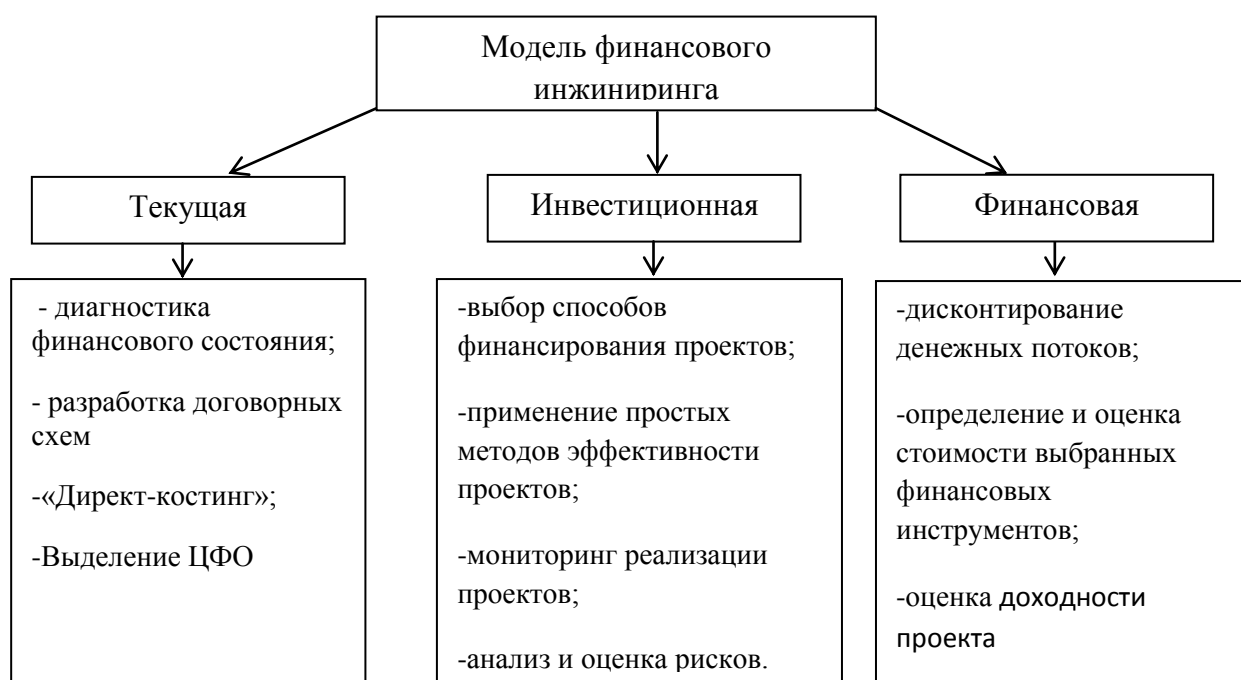


Рисунок 1 – Модели финансового инжиниринга

С помощью финансовых моделей решаются краткосрочные и долгосрочные задачи, например, усиление позиции на рынке, сохранение ликвидности и платежеспособности, достижение определенного уровня прибыли, доходности, объемов продаж.

В рамках финансового инжиниринга разрабатываются конкретные механизмы решения задач руководителей, которые характеризуются с помощью ключевых показателей эффективности – KPI [3]. Набор показателей зависит от специфики деятельности компании, от целей и задач.

К ним можно отнести следующие показатели:

- Выручку от реализации продукции, (работ, услуг);
- Чистую и бухгалтерскую прибыль;
- Рентабельность инвестиций, затрат, активов и другие виды;
- Уровень безубыточности; соотношение собственных и заемных средств и другие;
- Финансовый результат за определенный период.

В рамках финансового инжиниринга используются методы оценки достигнутого показателем уровня и сравнение его со схожими параметрами компаний-конкурентов. Данный способ изучения деятельности называется бенчмаркинг. Каждой компании, которая хочет быть успешной на рынке и задумывается об увеличении прибыльности, необходимо постоянно совершенствовать каждый процесс, влияющий на конкурентоспособность организации. Однако улучшение может затянуться, а может и вовсе не привести к желаемому результату, так как возможности малого бизнеса ограничены. Некоторые компании принимают решения позаимствовать уже готовый процесс у компании-лидера на рынке. Например, многие компании США используют бенчмаркинг в финансовом инжиниринге при анализе затрат и качества продукции по сравнению с ведущими зарубежными компаниями в этой отрасли. Мировым лидером в области бенчмаркинга является компания Kaiser Associates. Она первой стала применять этот финансовый инструмент в больших масштабах.

В России использование такого современного инструмента могут позволить лишь крупные компании, которые могут нести затраты на его использование. Бенчмаркингом, как правило, занимается отдельно организованная на предприятии аналитическая группа. Методика по проведению бенчмаркинга содержит следующие этапы:

1. Выбор критериев и показателей для сравнения;
2. Составление программы изменения на основе выбранной финансовой модели;
3. Сбор и анализ информации
4. Подготовка и внедрение рекомендаций;
5. Оценка эффективности предложенных мероприятий.

В настоящее время нет единой методики проведения бенчаркингового анализа. Каждая организация выбирает для себя наиболее удобную методику по проведению анализа, соответственно количество этапов у всех разное. Например, методика компании Херох включает 10 этапов, а IBM – 15.

Существуют и другие модели проведения исследования с помощью бенчмаркинга. Например, «колесо бенчмаркинга» [4]. Схема данной модели приведена на рисунке 2

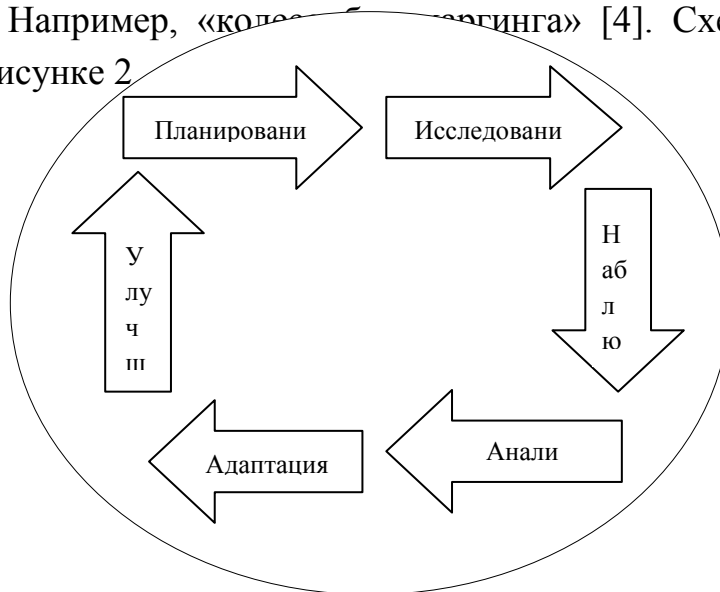


Рисунок 2 – Колесо бенчмаркинга

На мой взгляд, данная модель наиболее удобная. Она представляет собой «шаблон», дополняя который можно создать идеальную модель для любой организации.

Рассмотрим применение бенчмаркинга на примере крупнейшей телекоммуникационной компании в России ПАО «Ростелеком». В настоящее время в обществе действует долгосрочная программа развития до 2018 года. В ней выделены пять стратегий Ростелекома в фиксированном сегменте. Они представлены на рисунке 3.

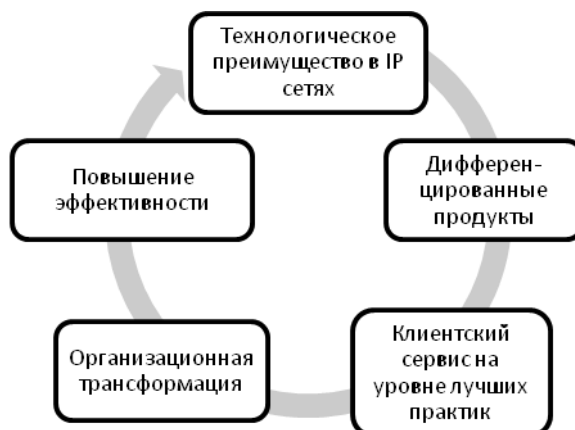


Рисунок 3 – Стратегии ПАО «Ростелеком»

Согласно диаграмме компания ПАО «Ростелеком» планирует повысить операционную и инвестиционную эффективность за счет снижения доли капитальных вложений и повышения производительности труда. Компания для сравнения выбрала три крупнейшие зарубежные телекоммуникационные компании (AT&T, Orange, Deutsche Telecom) по показателю «выручка на одного работника, млн. руб./чел.» (рисунок 4).



Рисунок 4 – Выручка на работника, млн руб./чел (по паритету покупательной способности)

На следующем этапе бенчмаркинга проводится анализ показателей. На рисунке видно, что к 2018 году компания планирует увеличить значение показателя более чем на 0,7 за счет сокращения персонала примерно на 10 000 человек в год. Такому же принципу следуют анализируемые зарубежные компании. В компании Alcael-Lucent планируется сократить 15 тыс. человек, а Deutsche Telecom – около 6 тыс. сотрудников.

Таким образом, финансовый инжиниринг является важным инструментом управления в настоящее время. В связи с тем, что все больше усиливается конкуренция на рынке, компаниям необходимо следить за деятельностью фирм-конкурентов, которые являются лидерами в отрасли. Такой инструмент как бенчмаркинг помогает постоянно отслеживать свои позиции на рынке, анализировать конкурентов, их приемы работы и использовать лучшее в своей деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Довбенко М.В., Осик Ю.И. Современные экономические теории в трудах нобелиантов. М.: Академия естествознания, 2011. С. 150-152.
2. Бочаров В.В. Финансовый инжиниринг. М.: Питер, 2014. 400 с.
3. Ключков А.К. КРІ и мотивация персонала. М.: Эксмо, 2010. 130 с.

ИЗМЕНЕНИЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ INDUSTRY 4.0

Мартынова Т. С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Изучению процессов изменения бизнес-моделей производственных предприятий в соответствии с концепцией «Industry 4.0» в последние годы уделяется повышенное внимание. Для каждой компании преимущественно важным остается производство конкурентоспособной, качественной продукции, получение экономической выгоды. В этой связи создание современной уникальной бизнес-модели является залогом успеха производственных предприятий [4-5].

«Industry 4.0» - это концепция, которая была упомянута в первый раз в 2011 году в Ганноверской ярмарке в Германии. В контексте крупных промышленных революций, индустрия 4.0 рассматривается как синоним четвертой промышленной революции. Первая промышленная революция произошла в 1780 годах и представляла собой появление парового двигателя и механический ткацкий станок; вторая - 1870 года и охарактеризовалась использованием электрических двигателей и нефтяного топлива; третья революция состоялась в 1970 годах и призналась в контексте использования автоматизированных систем в промышленном производстве.

Термин «Industry 4.0» привлек большое внимание ученых, практиков, политиков во всем мире. Х. Кагерманн рассматривает «Industry 4.0» как «текущую тенденцию к автоматизации и обмену данными в технологиях производства, который включает в себя киберфизические системы, интернет вещей и облачные вычисления» [13]. К.Шваб утверждает, что «мы находимся в начале четвертой промышленной революции, основанной на цифровизации и интернете, искусственном интеллекте и умных машинах» [3].

Внедрение принципов «Industry 4.0» позволяет получить ряд преимуществ, недоступных в традиционных бизнес-моделях прошлого. Для модернизации предприятия в этом направлении необходимо понимание компонентов программы и базовых технологий.

Четыре компонента, отражающих понятие «Industry 4.0»:

1. «Киберфизические системы» (*Cyber-Physical Systems*), это интеграция вычислительных и физических процессов. Системы и продукты, интерфейсы которых полностью открыты, взаимодействуют и функционируют с другими продуктами или системами без ограничений доступа.

Организации, киберфизические системы и персонал связаны друг с другом с помощью интернета и могут отслеживать физические процессы, а получаемые с сенсоров данные вводятся в модели виртуальных установок и имитационные модели.

2. «Интернет вещей» (*Internet of Things*) представляет собой сеть, в которой киберфизические системы взаимодействуют друг с другом по уникальным схемам.

3. «Интернет услуг» (*Internet of Services*) позволяет поставщикам услуг предлагать свои услуги через Интернет.

4. «Умное предприятие» (*Smart Factory*). Понятие «Умное предприятие» можно определить как предприятие, на котором киберфизические системы общаются через «Интернет вещей» и помогают людям и механизмам выполнять свои задачи.

Освоение и внедрение компонентов и технологий концепции «Industry 4.0» представляет основу для создания современных революционных бизнес-моделей предприятий и экономического прорыва стран в целом. По оценкам Глобального института McKinsey, в Китае до 22% увеличения ВВП к 2025 году может произойти за счет интернет-технологий. В США ожидаемый прирост стоимости, создаваемый цифровыми технологиями, впечатляет не меньше – здесь он к 2025 году может составить 1,6–2,2 трлн. долл. США. Потенциальный экономический эффект от цифровизации экономики России увеличит ВВП страны к 2025 году на 4,1–8,9 трлн. руб. (в ценах 2015 года), что составит от 19 до 34% общего ожидаемого роста ВВП [6].

Такие амбициозные экономические перспективы связаны не только с эффектом от автоматизации существующих процессов, но и с внедрением принципиально новых, прорывных бизнес-моделей и технологий. Среди них – цифровые платформы, цифровые экосистемы, углубленная аналитика больших массивов данных, технологии Industry 4.0, такие как 3D-печать, роботизация, интернет вещей. По оценке Глобального института McKinsey, только интернет вещей до 2025 года будет ежегодно приносить мировой экономике от 4 до 11 трлн. долл. США.

Теперь компании могут персонализировать заказы согласно личным предпочтениям клиентов, снижая при этом себестоимость продукции. Так,

вместо фокуса на бережливом производстве компании стремятся внедрять выпуск уникальной продукции. По индивидуальному заказу могут выпускаться и двигатели, и серверы. На заводе FujitsuSiemens в немецком городе Аугсбург выпускаются компьютерные системы и серверы буквально поштучно под конкретного заказчика. «Industry 4.0» позволяет создать гибкие системы, в которых работники смогут обмениваться информацией по средствам интернет, что значительно сократит издержки и увеличит эффективность труда.

При этом сохраняется принцип экономии: роботизированное производство отличается энергетической эффективностью, сопровождается меньшим количеством отходов и брака. Благодаря роботизации заводы Tesla, выпускающие электромобили, смогли развернуть производство не в Китае, а в Калифорнии. Для них это оказалось выгоднее, чем оплачивать труд китайских рабочих и тратить средства на транспортировку выпущенных машин. Трансформация бизнеса в рамках Индустрии 4.0 меняет не только внутреннюю стратегию фирмы, но и влияет на расстановку сил в масштабах крупных компаний. Так, производитель автомобилей, основанный 10 лет назад, - Tesla превзошел по капитализации лидера второй промышленной революции - FordMotors. Последний является представителем сферы беспилотных автомобильных систем наряду с Google, Toyota, General Motors, Volkswagen, Volvo.

Умное производство выводит на новый уровень решение всех задач, которые волновали промышленников во все годы, начиная с появления первых мануфактур: снижение процента брака, уменьшение ошибок, вызванных человеческим фактором, оценка качества произведенного продукта. Если раньше для этого использовались организационные методы (например, на заводах появлялись службы контроля качества), то сейчас к ним добавились и программно-аппаратные комплексы. К ним относятся системы IoT (промышленного «интернета вещей»), которые автоматизируют часть функций и, как следствие, снижают вероятность человеческих ошибок.

Для производителя становится возможным предлагать покупателям большое количество уникальных опций для своего продукта, что повышает доходность бизнеса. Стираются информационные границы между производителем и потребителем, покупатель в любой момент получить информацию обо всех особенностях, этапах выпуска продукта. Так, производители оливкового масла в Италии (Buonamici, IlCavallino и др.) устанавливают на своей продукции NFC-метки. По ним покупатель в несколько

кликов на смартфоне может узнать об особенностях производства данной партии продукта.

Стремительное развитие компонентов данной концепции требует пересмотра бизнес-моделей и расширения сферы деятельности. Google начал выпускать смартфоны, Facebook планирует раздавать бесплатный интернет со спутников, Apple продает музыку и кино. Бизнес стратегии этих компаний заключаются в освоении новых территорий, но не только в отношении поиска новых источников выручки, но и в цели занять определенную нишу быстрее соперника. Оставаться актуальным в новой экономике со старыми бизнес-моделями, фокусом только на существующих активах невозможно.

По оценкам McKinsey, внедрение элементов «Industry 4.0» позволяет как снижать издержки, так и наращивать продажи. Увеличивая производительность труда (на 45-55 %), применение новых технологий одновременно сокращает расходы на обслуживание оборудования (на 10-40 %) и время простоя техники (на 30-50 %), повышает показатели качества (на 10-20 %) и уменьшает складские расходы (на 20-50 %). Срок вывода новых товаров на рынок сжимается на 20-50 %, точность прогнозирования продаж повышается до 85 % и более [6].

Таким образом, освоение предприятиями концепции «Industry 4.0», так или иначе, требует пересмотра и изменения бизнес-моделей. Чтобы превратить свою компанию в цифровое предприятие, реализующее весь потенциал этой концепции, требуются преобразования в масштабах всего предприятия.

Когда мы говорим про возможности производственного предприятия, то они во многом зависят от имеющегося в распоряжении предприятия оборудования. Современное умное оборудование позволяет не только обеспечить необходимую функциональность, но и включает в себя широкий комплекс решений, способствующих повышению эффективности производства. Необходимым является и организация работы коллектива так, что бы все сотрудники проявляли готовность экспериментировать с новыми технологиями и учиться новым методам работы. Американский ученый Норберт Винер более точно определил роль человека в этом процессе: «Вычислительная машина ценна ровно настолько, насколько ценен использующий ее человек. Но он обязан иметь идеи» [2]. Компании, использующие бизнес-модели непрерывного совершенствования и обладающие высокими стандартами исследований и разработок быстрее других реализуют концепцию «Industry 4.0», став при этом более конкурентоспособными и успешными на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28.07.17г. № 1632-р
2. Липкин Е. Индустрия 4.0: Умные технологии –ключевой элемент в промышленной конкуренции М.: ООО «Остек-СМТ», 2017. – 224 стр.
3. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб -«Эксмо», 2016
4. Александрова И.Б., Фролов В.Г. Современные методы управления как фактор развития организации.//В сборнике «Общество, наука и инновации» сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4-х частях. Ответственный редактор: А.А. Сукиасян. 2013. С. 6-12.
5. Александрова И.Б., Фролов В.Г., Виноградов А.Е. Международное производственно-технологическое сотрудничество//Международное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2013. № 4 (11). С. 95-97.
6. Аптекман А., Калабин В. И др. Цифровая Россия: новая реальность // 2017г. ООО «Мак-Кинзи и Компания СиАйЭс», 2017
7. Герман М., Пентек Т. и Отто Б., Принципы проектирования сценариев Industrie 4.0 в 2016 году //49-я Гавайская международная конференция по «Системным наукам (HICSS)», 2016, с. 3928-3937.
8. Греки Д. и соавт. Человеко-машинное взаимодействие в эпоху индустрии 4.0. 2014 //12-я Международная конференция IEEE по промышленной информатике (INDIN) 2014.
9. Ивандов Д., Соколов Б., Иванова М. График координации в отрасли кибернетических сетей поставок 4.0.//8я конференция IFAC по моделированию, управлению и контролю производства MIM. 2016 - Труа, Франция. IFAC-PapersOnLine 2016;49;12:839-844.
10. Ингеманссон А.Р. Актуальность внедрения концепции «индустрия 4.0» в современное машиностроительное производство //Научоёмкие технологии в машиностроении. 2016. Т. 1, №. 7. С. 45 —48.
11. Кагерманн, Х. и соавт. Рекомендации по реализации стратегической инициативы Industrie 4.0 по обеспечению будущего немецкой обрабатывающей промышленности. //Заключительный доклад рабочей группы Индустрия 4.0. Forschungsunion, 2013.
12. Коллектив авторов, «Умные» среды, «умные» системы, «умные» производства: серия докладов в рамках проекта «Промышленный и технологический форсайт Российской Федерации» //Фонд «Центр стратегических разработок «Северо-Запад». - СПб., 2012. - Вып. 4. - 62 с.
13. Куприяновский В.П., Добрынин А.П., Синягов С. А., Намиот Д.Е., Уткин Н.А. Трансформация промышленности в цифровой экономике — экосистема и жизненный цикл //International Journal of Open Information Technologies. 2017. Т. 5, № 1. С. 34—49.
14. Сидоренко, Ю.А. Основные экономические факторы развития автомобильного производства в России в рамках концепции Индустрия 4.0/Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А.) // Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и

перспективы. Монография под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина.-СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017, с. 296-318.

15. Десять факторов, меняющих все [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.Forbes.ru/brandvoice-photogallery/sap/345705> (дата обращения 10.11.2017).

16. Индустрия 4.0 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www. sovtest.ru/ industriya4-0/ index.php](http://www.sovtest.ru/industriya4-0/index.php) (дата обращения 05.11.2017).

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ «УМНЫЙ ГОРОД» В РФ НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Масленников С. В.

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации Нижегородский институт управления*

По прогнозам ООН, к 2050 году 67% населения Земли будет проживать в городах. Многие города мира сталкиваются с проблемами высокой плотности населения, загрязнения окружающей среды, уборкой мусора и пр. Для повышения эффективности управления городским хозяйством необходимо использовать современные информационные технологии.

С 2017 года в РФ начался переход к цифровой экономике — это модель управления хозяйством, построенная с максимальным использованием компьютерных технологий. Президент РФ В.В. Путин сказал, что цифровая экономика — это не отдельная отрасль, по сути это уклад жизни, новая основа для развития системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы, всего общества... это вопрос национальной безопасности и независимости России [1].

В соответствии с Программой «Цифровая экономика РФ», выделены восемь основных направлений: государственное регулирование, информационная инфраструктура, исследования и разработки, кадры и образование, информационная безопасность, государственное управление, цифровое здравоохранение и «умный город» [2].

В октябре 2017 г. в рамках VI международного форума инновационного развития «Открытые инновации» (г. Москва) подписан Меморандум о создании Национального консорциума развития и внедрения цифровых технологий в сфере городского управления («Умный город»). Концепция «smart city» нацелена на обеспечение современного качества жизни людей за счет применения инновационных технологий, предусматривающих экономичное,

экологичное и безопасное использование городских систем жизнедеятельности. Разнообразные факторы городского развития объединяются в единую систему с помощью передовых информационно-коммуникационных технологий (мобильные приложения быстрого реагирования, интеллектуальная система общественного транспорта, система оповещения о чрезвычайных ситуациях).

Подходы к созданию «умных городов»:

1. Создание города с нуля (применяется при создании небольших экспериментальных наукоградов и новых районов города);
2. Модернизация существующих городских систем (наиболее распространен и лежит в основе развития крупнейших столиц мира — Токио, Лондон и др.).

Концепция «умный город» базируется на нескольких компонентах: энергетика, ЖКХ, транспортная сеть, безопасность, государственные услуги [4, с.126].

1. Энергетика

1.1. Создание высоко-интегрированных интеллектуальных системообразующих и распределительных электрических сетей нового поколения. «Умные сети» способны повышать качество электроснабжения посредством применения реклоузеров, бустеров и т.п.

В Н.Новгороде внедрены энергосберегающие автоматические программы управления уличным освещением с использованием фотоэлементов и ламп малой мощности. Данные системы позволяют контролировать состояние электросетей, вести учет энерго-потребления, определять количество перегоревших ламп и дистанционно управлять режимами освещения с районных диспетчерских пунктов. Интеллектуальные счетчики электроэнергии обеспечивают точность расчетов энергетиков с потребителями, позволяют дистанционно снимать показания со счетчиков, контролировать качество электроэнергии.

1.2. Автоматизированная система учета электроэнергии в работе городского электротранспорта.

Оптимизация использования энергетических ресурсов будет содействовать глобальному оздоровлению экономики страны.

2. Жилищно-коммунальное хозяйство.

2.1. Водоснабжение — это автоматизированные водозабор, водораспределение, водоотведение и обнаружение утечек; инновационные методы очистки; регулирование дождевого стока и паводковых вод в городе.

ОАО «Нижегородский водоканал» первым в России применил комплексную систему очистки воды с применением предварительной

амонизации, озона, ги-похлорита и ультрафиолета. На Нижегородской станции аэрации, где проводится полная биологическая очистка сточных вод Нижнего Новгорода, проектируется создание установки по утилизации метана совместно с ведущим немецким предприятием «РВЕ Пауэр АГ», которая позволит сократить выбросы парниковых газов в атмосферу, увеличить энергоэффективность предприятия.

2.2. Переработка отходов – внедрение «умных» мусорных контейнеров.

3. Транспорт.

Интеллектуальные транспортные системы, контроль транспортных потоков и качества дорожного покрытия, сборы за пользование инфраструктурой, умные парковки, экологичный общественный транспорт, программно-аппаратный комплекс управления дорожным движением и общественным транспортом.

В Н.Новгороде внедряются новейшие системы измерения транспортных потоков, системы счетчиков движения, комплексная система управления движением, погодные и дорожные информационные службы. Согласно проекту, в Н.Новгороде скоро появятся «умные остановки». По договору концессии, инвестору передадут диспетчерский пункт, в котором будет создан центр управления «умными» остановками. Планируется модернизировать 350 остановочных павильонов, которые будут оборудованы табло с информацией о движении транспорта, интерактивными картами по формированию маршрутов, кнопками экстренного вызова и прочими техническими приспособлениями.

4. Безопасность - это системы видео-наблюдения, видео-фиксации и обеспечения физической безопасности объектов инфраструктуры, системы обеспечения вызова экстренных оперативных служб, системы оповещения, программно-аппаратный комплекс управления системами безопасности. В рамках реализации проекта «Безопасный город» в Нижегородской области установлено 205 рубежей контроля средств автоматической фиксации административных правонарушений. Из них в Н.Новгороде развернуто 117 рубежей, среди которых 97 предназначены для контроля нарушений скоростного режима и 20 для контроля проезда на запрещающий сигнал светофора. По словам бывшего Губернатора В.П.Шанцева, это дало положительный эффект: количество аварий снизилось на 20-30%. В Н.Новгороде компания «Мегафон» запускает проект «Умный домофон», который включает в себя функции распознавания лиц, видеонаблюдения за придомовой территорией, оповещения населения социально-значимой информацией (например, об отключении горячей воды, пунктах оказания

госуслуг, важных городских событиях). В округе планируется внедрять «умные» светофоры, разработанные специалистами предприятия Холдинга «Швабе» – Уральского оптико-механического завода (УОМЗ). Светофор оснащен видеокамерой с обзором 360 градусов. Благодаря функции панорамной видеосъемки дорожные службы осуществляют удаленный контроль за безопасностью на перекрестке посредством ПК или мобильного устройства. «Устройство, разработанное в рамках проекта «Умный город», фиксирует такие нарушения, как наезд на пешеходный переход, стоп-линию, а также остановку в неположенном месте и другие».

5. Предоставление государственных услуг населению — это электронные правительство, образование, эффективное здравоохранение и туризм.

В Н.Новгороде создается единый центр обработки данных с прямым доступом потребителей к системе в режиме реального времени. Это сократит документооборот, ускорит принятие решений, что приведет к повышению качества социальных услуг в здравоохранении, образовании, культуре, государственных услугах. Проект «Умный Нижний», даст возможность гражданам смотреть, на что идет любая статья расходов городского бюджета, оценивать работу власти. В образовании ведется работа по внедрению «Электронной образовательной среды РФ», а также предпринимаются действия для полного перевода профильных учреждений на электронные учебники. В нижегородских школах введена информационно-аналитическая система "Электронный классный журнал", позволяющая родителям следить за успеваемостью ребенка и учебным процессом в целом: смотреть, какие темы проходили, что задали на дом.

В Нижнем Новгороде ввели автоматизированную систему безостановочной оплаты проезда. «Транспортная карта» - это микропроцессорная бесконтактная пластиковая карта, позволяющая осуществлять запись проездного билета или пополнение транспортного кошелька с использованием терминалов пополнения и осуществлять регистрацию проезда с использованием транспортных терминалов в общественном пассажирском транспорте.

До конца 2017 года планируется определить первые пилотные территории «умных городов» в РФ. Нижегородская область станет первым регионом России, где запустят пилотный проект «Цифровой город». Решение об этом было принято 14 ноября 2017 года на совещании главы Нижегородской области Г.Никитина с заместителями министра связи и массовых коммуникаций РФ С.Калугиным и А.Соколовым. Планируется, что проект будет запущен в

Нижегород и Сарове [3]. Успешная реализация концепции «умного города» поможет органам местной власти повысить эффективность своей деятельности и в целом обеспечит комфорт и безопасность жителей и гостей Нижнего Новгорода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Круглов С. Умные люди, умные города: что надо знать о программе развития цифровой экономики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tass.ru/ekonomika/4306382>.
2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» от 28.07.2017 N 1632-р.
3. Портал поддержки предпринимательства. Новости. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://businessnnov.ru/news/all/nizhegorodskaya-oblast-stanet-pervym-regionom-rossii-gde-zapustyat-pilotnyy-proekt-tsifrovoy-gorod/>
4. Ганин О.Б., Ганин И.О. «Умный город»: перспективы и тенденции развития // ARS ADMINISTRANDI. -2014.- №1.- С.124-135.

ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ИНДУСТРИИ 4.0 КОМПАНИЕЙ «GENERAL ELECTRIC»

Муранова Т. Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях современного мирового экономического развития все больше предприятий делают выбор в пользу технологической трансформации производства по принципу «Индустрии 4.0» [1, 2]. Данная технология подразумевает создание «умных» предприятий, где обмен данными ведется между всеми участниками, задействованными в производственной цепочке: специалистами предприятия, исполнительными компонентами, ERP-системами, роботами, продуктами и другими системами и установками. Промышленный Интернет является ключевой составляющей «Индустрии 4.0» и означает взаимосвязанное функционирование информационных и операционных технологий на производстве [4].

Одной из компаний успешно внедряющих технологии «Индустрии 4.0» является General Electric (GE). Компания работает в таких областях как здравоохранение, транспорт, авиация, электроэнергетика, нефть и газ, водоочистка, светотехника [3]. В GE можно выделить несколько типов технологических компонентов «Индустрии 4.0»:

- «умные» сенсоры, датчики и исполнительные устройства, которые позволяют собирать данные во время процесса производства;
- концентраторы данных, серверы и шлюзы, агрегирующие данные и передающие их дальше по сети;
- облачные сервисы, способные накапливать большие объемы данных, анализировать и управлять ими;
- непосредственно интернет-технологии, которые позволяют передавать большие объемы данных.

Для ускорения инноваций GE вовлекает в новые инициативы по Smart grid все заинтересованные стороны, включая клиентов – существующих и будущих, а также свой инженерный персонал. В результате они получают более 3 тыс идей по новым сетевым решениям в энергетике – от модернизации до лучшего использования электроэнергии, используя концепт краудсорсинга.

Совместно с другими лидерами отрасли (AT&T, Cisco, IBM, Intel и многими другими), GE является инициатором консорциума Industrial Internet (www.iiconsortium.org), в задачи которого входит «...дальнейшая разработка, распространение и широкое использование интегрированных машин, умной аналитики и рабочего персонала».

Рассмотрим реализацию этой идеи, в основе которой лежит инновационная технология использования индустриальной облачной платформы Predix и аппаратных решений по ее интеграции с нижним уровнем машинного управления – устройств Field Agent [5]. Именно благодаря этим передовым технологиям GE, в мире промышленной автоматизации стал развиваться новый тренд — IICS (Industrial Internet Control Systems), т.е. системы управления на базе промышленного интернета.

Predix – это первый облачный сервис, созданный для большого объема именно индустриальных данных и аналитики. Это практическая реализация нового «цифрового порядка», при котором через промышленный интернет объединяются люди, машины и процессы.

Целью создания Predix является повышение эффективности производства и выявление потенциальных проблем через невозможные ранее способы автоматизации и информатизации промышленности.

Этот сервис создан именно как программная платформа, своего рода операционная система, предназначенная для создания масштабируемых приложений и служб, работающих в защищенной среде с различными типами данных в реальном времени. Другими словами, Predix – это открытая платформа, подключенная к большим массивам данных (big data) и имеющая

широкий набор программных сервисов, предназначенных для разработки приложений промышленного интернета. На сайте www.predix.com для разработчиков свободно выложены описания этих программных сервисов по категориям (безопасность, хранение данных, подключение, аналитика, тестирование и т.п.), а также множество другой полезной информации.

В целях безопасности, Predix построен по типу изолированного сообщества – экосистемы, которая ограждает себя от пользователей других секторов, снабжена интегрированными протоколами безопасности и где действуют строгие политики за распространением и использованием производственной информации.

Технология работы Predix предусматривает непосредственное подключение промышленных установок и систем управления технологическими процессами к интернету через облако, в котором исполняются приложения по обработке огромного количества данных реального времени (рис. 1).



Рисунок 1 - Архитектура облачной промышленной платформы Predix

В результате пользователи получают данные о функционировании производства в реальном времени и аналитику, а нижний «полевой» уровень – своевременные директивы, направленные на повышение эффективности систем управления и производства в целом.

Кроме данной платформы, GE в рамках «Индустрии 4.0» также реализует концепцию системы IICS и технологии Field Agent.

Таким образом, благодаря технологиям GE с каждым днем очертания «Индустрии 4.0» в повседневной инженерной практике становятся все более отчетливыми. Компании переживают стадию эволюции, неизбежного

историческо-технического процесса сближения, устранения разрыва, а зачастую и антагонизма между устоявшимися эксплуатационными технологиями АСУ и стремительно развивающимися информационными технологиями бизнес-управления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сидоренко, Ю.А. Основные экономические факторы развития автомобильного производства России в рамках концепции Индустрия 4.0. [Текст] / Ю.А. Сидоренко, В.Г. Фролов, А.А. Павлова // В книге: Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы Под редакцией А.В. Бабкина. Санкт-Петербург, 2017. С. 296-317.
2. Трофимов, О.В. Проблемы развития инновационной деятельности предприятий Нижегородской области в современных условиях [Текст] / О.В. Трофимов, А.Г. Саакян // Фундаментальные исследования. 2017. № 4-1. С. 209-213.
3. General Electric [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ge.com/ru/>
4. Внедрение технологий «Индустрии 4.0»: первые шаги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.itweek.ru/iot/article/detail.php?ID=189041>
5. Системы управления на базе промышленного интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://awardsua.tech/assets/users/file/product/19cad77576c4fdbef3cd8afd6a4f9a1a.pdf>.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ НА ЦИФРОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Павлова А. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Осуществление производственной деятельности предприятий, ведущих свою деятельность в условиях неопределенности внешней среды, характерной для периодов экономической, финансовой, политической нестабильности, связано с риском [1]. Создание системы управления рисками на предприятии является обязательным инструментом проработки огромного круга рисков, возникающих во время работы. Структура рисков в проектной работе имеет особенно выраженный вид, ведь в зависимости от фазы проекта набор рисков может быть разным. Таким образом, появляется необходимость управлять рисками от нулевой фазы проекта до последней, что оправдывает рациональность использования структурированной и однообразной системы управления рисками.

В соответствии с международным стандартом ISO 9001:2015 риск определяется как: неопределенное событие или условие, которое, в случае

возникновения, имеет позитивное или негативное воздействие, по меньшей мере, на одну из целей проекта, например: сроки, стоимость, содержание, качество и т.д. [2]

По мере становления теории управления промышленным предприятием система управления рисками также проходила разные этапы: к моменту наступления эпохи четвертой промышленной революции (Индустрии 4.0.) менеджмент рисков стал носить обязательный характер, так как общая тенденция на сокращение издержек и необходимость инвестирование капитала в инновации ставит целью предсказывание и предупреждение потенциальных дополнительных денежных и временных расходов.

Тема системы управления рисками стала особенно актуальной после выхода международного стандарта ISO 9001:2015. В российской практике это труды: А.В. Кочеткова, Л.В. Янковского, И.И. Лившиц, А.Е. Танатаровой, П.А. Лонцих, Хорошавина А.В., Карташовой Н.А., Г.Д. Апальковой.

В зарубежной практике следующие исследователи освещали тему управления рисками в организации: David A. Carter, Daniel A. Rogers, Betty J. Simkins, Stephen D. Treanor, John Lathrop, Barry Ezell, Ali Ali, Derrick Warren, Lars Mathiasen, Golnar Behzadi, Michael Justin O'Sullivan, Tava Lennon Olsen, Abraham Zhang.

Со стороны направления стандартизации, а именно, по мере появления новых международных стандартов для промышленных и других предприятий, управление рисками заняло центровое значение. Так, к настоящему моменту менеджмент рисков включают следующие стандарты: Risk Management Standard (FERMA, 2002), A Enterprise Risk Management (COSO, США, 2004), Australian/New Zealand Risk Management standard AS/NZS 4360 (Австралия и Новая Зеландия, 2004), BS 31100, Code of practice for risk management (Британия, 2007) [3]. Стандарт ISO 9001:2015 не предусматривает проведения всесторонней оценки рисков и не требует обязательного использования стандарта ISO 31000-2010 «Менеджмент рисков – Принципы и руководства» [4]. Однако организации в первую очередь заинтересованы применять все положения стандартов и методических инструкций с целью снижения вероятности наступления рисков. Также следует отметить такие стандарты как: ISO 10006-2005 «Системы менеджмента качества. Руководство по менеджменту качества при проектировании», ISO 10018-2014 «Руководящие указания по вовлечению работников и их компетентности». Все вышеперечисленные стандарты включают положения по управлению рисками.

Продолжая тему оценки рисков в проектной деятельности можно выделить следующие этапы работы с рисками, приведенные на рисунке 1.

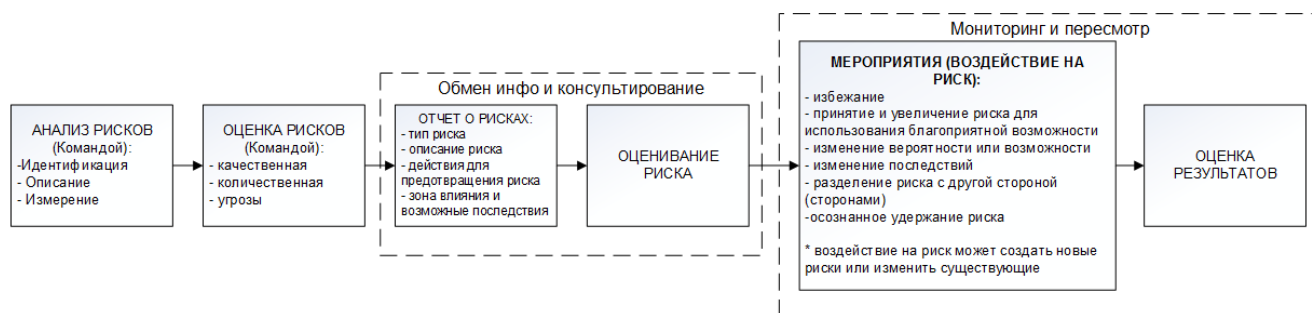


Рисунок 1. Этапы работы с рисками в деятельности проекта

Источник: разработка автора

Анализу рисков посвящено не мало отечественных и зарубежных исследований: общая тенденция исследований лежит в плоскости определения оптимальных методологий анализа рисков с применением статистических и эконометрических методов. Наиболее востребованным и признанным методом анализа рисков является матрица вероятности-последствий, которая заключается в том, что каждому выделенному риску присваивается два критерия: вероятность наступления, степень значения последствий. Матрица вероятности-последствий приведена на рисунке 2.

		Последствия			
Вероятность		Слабые	Средние	Серьезные	Экстремальные
	Низкая	E	D	C	A
	Средняя	D	C	B	A
	Высокая	C	B	A	A

Рисунок 2- Матрица вероятности – последствий

После оценки рисков применяются следующие эконометрические модели и приемы для анализа и группировки полученных данных. Чаще всего используются функции распределения и плотности вероятности, SWOT-, PEST-анализы, а также график с линией чувствительности для визуализации.

Таким образом, система риск-менеджмента и риск-ориентированного мышления в актуализированной редакции международного стандарта ISO 9001-2015 «Quality management systems – Requirements» предполагает на основании мониторинга и контроля определение среды существования риска, его

идентификацию, анализ, оценку, воздействие на риск с использованием коммуникаций и соответствующих консультаций [5].

На основе анализа имеющихся работ по обозначенной теме можно сделать вывод о том, что авторы выделяют следующие факторы, которые являются наиболее важными для производства продукции в рамках «Индустрии 4.0»: эффективность процесса принятия решений; подготовка персонала; отношение малых и средних предприятий к процессам «Industry 4.0»; усложнение производственных процессов; появление новых моделей цифрового рынка и отношений; автоматизации производства и другие [6]. Однако должный анализ рисков по всем данным направлениям обеспечит успешный и эффективный переход к новой модели производственных процессов и механизмов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Карташова Н.А. Разработка предложений по совершенствованию системы управления рисками на предприятии горнодобывающей отрасли северо-востока России (на примере АО «Чукотская горно-геологическая компания» рудник «Купол») Международный научно-исследовательский журнал. № 8 (50). Часть 1.
2. Системы менеджмента качества – Требования ISO 9001:2015.
3. Alfredo Squarzoni, Juan J. Perez, Vladimir E. Mager. On-line Quality Assurance of Study Programmes: EQUASP Approach // “Engineering education”: journal of the Association for Engineering education of Russia (ISSN 1810-2883), No. 18, 2015, pp. 73-82. – Electronic resource: www.aeer.ru.
4. Черненький А.В. Применение риск-ориентированного подхода при построении системы менеджмента качества – Международный научно-исследовательский журнал ▪ № 8 (50) ▪ Часть 1 ▪ Август.
5. Апалькова Г.Д. Развитие стандартов и моделей менеджмента риска Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2015. Т. 9, № 3. С. 176–179.
6. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А.)/Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Монография под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина.-СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017, с. 296-318.
7. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г. Основные условия формирования промышленной политики: проблемы инновационно-инвестиционной сбалансированности//Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-1 (64-1). С. 142-145.

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ БЛОКЧЕЙН И КРИПТОВАЛЮТ НА БИЗНЕС В РОССИИ

Трошин В. А.

Современная экономика постоянно эволюционирует, то, что граничило с фантастикой ещё 2-3 года назад, становится реальностью. В лексикон человека в 2017 году устойчиво вошли слова биткоин, криптовалюта, цифровая экономика, блокчейн, токен; многое из этого открывает большие возможности для бизнеса в сети интернет и не только.

Каждый день, в мире, количество операций в секторе цифровой экономики значительно возрастает, появляются новые системы платежей и виды оплаты. Появляется огромное количество информационно-программных продуктов различной направленности, способных удовлетворить даже самого требовательного пользователя. Появились и криптовалюты, несмотря на то, что появились они значительно раньше 2017 года, полное развитие и популярность они завоёвывают только сейчас, так курс биткоина по состоянию на 22 ноября 2017 года превысил \$8200, при этом двумя месяцами ранее торговался в диапазоне \$5000 - \$5400 [1].

Многие страны не считают криптовалюты равными существующим валютам государств, а рассматривают его только как финансовое вложение, хотя даже среди граждан этих стран немало тех, кто предполагает обратное. Так, по утверждениям американского экономиста Джона Стоунмаера, криптовалюты предоставляют не только большие возможности по получению дохода, но и предоставляют фактически свободу действий с этими активами от властей Государств, не способных напрямую влиять на биткоин и родственные ему криптовалюты [2]. Действительно, в США и ЕС число бизнесменов использующих этот вид хранения капитала как «Ноев Ковчег», т.е. спасая накопленные средства от кризиса или от фискальных органов государств, значительно выше тех, для кого это просто инвестиции, однако, данный факт так же вызывает неоднозначное отношение к этой валюте [3].

Так же, несмотря на всю защищённость таких криптовалют от политических и государственных факторов, они имеют большую волатильность и выпускаются в ограниченном количестве, что так же неоднозначно влияет на поведение их курса. Многие западные и отечественные учёные предполагают, что развивающимся странам, в т.ч. и России, следует с осторожностью работать с этим видом валют, по причине большой неопределённости перспектив таких валют [4]. Существует мнение, что России следует выпустить свою криптовалюту на государственно-частном уровне, и таким образом обеспечить Российскому бизнесу финансовый актив, не

подверженный инфляционным явлениям, в отличие от реальных валют [5]. В Российских научных кругах активно обсуждается внедрение платформы Индустрия 4.0, что предполагает использование метода Big Data (большие данные) [6] данная технология в 2017 году подготовлена к получению поддержки искусственного интеллекта путём внедрения обработки методами нейронных сетей.

Одним из главных вопросов к современной цифровой экономике является вопрос безопасности, т.к. например формально установить ответственных при возможных проблемах с биткоином или другой аналогичной криптовалютой будет фактически не возможно. Именно по этой причине обрело популярность мнение, о том, что биткоин это всего-лишь очередная финансовая пирамида, которая рано или поздно обрушится, причем все кто не успеют забрать свои вложения до этого момента потеряют их, по аналогии с известной финансовой пирамидой MMM. Возможно поэтому российские бизнесмены, несмотря на скорость эволюции экономики и прорыв её цифрового сектора, не спешат полностью довериться новым технологиям, и проявляют, в большинстве случаев, консервативный подход [7].

Всё же, для российского бизнеса технологии биткоина, в частности блокчейна, могут стать трамплином для роста экономики. По мнению одного из ведущих преподавателей экономической науки МГУ им. Ломоносова, Соколова А.М. необходимо создать в России несколько кластеров способных обслуживать криптовалютные операции и работать с большими массивами данных. [8] При этом, он отмечает, что реальный сектор экономики России сможет не только заработать на различных операциях с отечественными биткоинами и обезопасить свои вложения от обесценения, но и сможет самостоятельно развивать сопутствующую инфраструктуру и зарабатывать на этом. Кроме того, его советник Президента России Глазьев С.Ю, считает, что развитие отечественных услуг на базе технологий блокчейна более выгодно, чем на всём Евразийском континенте, ввиду дешевизны электроэнергии в южной Сибири, где и предполагается поставить ключевой блок обслуживания, это позволит удовлетворять не только потребности отечественных пользователей, но и пользователей стран Азии, в первую очередь КНР и Индии. [7] Данный шаг, по мнению экономиста, «откроет новые горизонты» отечественному бизнесу и иностранным партнёрам для взаимодействия и выгодного сотрудничества[9].

Несмотря на объем работы и средств, необходимый для создания в России ведущего мирового центра электронно-цифрового обслуживания криптовалют,

это позволит значительно снизить уровень безработицы и направить освобождающуюся из-за научно-технического прогресса рабочую силу в эту отрасль. Потенциальные объёмы операций которые смогут осуществляться в Российском бизнес пространстве, смогут обеспечить достойный заработок всем, гражданам РФ желающим переквалифицироваться в эту отрасль напрямую или в сопутствующие и обслуживающие её.

При условии развития вышеуказанного направления, становится более реальным проект создания огромных хранилищ информации, способные вмещать и обрабатывать более 100 зеттабайт в день [10], а со временем, приблизить это значение к 10 - 50 иоттабайтам и более [11]. Это значительно уменьшит стоимость хранения информации, облачных хранилищ и сервисов искусственного интеллекта, что позволит Российскому бизнесу самостоятельно зарабатывать в этой отрасли, выкупив определённую квоту в общем хранилище и последующим созданием своего облачного сервиса. Другой вариант – путём создания и развития собственных мобильных и смарт-технологий (и программ) на базе искусственного интеллекта с использованием нейронных сетей, что станет возможным при доступе к большим базам данных, адаптированным под нейронные сети. Всё это станет доступно, благодаря внедрению технологий криптовалют (программных кодов биткоина), блокчейна и нейронных сетей.

При реализации предлагаемых проектов необходимо учитывать их влияние оказываемое на реальный сектор экономики влияние т.к. Устойчивость реального сектора экономики характеризуется прочностью и надёжностью базовых элементов экономики, вертикальных, горизонтальных и других связей внутри системы, способностью выдерживать внутренние и внешние нагрузки [12].

Таким образом в рамках предложений по достижению поставленной цели, имеется необходимость создания специализированной группы заинтересованных лиц, которые при помощи государства, отечественных и иностранных инвестиций, смогут реализовать данный проект в Восточно – Сибирской части России. Кроме того, предлагается создание специального кластера или ОЭЗ, ориентированной на данную отрасль. В рамках сопутствующего проекта-партнёра предлагается опираться на реализующийся проект создания отечественной интернет сети, что также окажет позитивное воздействие на реализацию обоих проектов. Однако стоит отметить, что перенаправлять инвестиции из реального сектора экономики нужно с большой осторожностью, и не в ущерб национальным интересам России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Данные торговой площадки Coinbase по состоянию 22.11.17. официальная публикация биржи, № 3.2017 // раздел «инвестиции и валюты» 2017. С. 4 – 28.
2. Скабичева, В.Н. Паутина Биткойна: научный журнал / Н.В. Скабичева, В.Н. Соловьев, Н.П. Люблина, И.Г. Волков; Под ред. С.Р. Кофорова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 25-200с.
3. Бабич К., Рисиковская Е.М., Кладин А.А. Инвестиции в Криптовалюты // Проблемы безопасности. 2015. № 3. С. 7–25.
4. Титова Н. Е. Политика инвестиционной безопасности реального сектора: опасности криптовалют // Экономика и предпринимательство. 2016. № 08-3. С. 396–399.
5. Государственная программа на 2013-2020 годы. [Электронный ресурс] // mcsx. URL: <http://www.mcsx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm> (дата обращения 20.11.2017)
6. Сидоренко, Ю.А. Основные экономические факторы развития автомобильного производства в России в рамках концепции Индустрия 4.0/Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А.)//Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Монография под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина.-СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017, с. 296-318.
7. Лунковская В.Н. Биткойн, технология блокчейна // экономика России и блокчейн. 2017. № 10. С. 34–42.
8. Воробьёв Л.Ш. Экономические санкции против России: информационные ресурсы и криптовалюты [Электронный ресурс]. - URL: [http:// rusrand.ru/events/ekonomicheskie-sanktsii-protiv-rossii-vyzovu-i-ugrozy](http://rusrand.ru/events/ekonomicheskie-sanktsii-protiv-rossii-vyzovu-i-ugrozy) (дата обращения 18.11.2017).
9. Штельман В.Р. // Новые реалии бизнеса в России 2017. С. 2 – 23.
- 10.Редько А.С., Тубалец А.А. Государственные тренды для бизнеса в сфере искусственного интеллекта// Материалы международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых 14–17 марта 2017 г. – Т. VI. – 174 с
- 11.Артющик В.Д., Гусаков А.Г., Тихонов А.И. Развитие бизнеса в условиях цифровой экономики// Московский экономический журнал. 2017. №3. С. 46.
12. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г. Основные условия формирования промышленной политики: проблемы инновационно-инвестиционной сбалансированности//Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-1 (64-1). С. 142-145.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ ИНЖИНИРИНГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ АТОМНОЙ ОТРАСЛИ

Фомина Е. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

АО ИК «АСЭ» (переименован из АО «НИАЭП») (г. Нижний Новгород)
входит в состав инжинирингового дивизиона Госкорпорации «Росатом» и

оказывает услуги управления проектами по сооружению и модернизации сложных инженерных объектов:

1. Проектирование и строительство атомных электростанций.
2. Сооружение исследовательских реакторов.
3. Сооружение и модернизация объектов обращения с радиоактивными отходами и отработанным ядерным топливом (РАО и ОЯТ) и вывод из эксплуатации ядерных объектов.
4. Сервисные услуги.
5. Услуги по управлению проектами.

В 2016 году завершилась интеграция активов группы компаний ASE – инжинирингового дивизиона, ведущего игрока на мировом рынке проектирования и строительства объектов атомной энергии, направленная на повышение управляемости и эффективности функционирования организации и внедрения новых технологий управления. Именно поэтому АО ИК «АСЭ» был выбран объектом настоящего исследования.

Рассмотрим подробнее результаты внедрения новых технологий и развития ключевых компонентов производства с учетом современных подходов к экономике [1].

1. Единая система управления информацией предприятия, ЕИМ

В феврале 2016 года принято решение о создании единого информационного пространства (ЕИП). Начат процесс оптимизации ИТ-инфраструктуры Дивизиона в рамках создания Единого информационного пространства, заключающийся в сокращении числа используемых информационных систем с целью повышения эффективности процессов по направлениям взаимодействия: Госкорпорация «Росатом», заказчики, поставщики оборудования.

Стратегическим советом Госкорпорации «Росатом» одобрен новый инвестиционный проект «Тиражирование корпоративных ERP-систем в Дивизионе «Инжиниринг и сооружение». Цель проекта – создание единого и достоверного корпоративного источника информации Дивизиона «Инжиниринг и сооружение».

В рамках проекта продолжает осуществляться автоматизация сквозных бизнес- процессов:

- Contact to Cash (от первого контакта с заказчиком до получения денег).
- Design to Supply (от проектирования до поставки и монтажа).
- Предоставления в единой системе информации от российских и зарубежных филиалов АО ИК «АСЭ» и от субподрядных организаций.

Также будет осуществлен перевод основного бизнеса Дивизиона в единую корпоративную информационную систему взамен набора исторических систем.

2. Эффективность и экологичность

В 2016 году проведена ресертификация системы экологического менеджмента и актуализация внутренних стандартов и разрешительной документации с учетом изменения требований законодательства и производственных процессов. По результатам ресертификации было подтверждено соответствие системы требованиям международного стандарта ISO 14001:2004.

В результате рационального использования совокупных средств для реализации экологических проектов Росатом лидирует среди всех крупных бизнес-сообществ как по снижению, так и по минимальному объему выбросов вредных веществ, неуклонно снижая негативные показатели из года в год. Госкорпорация «Росатом» и ее организации проводят ответственную экологическую политику, которая основывается на принципах приоритетности сохранения естественных экологических систем; обязательности использования передовых научных достижений и обеспечения экологической безопасности; прозрачности и доступности информации об экологических аспектах деятельности предприятий отрасли для широкой общественности.

Компания проводит политику повышения энергоэффективности, результатом чего явилось сокращение потребления электрической энергии по сравнению с 2015 годом на 14%, тепловой энергии на 3%.

3. Управление проектами.

На предприятии успешно внедряется практика проектного управления. Развивается уникальная технология Multi-D, которая является основным инструментом платформы по управлению проектами, в том числе позволяет сокращать сроки строительства с одновременным повышением производительности труда, качества работ и безопасности при снижении стоимости проектов. Наличие собственной информационной платформы Multi-D для управления жизненным циклом объекта. В 2016 году система получила международное признание - победила в конкурсе World Nuclear Exhibition (WNE) AWARDS (Ле Бурже, Франция) с проектом «Система управления проектами на основе Multi-D технологии». Проект «Система управления проектами на основе Multi-D® технологии на Ростовской АЭС» одержал победу в международном конкурсе CETI AWARD 2016 в номинации «Мега-

проект», о чем объявило одно из наиболее авторитетных в мире промышленных объединений FIAT ECH.

Кроме того, АО ИК «АСЭ» стало первой российской компанией, получившей международный сертификат соответствия 3 класса компетентности в области управления проектами, программами, портфелями по модели International Project Management Association (IPMA Delta). Сертификацию в сфере управления проектами по международным стандартам IPMA прошли все топ-менеджеры компании.

Наличие безопасных типовых проектов с реакторами типа VVER поколения III/III+, конкурентоспособных по параметрам: LCOE, капитальные затраты, сроки сооружения.

4. Производственная система и бережливое производство

На предприятии применяется производственная система «Росатом» (ПСР) – отраслевой проект, призванный повысить производительность труда до уровня зарубежных конкурентов, сократить издержки, поднять заработную плату, а также сформировать новые правила для карьерного роста

Повышение эффективности за счет внедрения ПСР-проектов достигается по следующим основным направлениям:

1. Методология управления проектами. Утвержден стандарт управления проектами, а также регламенты всех ключевых процессов. Под каждый проект создается свой проектный офис, функционирующий по матричному принципу.
2. Система управления проектами на основе Multi-D технологии, включающая в себя более 20 элементов управления различными параметрами проекта и которая продолжает достраиваться. Целью является создание и внедрение в работу информационной платформы управления объектами капитального строительства на всем жизненном цикле объекта.
3. Повышение вовлеченности всех участников в операционные процессы. Для персонала - путем обучения, для заказчиков и подрядчиков за счет подключения всех участников к единому информационному пространству.

Так, например, в 2016 году достигнуты следующие результаты от реализации ПСР – проектов:

- Проект «Управление несоответствиями» - 40 млн. руб.,
- Ускорение процесса принятия решения по финансированию непроизводственных затрат – 666 млн. руб.,
- Внедрение информационной системы управления бизнес – процессами ЭЛМА – 24 млн. руб.

5. Учебно-производственные центры

В компании действует корпоративная программа обучения по системе управления проектами, которая включает сертификацию по IPMA, лекционный курс по стандартам управления проектами в компании практику по инструментам на основе Multi-D. В 2016 году в учебных центрах Госкорпорации «Росатом» и других организаций, а также за счет внутреннего обучения подтвердили и повысили свою квалификацию 7164 сотрудника компании, что составляет 51,2% от общей численности персонала.

6. Кросс- отраслевая кооперация.

Наличие собственной информационной платформы для управления сооружением сложных инженерно-технических объектов, а в перспективе для управления объектом на всем жизненном цикле позволяет предоставлять консультационные услуги компаниям не только в атомной энергетике.

7. Цифровое моделирование бизнес- процессов и технологических процессов компании

Повышение эффективности управления экономикой отдельного объекта предполагает дальнейшее внедрение инструментов по управлению стоимостью на всех проектах компании, а также реализацию программы мероприятий в рамках внедрения отраслевой системы комплексного управления стоимостью и сроками TCM NC. Процедуры управления стоимостью строительства на объектах, сооружаемых в России, автоматизированы посредством модуля «Автоматизированная система управления стоимостью (АСУС)». Управление стоимостью на зарубежных проектах реализуется в программном комплексе ИСУР на платформе 1С.

Оценка эффективности деятельности компании осуществляется с применением КПЭ, которые формируются в карте КПЭ Президента АО ИК «АСЭ» и каскадируются для нижестоящих сотрудников. Ключевые цели и КПЭ сотрудника должны обеспечить выполнение целей и КПЭ компании или вышестоящей должности. КПЭ устанавливаются на год в соответствии с ключевыми целями сотрудника с учетом функциональной нагрузки. Так, для контроля эффективности инвестиций применяется КПЭид, учитывающий соответствие расчетной доходности портфеля проекта плановой, а также исполнение установленных на текущий год ключевых событий реализации проекта. В обязательном порядке КПЭ устанавливаются руководителям всех уровней управления. Специалистам, служащим и рабочим также могут устанавливаться индивидуальные КПЭ.

Как видно из представленного выше анализа, несмотря на достаточный уровень зрелости компании в рамках оценки развития ключевых компонентов

производства, использование моделей оценки зрелости компании и установка целей в соответствии с предлагаемыми моделями [1], может дополнительно повысить управляемость компании и ее эффективность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. П.Н. Биленко, С.Л. Лысенко, И.В. Завалеев, Л.В. Лысенко «Комплексная оценка развития предприятия как инструмент повышения производительности труда». – «Научные технологии», 2017г., т.18, №7, стр. 22-31.
2. Сидоренко Юрий Александрович, Фролов Владислав Генрихович, Павлова Ангелина Александровна «Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы». - Под редакцией А.В. Бабкина. Санкт-Петербург, 2017. Издательство: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого" (Санкт-Петербург), стр. 296-317.
3. Инжиниринговый дивизион. Годовой отчет 2016. Новая философия управления. – Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом».

АНАЛИЗ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИНДУСТРИИ 4.0 НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АВТОМОБИЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Фролова Е. В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Компании Группы Faurecia в настоящий момент являются мировым лидером в трех областях бизнеса: автомобильные сиденья, детали интерьера и выхлопные системы. Faurecia является крупнейшим в мире поставщиком каркасов и механизмов для автомобильных сидений, выхлопных систем и деталей интерьера. Группа Faurecia также занимает третье место в мире по поставкам автомобильных сидений. У Группы предприятий насчитывается 330 производственных площадок, включая 30 центров НИОКР в 34 странах мира (включая Россию). Faurecia использует в своем производстве передовые технологии и постоянно развивает технологическую оснащенность своих заводов.

Целью данной работы является анализ опыта внедрения технологий Индустрии 4.0 группой компаний Faurecia. Для достижения данной цели решаются следующие задачи:

- Описать опыт внедрения технологий Индустрии 4.0
- Выделить их слабые и сильные стороны

- Проанализировать успешность внедрения Индустрии 4.0

Опыт Faurecia во внедрении технологий Индустрии 4.0

В настоящий момент Группа компаний широко использует элементы 4.0 в своем производстве. В частности, были открыты несколько заводов, полностью оборудованных согласно принципам Индустрии 4.0. Самым известным из них можно назвать завод в Индиане.

На заводах используются следующие технологии:

- Автономные умные машины – способны самообучаться и самостоятельно определять время пауз и маршруты следования по цеху;
- Система лазерного сканирования, способная определять, соответствуют ли изготовленные детали изначальному заказу;
- Радиочастотные системы идентификации;
- Кооперирующиеся роботы (коботы);
- Безбумажная среда, позволяющая работникам мгновенно получать всю нужную информацию;
- и другое.

Сильными сторонами внедрения Индустрии 4.0 на заводах Faurecia являются:

- Прогнозирование возможных сбоев оборудования – система позволяет вовремя получать сигналы о состоянии оборудования, прогнозировать сбои и осуществлять необходимый ремонт;
- Поточный контроль качества и перемещения – автоматическое отслеживание всех перемещений компонентов упрощает логистику и позволяет управлять потоками запасов и качеством в реальном времени;
- Умная автоматизация и кооперирующиеся роботы – позволяют освободить людей от всех неэргономичных, повторяющихся и рутинных задач;
- Визуальное управление – наблюдение в реальном времени за производством и перемещением компонентов.

К слабым сторонам внедрения Индустрии 4.0 можно отнести затраты и необходимость переобучать работников/ переоборудовать заводы, однако Faurecia смогла достаточно успешно справиться с этими трудностями, и в целом, ее руководство оценивает опыт внедрения технологии 4.0 на предприятиях, как исключительно успешный.

В целом, анализируя процесс внедрения технологий Индустрии 4.0 в рассматриваемой группе предприятий с точки зрения компонентов производства, можно отметить, что наиболее успешно реализованы следующие компоненты:

1)Единая система управления информацией предприятия.

На заводах Faurescia, работающих согласно принципам Индустрии 4.0 реализуется единый онлайн мониторинг всего производственного, трэкингового и сбытового процесса.

2)Энергоэффективность и экологичность.

На заводах Faurescia большое внимание уделяется очистным сооружениям, а также энергосберегающим технологиям.

3) Трансфер технологий.

Технологии Индустрии 4.0, успешно внедренные на одном предприятии, начинают внедряться на других и получают свое дальнейшее развитие и пространственное распространение.

4) Производственная система и бережливое производство.

В компании создается единая информационная среда, позволяющая отслеживать и своевременно использовать, дорабатывать и внедрять новые идеи в области повышения технологичности производства, эффективности управления и других областях.

5) Цифровое управление логистикой.

Большое внимание уделяется потоковому контролю качества и перемещения, который позволяет практически не задействовать персонал в управлении логистикой и облегчает ее оптимизацию.

6) Цифровое моделирование бизнес-процессов и технологических процессов компании.

Данный аспект также развит на высоком уровне.

7) Конвергенция цифрового и физического в разрабатываемом продукте.

На предприятии широко используются технологии предсказательной аналитики, позволяющие решать проблемы управления качеством, в том числе и на цифровом уровне.

Опыт внедрения технологий Индустрии 4.0 Группой компаний Faurescia является примером успешного внедрения данных технологий в развитой, успешной, идущей в ногу со временем компании. И подтверждает, что для подобных компаний технологии Индустрии 4.0 являются технологиями будущего. Руководство Faurescia отмечает, что стоит подождать появления Индустрии 5.0, чтобы убедиться, что она так же может быть успешной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. D. Greenfield The Digital Automotive Factory Arrives//AutomationWorld, February 7,2017[Интернет-ресурс, режим доступа: <https://www.automationworld.com/digital-automotive-factory-arrives>].
2. D. Heilman Faurecia Extends Industry 4.0 Concepts to New Plant// Engineering360 [Интернет-ресурс, режим доступа: <http://insights.globalspec.com/article/3480/faurecia-extends-industry-4-0-concepts-to-new-plant>]
3. Faurecia invests in digital manufacturing//Plasticnews, August 1,2017 [Интернет-ресурс, режим доступа: <http://www.plasticsnews.com/article/20170801/NEWS/170809985/faurecia-invests-in-digital-manufacturing>].
4. Investor Day Strategy to double sales in China and Group update/Shanghai, November 11,2014 [интернет ресурс, режим доступа: http://www.faurecia.com/files/corporate/publication/file/faurecia_2014_investor_day_slides_111114.pdf]
5. Smart Factories: How can manufacturers realize the potential of digital industrial revolution/ Capgemini Consulting [интернет-ресурс, режим доступа: <https://www.capgemini.com/jp-jp/wp-content/uploads/sites/14/2017/07/smart-factories-how-can-manufacturers-realize-the-potential-of-digital-industrial-revolution.pdf>].
6. The Digital Enterprise initiative// Faurecia.com [Интернет-ресурс, режим доступа: <http://www.faurecia.com/en/about-us/partner-of-choice/digital-enterprise-initiative>].
7. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А. Основные экономические факторы развития автомобильного производства России в рамках концепции Индустрия 4.0// в кн. «Цифровая трансформация экономики и промышленности: Проблемы и перспективы» - Спб, Издательство Политехнического Университета, 2017. – С. 296-317.
8. Юдина М.А. Индустрия 4.0: Перспективы и вызовы для общества/ Государственное управление. Электронный вестник №60, февраль 2017.

ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИНДУСТРИИ 4.0 НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Шалаева М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

BMW Group – это высокотехнологичная производственная сеть, которая постоянно развивается и расширяется. Некоторые из принципов развития объединены под названием «Индустрия 4.0» – часть из них находится в стадии публичного обсуждения, часть была представлена ранее, а часть находится на этапе внедрения. Для BMW Group «Индустрия 4.0» – это не производство без участия людей и даже не обязательно повышение уровня автоматизации. В этом контексте главная цель – разумное применение новых технологий, чтобы обеспечить идеальную поддержку работников на производстве и в

департаменте планирования. Помимо интеллектуального управления данными этот подход также включает технологичные системы «человек-робот», которые могут значительно облегчить неудобные с точки зрения эргономики производственные процедуры. По мере сближения цифрового и материального миров появляются новые возможности, позволяющие людям более эффективно сотрудничать в рамках глобальной производственной сети BMW Group. Мобильные ассистирующие системы в будущем будут предоставлять работникам еще более разностороннюю поддержку. Главное во всех этих мерах – не техническая возможность их осуществления, а конкретная выгода в технологиях производства, которую ощутит конечный потребитель [2].

Для выпускаемой продукции проводится анализ и оптимизация энергопотребления на протяжении всего жизненного цикла продукции с подготовкой экологической декларацией продукта. Ведется учет энергозатрат в продукции на всех стадиях жизненного цикла от сырья до переработки и утилизации [4].

Меньшее потребление энергии, увеличенная надежность производства и повышенное качество продуктов: все эти три преимущества стали возможны на заводах BMW Group благодаря интеллектуальной информационной системе управления энергией (iEMDS). Система основана на использовании интеллектуальных электрических датчиков, которые постоянно измеряют потребление энергии производственными сооружениями и роботами и связывают их с большой центральной информационной сетью компании. Вследствие этого новый комплекс может быть успешно интегрирован с существующими системами, записывающими данные об энергопотреблении зданий и структур обеспечения, становясь их ценным дополнением. Благодаря «умным счетчикам» отклонения, ведущие к повышенному расходу энергии, могут быть обнаружены уже на начальной фазе. Более того, эти данные позволяют предотвращать сбои и даже отказы производственных мощностей и роботов, тем самым обеспечивая уровень качества, необходимый для производства автомобилей премиум-класса.

Интеллектуальная информационная система управления энергией – часть производственной концепции BMW Group под названием «Индустрия 4.0». Ее внедрение поддержал Европейский фонд регионального развития European Regional Development Fund (ERDF). Совсем недавно всесторонний подход BMW Group к интеллектуальному управлению энергетическими данными был отмечен наградой EnergyMastersAward, учрежденной берлинской

административной сетью Econique в рамках саммита, посвященного устойчивому развитию.

Интеллектуальное управление энергетическими данными также является неотъемлемой частью стратегии BMW Group по устойчивому развитию.

Пилотный запуск проекта iEMDS состоялся на заводе по выпуску моделей BMW X в Спартанбурге. Согласно расчетам экспертов BMW Group, только на этой американской площадке экономия расходов на энергию за счет внедрения iEMDS может достигнуть 25 миллионов евро за ближайшие десять лет.

На заводе в Спартанбурге с 2012 года умные датчики установлены более чем на 80 единицах производственного оборудования и роботов. Всего через несколько недель после установки энергопотребление отдельных производственных мощностей упало на четверть. Вот один из примеров: сравнение трех технически идентичных роликовых динамометров показало, что одному из них требовалось в два раза больше энергии для проверки образца, чем двум другим. Причиной стала программная ошибка в системе управления вентиляцией.

Интеграция интеллектуального управления энергией в большую информационную сеть BMW Group открывает широкий спектр дальнейших возможностей. Данные iEMDS хранятся и анализируются в центральном вычислительном центре BMW Group в Мюнхене, где базируется и большая информационная сеть. Самая большая часть данных, собираемых с производства, привязывается к каждому конкретному автомобилю и состоит из программы и результатов диагностики 80 контрольных датчиков. Кроме того, собираются и общие производственные данные – например, когда и где был произведен автомобиль и сколько времени на это потребовалось.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Биленко П.Н., Лысенко С.Л., Завалеев И.С., Лысенко Л.В. Комплексная оценка развития предприятия как инструмент повышения производительности труда // Научные технологии. 2017. №7. С. 22-37.
2. Индустрия 4.0: интеллектуальное управление данными для устойчивого развития производства [электронный ресурс], ссылка доступа: <http://www.bmwclub.ru/threads/industrija-4-0-intellektualnoe-upravlenie-dannymi-dlja-ustojchivogo-razvitija-proizvodstva.860080/>

3. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г. Основные условия формирования промышленной политики: проблемы инновационно-инвестиционной сбалансированности//Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-1 (64-1). С. 142-145.
4. Сидоренко, Ю.А. Основные экономические факторы развития автомобильного производства в России в рамках концепции Индустрия 4.0/Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А.)/Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Монография под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина.-СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017, с. 296-318.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ «SIEMENS AG»

Шманцырева П.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях перед промышленными предприятиями стоит приоритетная задача, заключающаяся в необходимости внедрения в производственный процесс четвертой промышленной революции, именуемой также Индустрия 4.0. Данная платформа была разработана Правительством Германии в целях создания согласованной основы для поддержания конкурентоспособности промышленности страны и в настоящее время все больше набирает свою популярность. Платформа Индустрия 4.0 описывает организацию производственных процессов на основе технологий и устройств, автономно взаимодействующих друг с другом. Концепция Индустрии 4.0 подразумевает ряд технологий, таких как Internet of Things, Internet of Services, Industrial Internet, Advanced Manufacturing, Smart Factory и другие [1, с. 298].

Одним из ярких представителей, активно применяющих в процессе производства концепцию Индустрии 4.0, является концерн Siemens AG (Германия).

Концерн Siemens AG является мировым лидером, деятельность которого направлена на разработку и производство инновационного оборудования в области электротехники, электроники, энергетического оборудования, транспорта, медицинского оборудования и светотехники, а также специализированных услуг в различных областях промышленности, транспорта и связи. Другими словами, Siemens AG является производителем технологий Индустрии 4.0. Концерн Siemens AG насчитывает 372 000 сотрудников в более чем 200 странах и регионах.

Основателем концерна Siemens AG является известный германский инженер, изобретатель, учёный, видный политический и общественный деятель Вернер фон Сименс, создатель магнитно-электрического телеграфа с двутавровым якорем в 1847 году, впоследствии создавший фирму Telegraphen-Bauanstalt Siemens & Halske.

Курс на цифровую автоматизацию систем производства концерн Siemens AG взял еще в 1996 году, когда ввел полностью интегрированную автоматизацию, а именно создание портала TIA, позволяющего осуществлять интеграцию с различными пакетами данных, виртуальным миром, формировать цифрового двойника, использовать «облачные технологии», благодаря чему завод концерна Siemens AG по промышленной автоматизации в г. Амберг, считается самым ультрасовременным предприятием компании по всему миру. Там, продукты и машины взаимодействуют друг с другом, позволяя продуктам самим контролировать свое производство [3].

В целях анализа эффективности проведения интегрированной автоматизации, рассмотрим кейса внедрения технологий Индустрии 4.0 на предприятии концерна Siemens AG. Для этого необходимо исследовать ряд ключевых компонентов производства с учетом современных подходов в экономике.

1. Единая система управления информацией предприятия, EIM.

Концерн Siemens AG использует комплекс технологических решений по управлению жизненным циклом изделия (PLM), технологии управления данными об изделии (PDM), бизнес-системы (ERP), системы оперативного управления производственными процессами (MES) и другие [4].

2. Интеграция в хозяйственной деятельности нематериальных активов и результатов интеллектуальной собственности.

Концерн Siemens AG занимает ведущую позицию в ключе патентной статистики. Владение достаточным объемом интеллектуальной собственности и ее коммерциализация отвечает требованиям инновационного развития и приводит к конкурентным преимуществам. Примером могут послужить многочисленные инновационные разработки концерна в области автоматизации, электрификации, безопасности зданий и т.д.

3. Цифровой реверс-инжиниринг. Digital Revers Engineering (DRE).

Концерн Siemens AG использует в своем производстве технологию цифрового реверс-инжиниринга, а именно работу с данными, полученными путем сканирования физических прототипов.

4. Энергоэффективность и экологичность.

Приоритетным направлением инновационных разработок концерна Siemens AG является повышение энергоэффективности. Также концерном Siemens AG проводится активная политика по снижению уровня выбросов парниковых газов предприятия. В этих целях концерн Siemens AG направляет свою деятельность на освоение возобновляемых источников энергии.

5. Трансфер технологий.

Концерн Siemens AG осуществляет взаимодействие своих продуктов совместно с продуктами других мировых лидеров для создания новых инновационных технологий. Так, например, компания SAP и концерн Siemens AG постоянно расширяют способность к взаимодействию своих продуктов, соединяя производственный и бизнес уровни. Еще одним примером может послужить сотрудничество концерна Siemens AG и Microsoft в разработке современных высокотехнологичных продуктов для промышленной автоматизации.

6. Управление проектами.

Концерн Siemens AG обладает и успешно управляет немалым количеством проектов, таких как промышленная автоматизация, автоматизация и безопасность зданий, технологии приводов, энергетика, здравоохранение, финансирование, потребительские товары и другие [3].

7. Производственная система и бережливое производство.

Концерн Siemens AG использует в своем производственном процессе технологию «цифровое производство», являющуюся неотъемлемой частью процесса управления жизненным циклом изделия (PLM) и играющую важную роль в разработке изделия и его производстве. Системы поддержки цифрового производства дают возможность технологам в виртуальной среде создавать полное описание технологического процесса. Также цифровое производство применяется для поддержки таких инициатив, как «шесть сигм» и «бережливое производство» [4].

8. Учебные производственные центры.

Концерн Siemens AG сотрудничает с 25 ведущими университетами мира в целях принятия участия в фундаментальных и прикладных исследованиях, проводимых по всему миру, а также в целях соединения промышленных и академических миров. Кроме того, концерн Siemens AG осуществляет сотрудничество с 8 ведущими университетами в рамках «центра обмена знаниями», включающего в себя ряд университетов Германии, Австрии, Китая и США. Таким образом, концерн Siemens AG создал глобальную сеть академических партнеров на протяжении многих лет.

9. Цифровое управление логистикой.

Одним из направлений деятельности концерна Siemens AG являются инновационные разработки в сфере логистики (департамент «Мобильность»). Логистические решения концерна Siemens AG характеризуются инновационной направленностью, энергоэффективностью и экологичностью. Что же касается специалистов по логистике концерна Siemens AG, то они отвечают за весь процесс управления закупкой, включая планирование, транспортировку, выполнение таможенных формальностей и складирование.

10. Кросс-отраслевая кооперация.

Концерн Siemens AG имеет техническую платформу SIMATIC IT, разработанную на базе платформы Microsoft Windows Server System. Система Windows Server является комплексной интегрированной серверной инфраструктурой, позволяющей развертывать решения, дающие возможность работникам быстро и легко получать, анализировать и распространять информацию [3].

11. Цифровое моделирование бизнес-процессов и технологических процессов компании.

Концерн Siemens AG осуществляет проектирование цифровых информационных моделей производственных процессов, в том числе участков и целых заводов (Siemens Tecnomatix Plant Simulation). Концерн Siemens AG является технологическим лидером, создает предприятия-прототипы, моделирующие будущие технологические процессы с полностью цифровой системой управления жизненным циклом продукта (завод Siemens в г. Амберг, Германия) [2, с. 27].

12. Конвергенция цифрового и физического в разрабатываемом продукте.

Одним из ключевых направлений деятельности концерна Siemens AG является соединение реального мира с виртуальным. Это подтверждает наличие разработанных концерном инновационных технологий, содержащих в себе цифровую и физическую составляющую.

13. Автоматизированные рабочие места в цехах (CAW).

Рабочие места на производстве концерна Siemens AG являются автоматизированными благодаря имеющейся у концерна технической платформы SIMATIC IT и платформы TIA в производственном процессе [3].

14. Полная информационная модель выпускаемого продукта (цифровой двойник).

Концерн Siemens AG использует систему моделирования с помощью «цифрового двойника» - виртуального образа продукта, в котором различные конструкции отдельных его компонентов могут быть добавлены и испытаны в

процессе разработки. Данный подход был использован NASA для имитации высадки на Марс марсохода Curiosity в 2012 году. Посадка была протестирована 8000 раз с использованием программного обеспечения PLM Siemens AG.

15. Аддитивное производство и быстрое прототипирование.

Концерн Siemens AG использует на своем предприятии технологию цифрового производства, включающую в себя трехмерную (3D) визуализацию. Данная технология позволяет моделировать производственные процессы, оптимизировать технологии до начала выпуска продукта. Важно отметить, что концерн Siemens AG осуществляет совместное использование 3D и PLM-решений, что позволяет практически полностью избежать перепроизводства и минимизировать брак.

Внедрение технологий Индустрии 4.0 на предприятии концерна Siemens AG имеет весьма значительные результаты. Так, например, благодаря использованию на предприятии технологии по управлению жизненным циклом изделия (PLM), было достигнуто снижение продолжительности цикла производства в среднем на 45%, сокращение времени ввода данных на 75% и более, сокращение количества незавершенной продукции в среднем на 24%, снижение объема бумажной отчетности между сменами в среднем на 61%, сокращение времени освоения новой продукции в среднем на 27%, сокращение ненужной бумажной документации в среднем на 56%, сокращение объема брака в среднем на 18%, уменьшение затрат на 50-80% [3].

Также необходимо отметить результат создания портала TIA, благодаря которому завод концерна Siemens AG по промышленной автоматизации в г. Амберг считается самым ультрасовременным предприятием компании по всему миру. Одним из показателей результатов данной автоматизации производственного процесса является увеличение объема производства в 8 раз при сохранении тех же производственных площадей и рабочей силы, численность которой изменилась лишь незначительно за последние 20 лет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А.//Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Монография под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина.-СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017, с. 296-318.
2. Биленко П.Н., Лысенко С.Л., Завалеев И.С., Лысенко Л.В. Комплексная оценка развития предприятия как инструмент повышения производительности труда. Научные технологии. Издательство: Издательство "Радиотехника" (Москва), 2017, с. 22-31.
3. www.siemens.com – Siemens Global Website.

4. <https://www.plm.automation.siemens.com> – PLM – Product Lifecycle Management: Siemens PLM Software.

Секция 3. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

На сегодняшний день эффективное функционирование региона, обеспечение высоких темпов его развития в значительной степени определяется уровнем инвестиционной активности и диапазоном инвестиционной деятельности. В регионах ведется постоянная системная работа, направленная на активизацию инвестиционной деятельности и улучшение инвестиционного климата. Кроме того, важным стимулом для привлечения инвесторов остается механизм финансового стимулирования инвестиционной деятельности.

Механизм финансового регулирования инвестиционной деятельности главным образом представлен набором административных, экономических и правовых методов регулирования [4].

Экономические меры регулирования инвестиционной деятельности реализуются посредством экономической политики, которая предполагает использование инструментов бюджетной и финансово-кредитной систем. Финансово-кредитные инструменты первичны и наиболее существенны, в отличие от бюджетных, поскольку они оказывают воздействие на деловую активность субъектов хозяйственной деятельности и граждан, на их желание инвестировать средства, определять темпы социально-экономического развития, пополнение бюджета и рост его показателей. Исследование дефиниций «денежно-кредитная политика» и «финансовая система» позволяет отметить тот факт, что финансово-кредитная система отличается от денежно-кредитной системы масштабом применения, а значит, методологически целесообразно использовать понятия «финансово-кредитная система» и «финансово-кредитная политика» при рассмотрении государственно-финансового регулирования инвестиционной деятельности.

Финансово-кредитная политика формируется взаимным сочетанием бюджетной и налоговой политики, внешнеэкономической и таможенной политики, денежно-кредитной и инвестиционной. При этом инвестиционная и бюджетная политика находится в зависимости от всех остальных.

Согласно ст.10 Закона Нижегородской области от 31 декабря 2004 г. №180-З «О государственной поддержке инвестиционной деятельности Нижегородской области» государственная поддержка инвестиционной деятельности на территории региона предоставляется инвесторам, которые реализуют приоритетный инвестиционный проект Нижегородской области на

основании экспертизы и конкурсного отбора. Законом также определены правовые и экономические основы стимулирования инвестиционной деятельности [2].

Государственная поддержка инвесторов осуществляется, главным образом, посредством предоставления налоговых льгот, в частности: снижения ставки по налогу на прибыль, подлежащему зачислению в областной бюджет, которое составляет от 1,0 до 4,5%; освобождения от налога на имущество организаций, которое создается, приобретается для реализации приоритетного инвестиционного проекта; освобождения от налога на движимое имущество, принятое на учет в 2016 г. и позже. Другими мерами выступают льготы по аренде объектов недвижимости государственной собственности Нижегородской области, а также освобождение инвесторов от арендной платы при аренде земельных участков. В рамках государственной поддержки инвесторам предоставляется частичная компенсация по кредитным договорам и соглашениям, а также предоставление субсидий и инвестиций из государственных источников финансирования.

Нефинансовые меры поддержки заключаются в ходатайстве в федеральные органы государственной власти Российской Федерации об оказании содействия инвесторам в реализации инвестиционного проекта; распространении позитивной информации об инвесторе, а также помощи в создании инфраструктуры бизнеса.

Среди других мер, направленных на стимулирование инвестиционной деятельности, можно отметить разработку специальных инвестиционных контрактов (СПИК), которые также предполагают предоставление льготных условий. Новая мера поддержки направлена на привлечение инвестиций в открытие крупных промышленных производств в регионе.

В рамках СПИК может осуществляться создание или модернизация промышленного производства, внедрение наилучших доступных технологий или освоение производства промышленной продукции, не имеющей аналогов в РФ [1].

СПИК предусматривают освобождение от налога на имущество и налога на прибыль, если доля доходов от проекта в общем объеме доходов составляет не менее 90%, объем инвестиций по СПИК должен составлять не менее 750 млн. рублей [1].

На сегодняшний момент законодательство о СПИК представлено Федеральным законом от 31 декабря 2014 г. №488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации», Постановлением Правительства

Российской Федерации от 16 июля 2015 г. №708 «О специальных инвестиционных контрактах для отдельных отраслей промышленности». На региональном уровне разработано Постановление Правительства Нижегородской области от 02 ноября 2017 г. №388 «Об утверждении порядка заключения специального инвестиционного контракта». Анализ существующей нормативно-правовой базы позволяет сделать некоторые выводы об эффективности заключения подобных контактов. Во-первых, существуют препятствия в применении льгот действующими предприятиями, поскольку в законодательстве обозначен критерий 90% доходов от инвестиционного проекта в общем объеме доходов, соответственно, необходимо исключить, либо снизить данный критерий и закрепить отдельное определение налоговой базы в рамках СПИК. Во-вторых, препятствием может быть сложность применения льгот для масштабных проектов, поскольку существует ограничение срока применения льгот по налогу на прибыль на период до 2025 г., что также необходимо корректировать на законодательном уровне. В целом, для обеспечения функционирования СПИК необходимо комплексное проработанное и непротиворечивое нормативное регулирование.

Таким образом, представленный механизм финансового регулирования инвестиционной деятельности представляет собой совокупность методов и инструментов воздействия на финансирование инвестиционной деятельности, достигаемого за счет эффективного использования комплекса методов государственного регулирования и стимулирования, направленных на мобилизацию финансовых ресурсов и их использование в целях обеспечения устойчивого социально-экономического развития региона.

Таким образом, дальнейшее совершенствование инвестиционной деятельности возможно путем развития механизма и инструментов финансового регулирования инвестиционной деятельности региона, в том числе в рамках СПИК и других форм. Стоит также отметить, что с позиции системного подхода к регулированию инвестиционных процессов данная сфера мало изучена и требует дальнейших теоретических и практических исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 16 июля 2015 г. №708 «О специальных инвестиционных контрактах для отдельных отраслей промышленности» (с изм. от 27.12.2016).

2. Закон Нижегородской области от 31.12.2004 №180-З «О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Нижегородской области» (с изм. на 06.05.2016).

3. Постановление Правительства Нижегородской области от 02 ноября 2017 г. №388 «Об утверждении порядка заключения специального инвестиционного контракта».

4. Булатова Ю.И. Финансовое регулирование инвестиционной деятельности субъекта Российской Федерации // Экономические науки. 2011. №3 (76). С. 309-314.

ОЦЕНКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Белкина Д.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных экономических условиях торговые компании сталкиваются с серьезной конкуренцией на рынках сбыта товаров и услуг, что подталкивает их к использованию агрессивных стратегий продаж. Средства, которые поступают от дебиторов, являются одним из главных денежных потоков предприятий. Большие отсрочки платежей, несвоевременное погашение контрагентами дебиторской задолженности приводят к нехватке денежных средств, уменьшению оборотных активов организации и снижению деловой активности. Эти факторы в совокупности обуславливают необходимость грамотного управления дебиторской задолженностью в процессе деятельности.

Объектом исследования является компания ООО «АБВ». Оно имеет подразделения в следующих городах: Нижний Новгород, Тольятти.

ООО «АБВ» занимается:

- оптовой торговлей автомобильными запчастями;
- оказанием инжиниринговых услуг

В таблице 1 приведена статистика за 2015 – 2016 гг. по контрагентам и долям их просроченной задолженности в общей просроченной задолженности.

Таблица 1 – Анализ просроченной задолженности по крупным покупателям и заказчикам ООО «АБВ» в 2015 – 2016 гг.

Наименование клиента	Доля в выручке	Удельный вес просроченной	Удельный вес просроченной	Абсолютное отклонение
-------------------------	-------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------

	%, 31.12. 2016	задолженности %, 31.12. 2015	задолженности клиента в%, 31.12. 2016	удельных весов %
				2016 к 2015
Клиент 1	22	19	21	2
Клиент 2	18	16	17	1
Клиент 3	18	10	11	1
Клиент 4	11	0	0	0
Клиент 5	10	0	0	0
Клиент 6	10	12	11	-1
Клиент 7	9	8,5	10	1,5
Прочие клиенты (5)	2	31	26	-5

Таким образом, данная таблица показывает, что более 70% просроченной задолженности покупателей и заказчиков приходится на 7 крупных клиентов ООО «АБВ», остальная часть на прочих пяти клиентов. Тенденция такова, что почти вся просроченная задолженность по всем крупным клиентам выросла в 2016 г. по сравнению с 2015 г.

Примечателен факт, что несмотря на ухудшение ситуации с собираемостью дебиторской задолженности, в ООО «АБВ» не проводится оценка платёжеспособности контрагентов, даже тех, для которых установлена отсрочка платежа, а также не применяются методы инкассации дебиторской задолженности. Система управления данным активом нуждается в совершенствовании.

Целью рекомендаций по управлению дебиторской задолженностью в ООО «АБВ» является создание системы оценки дебиторской задолженности покупателей и заказчиков, а также применение различных методов инкассации дебиторской задолженности.

1. Оценка платежеспособности клиентов ООО «АБВ»

В ходе исследования были рассмотрены преимущества и недостатки методик оценки юридических лиц, разработанные С.В. Николаевым [2] для факторинговых компаний и А.В. Сметанко для внутреннего аудита расчетов [3]. По результатам анализа была разработана методика оценки платежеспособностей клиентов ООО «АБВ», состоящая из двух разделов: анализ работы с клиентом (период работы, срок отсрочки платежа, доля просроченной задолженности, кол-во направленных официальных писем и переговоров по поводу просроченной задолженности) и экономический анализ состояния и деятельности клиента за последний отчетный период (коэффициенты текущей ликвидности, оборачиваемости активов,

маневренности средств, рентабельности, Z-модель Альтмана). Результаты оценки с присвоением уровня риска семи крупнейших клиентов ООО «АБВ» приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация клиентов по уровню риска

Количество баллов	Классификационная группа	Вероятность оплаты	Наименование клиента
32-33	Очень надежный	1	-
27-31	Надежный	0,9	5,4
21-26	Средне надежный	0,7	6,3,7
16-20	Ненадежный	0,4	2,1
Менее 14	Безнадежный	0	-

Полученные результаты являются необходимыми для оценки дебиторской задолженности данных контрагентов и применения методов инкассации.

2. Методы инкассации дебиторской задолженности

Целью любого экономического субъекта является инкассация дебиторской задолженности, повышение ликвидности, минимизация риска неоплаты контрагентами [6].

Различные способы инкассации дебиторской задолженности применяются к группам контрагентов, выделенным по уровню платежного риска:

I. Надежные клиенты (5,4) – скидки за предоплату.

Размер скидки вычисляется по формуле: $Rk \cdot (O - O_{\max}) : 360$,

где Rk – внутренняя стоимость капитала компании (9%);

O – срок, в течение которого клиент должен оплатить товар, чтобы получить скидку;

O_{\max} – отсрочка платежа по контракту.

II. Средне надежные клиенты (6,3,7) – реструктуризация долга.

Данный метод предполагает согласование нового графика оплат в счет погашения имеющейся задолженности, при этом компенсируя дополнительную отсрочку.

Предположим, что с клиентами 6 и 3 было согласовано перенести оплаты на 30 дней, с клиентом 7 на 15 дней. Компенсация рассчитывается по следующей формуле: $\text{Компенсация} = \text{просроченная задолженность} \cdot 9\% \cdot \text{кол-во дней просрочки} / 360$.

III. Ненадежные клиенты (2,1) – факторинг.

Данные клиенты представляют наибольшую угрозу для компании, так как несут риск неоплаты существующей задолженности в размере 60%. Для того, чтобы снизить данный риск, в данной предлагается воспользоваться услугами факторинговой фирмы, средняя стоимость которых на Российском рынке составляет 10-20 %.

В табл. 3 собраны результаты применения всех трех методов инкассации дебиторской задолженности, а именно: прирост денежных средств после применения инкассации, оцененный прирост денежных средств без применения методов инкассации, итоговый эффект от применения методов инкассации в системе управления дебиторской задолженности.

Таблица 3 – Сводная таблица с результатами применения методов инкассации задолженности в ООО «АБВ»

Наименование клиента (1)	Прирост денежных средств после применения методов инкассации у.е. (2)	Прирост денежных средств без применения методов инкассации с учетом риска, у.е. (3)	Эффект внедрения методов инкассации, у.е. (4) = (2) -(3)
Скидка за предоплату			
Клиент 5	4 975	4 500	475
Клиент 4	4 770	4 320	450
Итого:	+ 9 745	+ 8 820	+ 925
Реструктуризация долга			
Наименование клиента (1)	Прирост денежных средств после применения методов инкассации у.е. (2)	Оцененный прирост денежных средств без применения методов инкассации, у.е. (3)	Эффект внедрения методов инкассации, у.е. (4) = (2) -(3)

Продолжение таблицы 3

Наименование клиента (1)	Прирост денежных средств после применения методов инкассации у.е. (2)	Прирост денежных средств без применения методов инкассации с учетом риска, у.е. (3)	Эффект внедрения методов инкассации, у.е. (4) = (2) -(3)
Клиент 6	1 010	700	310
Клиент 3	1 514,25	1 050	464,25
Клиент 7	514,25	350	164,25
Итого:	+ 3 032	+ 2 100	+ 932
Факторинг без регресса			
Клиент 2	1 380	920	460

Клиент 1	2 100	1 400	700
Итого:	+ 3 480	+2 320	+ 1 160

Таким образом, предлагаемые методы управления принесли предприятию 3 480 дополнительных у.е. что на 1 160 у.е. (45 %) больше, чем при текущей системе управления задолженностью. Подход распределения методов инкассации по различным группам клиентов является наиболее эффективным, чем применение одного метода инкассации, так как позволяет учесть специфику каждого клиента и минимизировать риск неполучения оплаты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Валинуров, Т.Р. «Спецификация оценки дебиторской и кредиторской задолженностей предприятия» // Финансовый анализ, 2014, №5 – С. 13 – 21.
2. Николаев С.В., Оценка кредитного риска при осуществлении операций факторинга// Банковское кредитование, 2015, №3 – С. 8 – 17.
3. Сметанко, А.В. Прикладные аспекты внутреннего аудита расчетов с покупателями и заказчиками в условиях неопределенности и риска // Международный бухгалтерский учет, 2014, №17 – С. 13 – 25.
4. The costs of financial distress // Financial Management, 2011, №3 – pp. 663-686.
5. Sopranzetti Ben J. The economics of factoring accounts receivable // Journal of economics and business, 2008, №50 – pp. 339-359.
6. Talat Afza Impact of aggressive working capital management policy on firm's profitability// The IUP Journal of applied finance, 2012. №8 – pp. 26 – 54.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ НАЛОГОВ МЕЖДУ УРОВНЯМИ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РФ

Виноградов А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На протяжении последних лет бюджетная система РФ изменяется в сторону централизации. Большая часть государств, входящих в Организацию Экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), с конца 90-х годов проводят децентрализацию налоговой системы [1]. Россия имеет высокий уровень централизации налогово-бюджетной системы, которая за последние 7 лет привела к сокращению доли доходов консолидированных бюджетов субъектов РФ в консолидированном бюджете РФ на 8,37 п.п. [2]. Этот

показатель говорит о низкой эффективности налогово-бюджетной политики, проводимой в стране в последние годы.

Цель работы заключается в анализе причин недостаточной эффективности перераспределения федеральных налогов между уровнями бюджетной системы РФ и предложить возможные пути решения заявленной проблемы.

За последние годы в бюджетной системе нашей страны сложились тенденции со своими преимуществами и недостатками. Рассмотрим главные из них:

- С 2009 года снижается доля доходов консолидированных бюджетов субъектов РФ в консолидированном бюджете РФ. Это приводит к снижению финансовой самостоятельности регионов, увеличению количества «дотационных» регионов. В 2016 году 72 субъекта РФ из 85 получили дотации из федерального бюджета в рамках выравнивания бюджетной обеспеченности. Только 13 регионов обеспечили себя «сами» (т.е. собственными поступлениями и займами). Из 13 регионов наиболее стабильными в отношении бюджетной обеспеченности остаются: Москва, Санкт-Петербург, Московская область, Ленинградская область, Республика Татарстан, Тюменская область, Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа, а также Самарская область (Рис. 1).

Однако среди получателей дотаций 15 регионов получают чуть менее половины их объема: Республика Дагестан – 46 722 123 т.р., Чеченская Республика – 22 162 866 т.р., Республика Крым – 22 333 637 т.р., Республика Саха (Якутия) – 43 189 612 т.р., Камчатский край – 37 486 695 т.р., Алтайский край – 16 970 730 т.р. и т.д.; другие 57 регионов получают незначительные (по сравнению с 15 регионами) дотации в размере от 2 до 6 млрд р. (Нижегородская обл., Орловская обл., Удмуртская респ. и др.) [3].

- Одной из тенденций системы распределения налогов стала «необеспеченность» нефтедобывающих, экономически развитых, богатых природными ресурсами субъектов. Например, Республика Саха (Якутия), Иркутская область, Красноярский край, Оренбургская область, Республика Башкортостан обладают значительными запасами ресурсов, с 2011 года активно увеличивают добычу нефти и разработку новых месторождений, но имеют уровень бюджетной обеспеченности <1 , а некоторые (например, Якутия) – 0,479. Аналогично можно сказать о регионах – центрах предпринимательской активности (число ИП по отношению к экономически активному населению, %) [4]: Нижегородская область (4,25%), Пермский край

(5,36%), Кировская область (5%), Республика Алтай (7,08%), Республика Саха (7,6%), Краснодарский край (8,78%) и др., которые также не обеспечены собственными доходами.



Рис.1 Объем дотаций, выделяемых регионам в 2016 году

Таким образом, можно сделать вывод о том, что территориальное расположение региона, богатство природными ресурсами, экономические аспекты не являются главными проблемами «необеспеченности» регионов.

- Изменение распределения налога на прибыль организаций существенно влияет на доходную часть регионального и федерального бюджета. Рассмотрим структуру доходов консолидированных региональных бюджетов РФ за 2016 г. (Рис. 2).



Рис. 2 Структура доходов консолидированных региональных бюджетов РФ за 2016 г.

Анализируя данные диаграммы, можно сделать вывод о том, что налог на прибыль организаций составляет весомую статью доходов консолидированных региональных бюджетов, в отличие от федерального бюджета (3,65%) [5]. Ставка налога на прибыль составляет 20 процентов.

Сумму налога на прибыль в 2017 - 2020 годах в федеральный бюджет необходимо зачислять, исчисленную по ставке 3% (вместо 2 ранее), в бюджеты субъектов РФ - по ставке 17% (вместо 18 ранее) [6].

Следовательно, с 2017 года снизились поступления налога на прибыль в региональные бюджеты, что приводит к снижению их доходов, уровня бюджетной обеспеченности, увеличению дефицита и, как следствие, увеличению дотаций.

- Действующее законодательство предполагает, что все поступления от реализации табачной продукции полностью направляются в федеральный бюджет и составляют около 70% поступления всех акцизов. Акциз на табак в РФ находится на низком уровне в 40%. Эксперты заявляют, что это происходит из-за лоббирования заинтересованных в этом групп влияния. Всемирная организация здравоохранения рекомендовала повысить ставку акциза на табак до 70%, а также законодательно ужесточить оборот табачной продукции. Данная мера позволит увеличить поступления в федеральный бюджет.

Таким образом, в системе межбюджетных отношений Российской Федерации существует ряд проблем, связанных с перераспределением налогов между уровнями бюджетной, которые основаны на несовпадении интересов региональных и федеральных властей.

Для решения заявленной проблемы возможны следующие пути:

- Отмена транспортного налога, перераспределение акциза на бензин (автомобильный, прямогонный), дизельное топливо, моторные масла для дизельных и карбюраторных двигателей по нормативу 70% в региональные бюджеты, вместо 60% сейчас.

- Повышение акциза на табачную продукцию до 70%. Председатель Совета Федерации Валентина Матвиенко в начале 2017 года выступила с законопроектом, предполагающим перераспределение акциза на табачную продукцию между федеральным и региональными бюджетами, в частности 85% направлять в федеральный бюджет, а 15% в региональные, при этом учитывая численность трудоспособного населения региона [7]. Наиболее эффективное осуществлять перераспределение в субъекты федерации не по количеству трудоспособного населения (как предлагает сенатор), а по

потреблению подакцизной продукции. В результате этого, по мнению экспертов, число дотационных субъектов может сократиться на 32, то есть за вычетом проблемных «сверхдотационных» субъектов более чем наполовину [8].

- Ужесточение соглашений Министерства Финансов с регионами «Об ограничении расходов и повышении их эффективности, мобилизации доходов» в части эффективности расходов, введение конкурентной составляющей между субъектами в получении дотаций. («Дотационные» субъекты, показывающие высокие экономические показатели, могут претендовать на дополнительное финансирование на развитие региона)

- Изменений распределения налога на прибыль. Ставку налога в 20 % полностью направлять в региональные бюджеты (вместо 17% в региональные и 3% в федеральный), а также снизить минимальную ставку этого налога для отдельных категорий налогоплательщиков до 10%. Эти меры позволят увеличить доходы консолидированных региональных бюджетов до 2 770,3 млрд. р. (по данным 2016 г.) и повысит инвестиционную привлекательность, предпринимательскую и деловую активность регионов в целом.

Проведенный анализ перераспределения федеральных налогов и акцизов между уровнями Бюджетной Системы РФ демонстрирует, что Российская модель налогового федерализма недостаточно эффективна. Реальная фискальная децентрализация характеризуется самостоятельностью бюджетов субъектов и качеством налоговых полномочий всех уровней. Федеральное законодательство акцентирует свое внимание на фискальной функции налога в пользу федерального бюджета, сужая спектр полномочий субъектов РФ по использованию регулирующей функции. Стоит отметить, что последние инициативы правительства и федеральных чиновников направлены на повышение финансовой самостоятельности регионов и постепенное снижение зависимости от федерального центра. Это, возможно, приведет к изменениям в перераспределении федеральных налогов между уровнями БС РФ, которые сейчас жизненно необходимы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Электронный ресурс: <http://www.oecd.org/publications/fiscal-federalism-2016-9789264254053-en.htm>
2. Данные Министерства Финансов РФ на 2016 г. (<https://www.minfin.ru/ru/statistics/>)
3. Данные Министерства Финансов РФ на 2016 г. (https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=76041)
4. По данным ФСГС

5. Данные Министерства Финансов РФ на 2016 г.
(<https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/#>)
6. Налоговый кодекс РФ: абз. 2, 3 п. 1 ст. 284 НК РФ
7. Электронный ресурс: <https://www.retail-loyalty.org/news/15-dokhodov-ot-tabachnykh-aktsizov-mogut-napravit-v-regiony/>
8. Электронный ресурс: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2017/03/main/Materialy_SMI_09.03.17.pdf

АГРОЛИЗИНГ КАК ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА (АПК)

Дементьева А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последнее время развитие аграрного сектора экономики остается одной из первоочередных задач, которая создает существенные основания для обеспечения продовольственной безопасности страны. Экономическая устойчивость взаимосвязана с проводимой инвестиционной политикой и уровнем материально-технического состояния сельского хозяйства. Кроме того, механизмом повышения устойчивости сельскохозяйственного производства является комплекс экономических, технологических, организационных, социальных, правовых и других мер, направленных на повышение результатов хозяйственной деятельности [2].

Лизинг или кредит, при сопоставлении с покупкой имущества путем собственных средств, увеличивают затраты сельхозтоваропроизводителей из-за больших процентов. В сопоставлении с обычной куплей-продажей, приобретение оборудования в лизинг повышает ее стоимость, растёт кредиторская задолженность у малообеспеченных сельскохозяйственных предприятий, а в случае просрочки лизинговых платежей начисляются проценты и впоследствии предприятие может обанкротиться.

Исходя из вышесказанного, целесообразнее сначала рассмотреть альтернативные варианты покупки, прежде чем сразу брать сельхозтехнику в лизинг, а также стоит вычислить возможность возмещения затрат лизингового имущества [2].

Преимущество лизинга в области агропромышленного комплекса заключается в том, что он не исключает, а наоборот, предполагает и другие

формы государственного регулирования, например, кредитные и налоговые льготы [3].

Более того, лизинг снижает количество времени на обслуживание собственного парка машин, главным образом, сезонного использования, увеличивает доступ к дорогостоящей технике, а также сопровождается фирменным сервисом [2].

Напоследок, важное преимущество лизинговой сделки заключается в рассрочке платежа. Лизингополучатель вправе эксплуатировать арендуемое имущество, тем самым получая прибыль от производства, а также осуществлять лизинговые платежи из дохода. Лизинговые платежи целиком относятся на себестоимость и снижают налоговую базу по налогу на прибыль [3].

Сравнивая покупку оборудования сельскохозяйственными товаропроизводителями на условиях лизинга и с помощью банковского кредита, стоит выделить ряд факторов. Во-первых, участники лизинговой сделки устанавливают гибкую схему выплат [3]. Срок лизинга может составлять от 1 до 15 лет, при этом имеется возможность отсрочить первоначальный взнос, заключить согласие о постепенном увеличении лизинговых платежей или, наоборот, об авансовом платеже, уменьшении сумм выплат к концу срока лизинга и т.д. Вместе с тем, по графику, установленному сторонами, выплату платежей можно осуществлять как ежемесячно, так и ежеквартально или ежегодно. Следовательно, лизинговый договор представляет собой более гибкую платежную систему, чем кредит, что является немаловажным фактором для сельхозтоваропроизводителей, деятельность которых имеет сезонный характер.

Во-вторых, при рассмотрении процесса оформления кредитной или лизинговой сделки стоит выделить, что получение имущества посредством лизинга существенно проще, чем по кредиту: не нужно большого объема документов, длительной кредитной истории. В длительности срока лизинга до трех лет предмет лизинга выступает единственным обеспечением сделки, который не требует поручительства третьих лиц. Более того, у покупателя отпадает необходимость в поиске техники и ее доставке при совершении лизинговой сделки, в то время как при оформлении кредита сельскохозяйственному товаропроизводителю требуется самостоятельно приобрести подходящую технику [2].

Стоит перечислить некоторые особенности, которые оказывают наибольшее влияние на положительный экономический результат лизинга, по

сравнению с кредитованием в сельском хозяйстве в случае равенства условий [1].

1. Налоговые льготы для лизинговых операций и величина коэффициента ускоренной амортизации. Согласно действующему налоговому законодательству лизинговые платежи (без НДС) в полном объеме отнесены на расходы, заметно уменьшая налоговую базу по налогу на прибыль организаций, при этом НДС подлежит вычету при расчете платежей в бюджет. В случае, когда субъектами лизинговых отношений применяется максимальный размер специального коэффициента ускоренной амортизации, ставка налога на имущество существенно меньше в сравнении с кредитованием. Кроме того, возможность применения коэффициента ускоренной амортизации лизингового имущества позволяет списать на затраты, зафиксированные в налоговых целях, стоимость оборудования в 3 раза быстрее [1].

2. Отличия в процентных ставках по кредиту и стоимости кредита для лизинговой компании. С учётом увеличения разницы в процентных ставках при кредитовании напрямую лизингополучателя и лизинговой компании возрастает экономическая выгода лизинга.

На текущий момент ставка лизинга ниже ставки кредита, но правительство России намерено предпринять субсидирование ставок, поэтому их показатели могут колебаться в связи с мерами, предпринимаемыми государством, а также экономической ситуацией в стране [4].

Разберем конкретный случай и проанализируем с экономической точки зрения эффективность лизинга и кредита на примере трактора «Беларус- 3023», стоимость которого по состоянию на 01.01.2017 г. составляет 1230 тыс. руб.

В наши дни функционирует огромное количество кредитных учреждений, годовые процентные ставки которых находятся в пределах от 13 до 75%. ОАО «Россельхозбанк» предлагает наиболее подходящие условия для сельскохозяйственного товаропроизводителя, где ставка составляет 16 % годовых. Затем следует ПАО «Сбербанк России» - 17% годовых.

ОАО «Россельхозбанк» распределяет выплату суммы кредита по месяцам. В нашем случае 1230 тыс. руб. делим на 36 месяцев, что составит 34,167 тыс. руб. и будет являться суммой основного ежемесячного долга (таблица 1).

ОАО «Росагролизинг» на данный момент предлагает наиболее выгодные условия лизинга для сельхозпроизводителей: возможность приобретения современного оборудования при минимальных единовременных вложениях посредством собственных ресурсов; установление договоренности

относительно лизинговых платежей в связи с сезонными колебаниями; возрастание сроков финансирования сделки, по сравнению с кредитованием [4].

Таблица 1 - Расчет процентов по кредиту при покупке трактора «Беларус-3023»

Показатель	Расчет показателя
Сумма основного ежемесячного долга, тыс. руб.	$1230 / 36 = 34,167$
Проценты по кредиту в первый месяц, тыс. руб.	$1230 * 16 * 31 / 365 = 16,715$, т.е. заемщик должен будет уплатить 50,882
Проценты по кредиту в последующий месяц, тыс. руб.	$(1230 - 34,167) * 16\% * 31 \text{ день} / 365 = 16,25$, заемщик уплачивает $34,167 + 16,250 = 50,417$
Общая сумма процентов за три года, тыс. руб.	$34,167 + 16,250 = 50,417$

Сверх того, членам лизинговой сделки дается возможность применять механизм ускоренного начисления амортизации с коэффициентом до 3, что позволяет лизингополучателю:

- снизить налоговые платежи на имущество;
- за короткий срок вернуть через себестоимость затраченные средства [1].

Для наглядности рассмотрим расчет налоговых выплат при лизинге и кредитовании, с учётом того, что предмет лизинга учитывается на балансе лизингополучателя (таблицы 2, 3).

Таблица 2 - Расчет налога на имущество при кредитовании (на примере трактора «Беларус 1221.2»)

Год	Стоимость имущества в начале года, тыс. руб.	Сумма амортизационных отчислений, тыс. руб.	Стоимость имущества в конце года, тыс. руб.	Среднегодовая стоимость имущества, тыс. руб.	Налог на имущество, тыс. руб.
1-й	1042,373	115,819	926,554	984,464	21,658
2-й	926,554	115,819	810,735	868,645	19,11
3-й	810,735	115,819	694,916	752,826	16,562
4-й	694,916	115,819	579,097	637,007	14,014
5-й	579,097	115,819	463,278	521,188	11,466
6-й	463,278	115,819	347,459	405,369	8,918
7-й	347,459	115,819	231,61	289,535	6,37
8-й	231,61	115,819	115,821	173,716	3,822

9-й	115,821	115,821	0	57,911	1,274
		1042,373			103,194

Стоимость техники без НДС: 1 042 373 руб., норма амортизации: 11,11%, ставка налога на имущество: 2,2%

Налог на имущество в случае кредитования составил 103,194 тыс. руб., при лизинге – 34,398 тыс. руб. Согласно данным таблицы 2 и таблицы 3 налог на имущество снизится примерно в 3 раза вследствие ускоренной амортизации трактора, а все лизинговые платежи относятся на себестоимость продукции, что сократит налогооблагаемую базу по налогу на прибыль. Полученные результаты явно демонстрируют выгоду при выборе лизинга сельскохозяйственным производителем.

Стоимость техники: 1042,373 тыс. руб.

Норма амортизации: $11,11\% \cdot 3 = 33,33\%$, коэффициент ускоренной амортизации: 3.

Налоговая ставка на имущество: 2,2%.

ОАО «Росагролизинг» предлагает следующие условия на приобретение сельскохозяйственной техники (по системе федерального лизинга):

1. Срок договора – до 15 лет.
2. Сумма первоначального взноса – 7%.
3. Удорожание в год от закупочной цены – от 2% в год.
4. Периодичность платежей – квартальные, полугодовые, годовые.
5. Сумма вознаграждения ОАО «Росагролизинг» - 3,5 % в год за переданную сельскохозяйственную технику [4].

Таблица 3 - Расчет налога на имущество при лизинге (на примере трактора «Беларус-3023»)

Год	Стоимость имущества в начале года, тыс. руб.	Сумма амортизационных отчислений, тыс. руб.	Стоимость имущества в конце года, тыс. руб.	Среднегодовая стоимость имущества, тыс. руб.	Налог на имущество, тыс. руб.
1-й	1040,373	347,458	694,915	868,644	19,11
2-й	694,915	347,458	347,457	521,186	11,466
3-й	347,457	347,457	0	173,729	3,822
		1040,373			34,398

В нашем случае сумма первоначального взноса составит 86,1 тыс. руб., сумма годового лизингового платежа 448,95 тыс. руб., удорожание за 3 года – 129,15 тыс. руб. Следовательно, общая сумма договора лизинга составит 1432,95 тыс. руб. (табл. 4).

И в заключении, приведем сравнительный анализ кредита и лизинга (таблица 5).

Таблица 4 - Расчет лизинговых платежей трактора «Беларус- 3023»

Показатели	Значение
Первоначальная (закупочная) цена, тыс. руб.	1230 руб.
Срок лизинга	3 года
Сумма первоначального взноса (7% от закупочной цены), тыс. руб.	86,1 руб.
Сумма годового лизингового платежа, тыс. руб.	448,95 руб.

Продолжение таблицы 4

Периодичность лизинговых платежей	Ежеквартальные, равномерные
Удорожание от закупочной цены в год	2%
Удорожание за весь срок (3 года), тыс. руб.	73,8
Сумма вознаграждения ОАО «Росагролизинг» (3,5% в год), тыс. руб.	129,15
Общая сумма договора лизинга, тыс. руб.	1432,95

Таблица 5 - Сравнительный анализ кредита и лизинга (на примере трактора «Беларус- 3023»)

Показатели	Кредит	Лизинг
Срок кредита (лизинга), год	3	3
Процентная ставка	16% годовых	-
Вознаграждение банка (лизинговой компании)	1%	3,5%
Удорожание техники, %		2
Стоимость техники, тыс. руб.	1230	1230
в том числе НДС	187,627	187,627
Величина основного долга, тыс. руб.	1230	1230
Проценты по кредиту, тыс. руб.	309,216	-
Вознаграждение банка (лизингодателя), тыс. руб.	12,3	129,15
Удорожание техники, тыс. руб.		73,8
Итого выплат кредитору (лизингодателю), тыс. руб.	1551,516	1432,95
НДС к возмещению (18%), тыс. руб.	187,627	187,627
Налог на имущество, тыс. руб.	103,194	34,398
Всего затрат, тыс. руб.	1467,083	1279,721

Экономия средств, тыс. руб.	-	187,362
-----------------------------	---	---------

Полученные расчетные данные позволяют увидеть, что в случае приобретения техники в лизинг сумма затрат меньше. В итоге, при покупке трактора «Беларус-3023» в лизинг сроком на три года экономия средств составила 187,362 тыс. руб.

Необходимо подчеркнуть, что лизинг, который проводится в рамках федерального лизинга, недостаточно эффективен. Это связано с тем, что средства федерального бюджета сосредоточены в коммерческой организации, целью которой является получение прибыли. Вследствие внешних рисков и недостаточной финансовой устойчивости ОАО «Росагролизинг» стремится работать с надежными, платежеспособными клиентами [4].

Следовательно, исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что вариант приобретения техники в лизинг в данном случае предпочтительнее. Сравнительный анализ демонстрирует эффективность лизингового метода по сравнению с кредитованием. Перечисленные преимущества лизинга дают основания утверждать, что лизинг техники является наиболее уместной формой поддержки агропромышленного комплекса. Однако на сегодняшний день применение лизинга в сельском хозяйстве сдерживается в связи с неудовлетворительным финансовым положением сельскохозяйственных организаций, а также монополизмом на рынке агролизинговых услуг [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге)» от 29.10.1998 № 164-ФЗ (в ред. от 03.07.2016) // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20780/.
2. Заугольников И.С. Лизинг как альтернативная форма инвестирования // Международный научный журнал «Символ науки». 2016. № 4. С. 73–74.
3. Луневская К. Г. Проблемы развития агролизинга в системе регионального АПК.// Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016. - №9. С.54–57.
4. Официальный сайт ОАО «Росагролизинг». Режим доступа <http://www.rosagroleasing.ru>.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В РОССИИ

Домрачев Э.С.

После кризиса 2014-2016 гг. в России началась, по мнению части экспертов, стадия экономического роста. Особенности экономического роста в России, влиянию его на развитие нашей страны и грамотному его стимулированию и будет посвящен этот доклад.

По данным МВФ Россия занимает 6 место в списке стран по ВВП (ППС), который составляет 3800 млрд. долл., при этом ВВП (ППС) на душу населения является 47-м среди 187 государств мира и составляет 26490 долл. [3].

Развитая экономика и сильный экономический рост позволят нарастить политическое влияние России, повысить уровень жизни населения, решить многие другие проблемы.

В 2016 году по данным Росстата было замечено падение ВВП на 0,2%, однако за II квартал 2017 года наблюдается рост на 2,5%. Это говорит о том, что стадия кризиса в экономике России закончена, и теперь задачей государства должно стать грамотное стимулирование экономического роста [4].

Учетная ставка рефинансирования является важным инструментом в регулировании экономики страны. Как всем известно она определяет процент, под который ЦБ выдает кредиты коммерческим банкам. С 2013 г. значение ставки рефинансирования приравнено к значению Ключевой ставки. Именно о влиянии этого инструмента денежного обращения на экономический рост и пойдет речь дальше.

В последние несколько лет Центральный банк РФ продолжает вести политику «дорогих денег», стараясь обеспечить сокращение инфляции в стране, руководствуясь теорией инфляционного таргетирования. По мнению руководства данной структуры, если сильно снизить величину ставки, то произойдет увеличение денежных средств в стране, и как следствие сильно вырастет уровень инфляции. Давайте разберем, действительно ли это так, на примере других стран.

У половины стран G20 ставка рефинансирования ниже, чем у России. Следовательно было бы логично предположить по данной теории, что в этих странах выше инфляция. Однако такого явления тоже не наблюдается, и инфляция в России гораздо больше, чем в этих государствах. Поэтому можно сделать вывод, что данная теория не совсем соответствует экономическим реалиям

Результате такой политики, ЦБ никак не способствуют стимулированию экономического роста в России, а только лишь сдерживает его. Высокая учетная ставка ограничивает спрос коммерческих банков на кредиты центрального банка и их возможности по кредитованию экономических субъектов, что в свою очередь приводит к росту процентных ставок по кредитам и уменьшение спроса на кредиты со стороны экономических субъектов, а именно производителей отечественной продукции.

А ведь именно наши отечественные производители виде крупных предприятий, требующих больших финансовых средств и занятых в реальном производстве создают огромный продукт, который составляет немалую часть ВВП нашей страны. Прирост промышленного продукта будет создавать прибавленную стоимость, что в итоге приведет к росту экономики.

С другой стороны, малые и средние фирмы, хорошо удовлетворяющие быстроменяющийся потребительский спрос, так же для своего открытия требуют определенных финансовых средств, которых во многих случаях на старте просто нет. И при большой процентной ставке выше риск, что предприятие не сможет выплатить кредит, и разорится.

Сейчас ЦБ снизило ключевую ставку до 8,25%, что по сравнению с прошлыми годами является положительным явлением. Однако, для открытия и ведения нормального, конкурентоспособного бизнеса, стимулирования роста совокупного спроса эта ставка остается слишком высокой. Российский бизнес даже при прочих равных условиях оказывается мало конкурентоспособным по сравнению с другими развитыми странами, так как себестоимость одинаковой продукции при равном качестве у него будет выше, ведь нее будут включены данные проценты.

Низкая ставка рефинансирования вызовет оживление деловой активности и стимулирование экономического роста, в частности увеличатся объемы кредитования Центральным банком коммерческих банков, что, безусловно, расширит их ресурсную базу и приведет к снижению процентных ставок по кредитам и, соответственно, обеспечит рост спроса на банковские кредиты со стороны экономических субъектов хозяйствования. Предприятия, получив более «дешевые» кредиты смогут более уверенно вести бизнес, вложить деньги, которые шли бы на погашение более высоких ссудных процентов, непосредственно в улучшение производства [1].

Снижение ставки рефинансирования благотворно повлияет и на инвестиционный климат в стране, так как инвесторы смогут получать более дешевые кредиты через коммерческие банки на финансирование

перспективного производства, в том числе и на развитие инновационных технологий в различных областях. Низкая процентная ставка создаст и более благоприятные условия для ведения малого бизнеса, что безусловно положительно отразится на экономике страны.

Кроме того, снижение ставки рефинансирования до приемлемых процентов будет способствовать и росту совокупного спроса со стороны потребителей, который является непосредственным выразителем ВВП и экономического роста, за счет снижения процентов по потребительским кредитам [1].

Таким образом, чтобы исправить сложившуюся ситуацию и более эффективно простимулировать экономический спрос, ключевая ставка ЦБ должна значительно снизиться и находиться на уровне, гораздо меньшим, чем 8,25%. Это улучшит условия, для развития предпринимательства на разных уровнях, увеличит совокупный спрос, что увечит в свою очередь совокупное предложение со стороны российских компаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Николаева Т.П. Финансы и кредит: учебно-методическое пособие / М.: ЕАОИ, 2008. — 371 с.
2. Кабанов С. С., Пыжов Д. О., Макаров М. П. Особенности регулирования курса национальной валюты в условиях экономической нестабильности // Молодой ученый. — 2016. — №10. — С. 716-720.
3. Международный валютный фонд [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.imf.org>
4. Федеральная служба государственной статистики. Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru>

РАЗВИТИЕ ФАКТОРИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Жбанова А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях компаниям необходимо применять новшества для обеспечения эффективного управления предприятием, повышать свою финансовую устойчивость, внедрять инновационные методы для повышения конкурентоспособности предприятия и в свою очередь для увеличения прибыли.

Для достижения данных целей компании стараются выстроить налаженные взаимоотношения с покупателями, так как от этого также зависит результативность работы предприятия. Компании повышают качество оказываемых услуг и предоставляемых товаров, снижают цены, производят бесплатную доставку, предлагают покупателям отсрочку платежа. Однако, эти льготы, предоставляемые для покупателя, могут иметь негативный характер для того, кто предоставляет товар или услугу. Компания – поставщик может столкнуться с дефицитом оборотных средств, с проблемой кассовых разрывов, также соответственно присутствует вероятность неоплаты покупателем в срок. Присутствие данных проблем и привело к возникновению факторинга.

Факторинг – это совокупность услуг, предоставляемых клиенту банком в обмен на уступку дебиторской задолженности. Определение «факторинг» берет начало от английского слова «factor» - агент, посредник.

Факторинг облегчает расчеты между партнерами, так как клиент может обговорить с продавцом срок отсрочки платежа, а продавец в свою очередь получает деньги непосредственно после поставки. Для малого и среднего бизнеса эффективно использование факторинга, имеющих проблемы с финансированием, из – за невовремя выплаченных дебиторами долгов.

На сегодняшний день многие поставщики допускают кредитные, процентные и прочие риски, тем что предоставляют покупателям рассрочки и отсрочки платежа. Поэтому факторинг является одним из эффективных инструментов управления дебиторской задолженностью предприятия.

Схематически на рисунке 1 представлен процесс движения кредитных ресурсов, осуществляемый при факторинге.

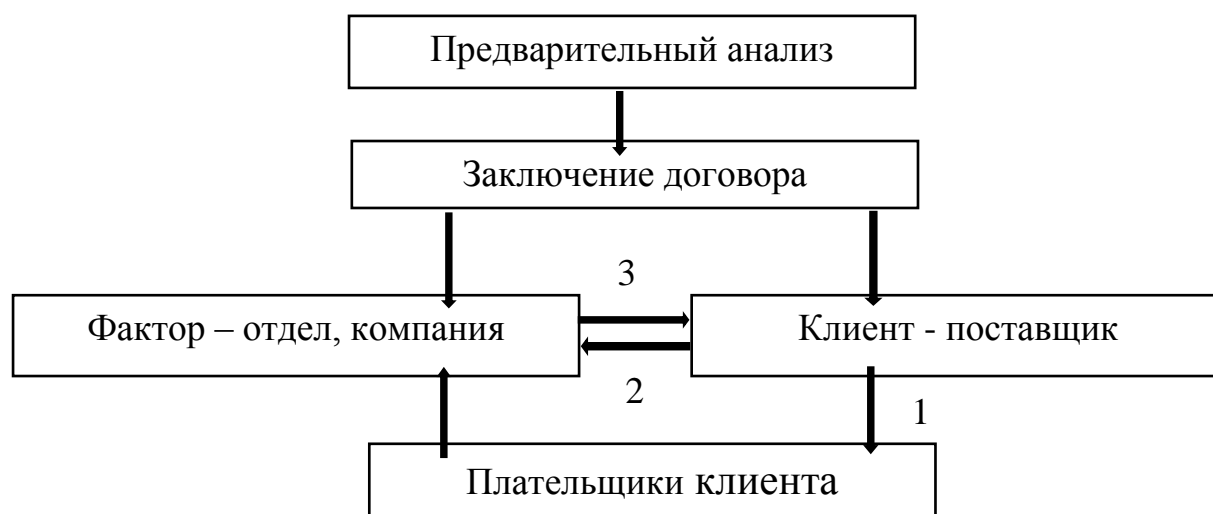


Рис.1 Процесс движения кредитных ресурсов, осуществляемый при факторинге

(1) - осуществляется выполнение работ, услуг, отгрузка продукции поставщиком плательщику; (2) - происходит продажа долговых обязательств на дату, определенную в договоре; (3) - фактор выплачивает клиенту определенную сумму (70-90% от суммы); (4) - оплачивается остаток средств (10-30 % от суммы), произведенной после оплаты покупателем за минусом комиссии.

Следует отметить потенциал развития факторинга и его перспективность, выступающего как часть финансового рынка. На рисунке 2 представлены темпы роста российского рынка факторинга за последние 7 лет.

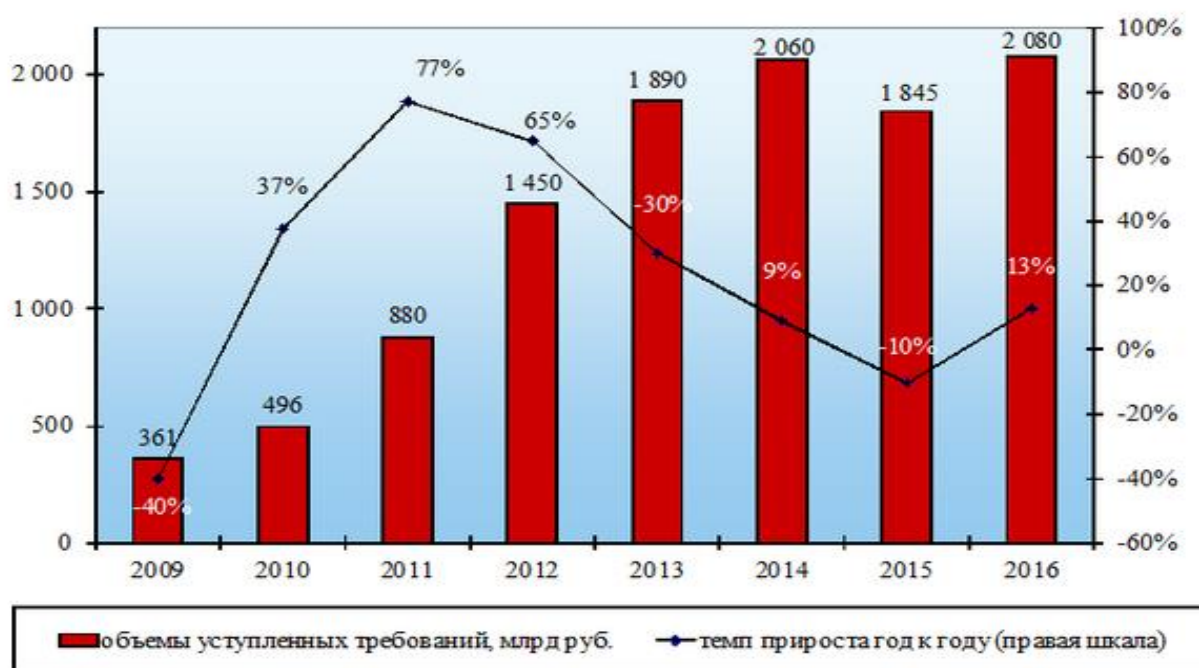


Рис.2 Темпы роста российского рынка факторинга

Объем уступленных требований за 2016 год показал рост на 13% по сравнению с 2015 и составил 2,08 трлн. рублей. Наибольший рост – на 77 % произошел в 2011 году. Наибольший спад – на 30 % произошел в 2013 году. Росту рынка у крупных факторов содействует возобновление сделок в производственном секторе, а также активность конечного спроса непродовольственными товарами в отрасли торговли. Несмотря на то, что значительный прирост проблемных активов факторов случился в 2015 году, и в 2016 году доля важных игроков рынка факторинга имела дело с падением у ряда компаний платежной дисциплины, которые заняты в сфере торговли электроникой, ювелирного бизнеса.

Достоинством факторинга по сравнению с другими банковскими кредитными продуктами является непосредственно его более высокая доходность. Так как помимо финансирования в факторинг включается регулирование дебиторской задолженности, оценка покупателей, он представляет из себя более сложную систему. Именно из – за этого для клиента добавленная стоимость факторинга больше, чем кредита. Однако себестоимость полноценного факторинга больше, чем кредита.

Главное преимущество факторинга заключается в значительной экономии времени участников экономических отношений. Большое значение это имеет для бизнесменов и производителей, так как им необходимо взаимодействовать с импортными поставщиками и производителями, а отечественный бизнес в условиях нестабильной экономической ситуации недостаточно силён на данный момент.

Поставщик может увеличить свою конкурентоспособность, продажи, повысить число покупателей, предоставить покупателям под надежную гарантию скидки при оплате товара, в размере до 90% от стоимости соответствующего товара приобретать кредиты, что повысит оборачиваемость средств.

Отрицательный момент факторинга заключается в том, что его применение приходится дороже предприятию, чем привлечение кредита. В первую очередь на цену факторингового обслуживания оказывают влияние услуги, входящие в портфель клиентов. Также влияет качество дебиторской задолженности и размер бизнеса поставщика. Кроме того, недостаток факторинга заключается в том, что он подходит компаниям, которые регулярно осуществляют поставки товаров.

Однако, отечественные фирмы на практике редко используют факторинг, только при острой необходимости получения кредита на небольшой срок.

На основе рассмотренных ранее положений можно прийти к выводу о том, что эффективное использование факторинга в отечественной практике возможно при активном применении положительного зарубежного опыта, при совершенствовании законодательной базы факторинга, так же можно сказать о том, что предприятия малого и среднего бизнеса наиболее перспективны во внутреннем факторинге. Следует сказать о том, что активное применение во внешней торговле факторинга приведет к приобретению прибыли с минимальным риском для соответствующего инновационного предприятия

Прогнозы и приобретенный опыт в России применения факторинга показывают, что он может внести неоценимый вклад в решение актуальных проблем в экономике, а также в организацию развития экономики страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Краткий словарь экономиста. М.: Инфра-М, 2015.
2. Кривяков С.В. Мировая экономика: учебно-методическое пособие. Томск, 2014. 74 с.
3. Соколова Ю.А. Факторинг: учеб. пособие / под ред. Гондарчук О.В. СПб.: СПбГИЭУ, 2016.
4. Банковское дело / под ред. О.И. Лаврушина. М.: Финансы и статистика, 2017.
5. Покаместов И.Е., Леднев М.В. Факторинг: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2015. 89 с.
6. Борисяк Д. Факторинг созрел и замедлился // Ведомости. 2014. 20 января. № 6 (3510). URL: <http://www.vedomosti.ru>.
7. Данные EU Federation for the Factoring and Commercial Finance Industry. URL: <http://www.euf.eu.com/total-factoring-volume/facts-and-figures/total-factoring-volume/menu-id-24.html>.

ДЕФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАВНОВЕСИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ И ПУТИ ЕГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ВАЛЮТНОГО КРИЗИСА 2014-2015 ГГ.

Ильичёва Ю.В.

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации
Нижегородский институт управления*

Современное общество стремится к постоянному улучшению уровня и условий жизни, которые может обеспечить только устойчивый экономический рост. Однако он очень нестабилен, что связано с циклическим характером развития экономики. Стадии подъема и роста в экономике сменяются стадиями спада и кризиса. Исследования экономических кризисов должны помочь экономистам научиться безболезненно и быстро выходить из кризисов.

Последним тяжёлым кризисом в российской экономике был валютный кризис 2014-2015 гг. Его начало было зафиксировано в феврале-марте 2014 года.

Первой причиной, которую выявил Центральный банк РФ, был так называемый «эффект Гронингена» («голландская болезнь») [2] — негативный эффект, оказываемый влиянием укрепления реального курса национальной валюты на экономическое развитие в результате бума в отдельном секторе экономики. 40-50% российского бюджета формировалось за счёт нефтегазовых доходов, что порождало большую зависимость доходов России от других стран. Начиная с 2012 года, цены на нефть были очень нестабильными: чаще падали, чем поднимались. Это привело к большому сокращению выручки от экспорта энергоносителей, составляющего около 70% от объёма экспорта России. Всё это можно назвать структурным кризисом, то есть кризисом, связанный с одной из отраслей экономики.

Второй причиной кризиса стало введение режима плавающего валютного курса. Это подразумевает, что курс иностранной валюты к рублю стал определяться соотношением спроса на иностранную валюту и ее предложения на валютном рынке. Поддержание курса национальной валюты для ЦБ становится второстепенной задачей. Данная политика, в связи с высокими объемами импортируемой продукции, не сдерживала инфляцию, а наоборот привела к ее значительному росту.

Третьей причиной кризиса являются международные экономические санкции, основой которых стал конфликт в Украине. В марте 2014 года, после перехода Крыма под юрисдикцию России, последовала первая волна экономических санкций, связанных с ограничениями на привлечение финансовых ресурсов. Они затрудняли предприятиям и банкам доступ на внешний долговой рынок, не позволяя полностью рефинансировать внешний долг.

Весь 2014 год был очень нестабильным для рубля. Рекордным падением курса валюты стали 15 и 16 декабря, которые называли «чёрным понедельником» [2] и «чёрным вторником» [1]. Наибольший курс доллара и евро достигал 79 и 98 рублей. В 2014 году рубль стал худшей валютой года, потеряв 58 % своей стоимости по отношению к доллару США.

В 2015 году также наблюдалось постоянные колебания курса рубля. Итого, в 2015 году курс рубля по отношению к доллару США опустился на 27% [2], что привело к резкому спаду потребительского спроса и реальных доходов населения. Во время кризиса рубль девальвировался в два и более раза по отношению к доллару и евро (к концу 2015 года).

Правительство России принимало различные меры по стабилизации экономической обстановки. К примеру, Центральный банк России в 2014 году

поднимал 6 раз ключевую ставку. Однако, он её очень долго не опускал. Таким образом сдерживалась инфляция, но при этом сдерживалась и деловая активность. По мимо этого, золотовалютные резервы Центробанка за 2014 год сократились на четверть. Также Правительство РФ проводило валютные интервенции. В зависимости от необходимости укрепления или ослабления национальной валюты ЦБ продавал или покупал крупную партию иностранной валюты на межбанковском рынке, что приводило к снижению или повышению её стоимости. [3]

Из-за санкций крупные российские компании оказались под угрозой невыплаты долгов иностранным фирмам, поэтому они начали обращаться к государству за помощью. Однако оно не смогло им полностью помочь, так как долги фирм были на \$180 млрд. больше, чем средства государства. Поэтому, по данным Единого федерального реестра, за первое полугодие 2015 года увеличилось количество компаний-банкротов на 22%.

Чтобы помочь населению, Государственная Дума РФ стала вырабатывать меры для помощи заёмщикам, попавшим в трудное положение из-за кризиса. Ведь уровень бедности в 2014 году по сравнению с 2013 годом вырос с 15,5% человек до 16,1 % человек (По данным Росстата).

В итоге, россияне перестали доверять рублю, в сложной экономической ситуации пытались избавиться от него и поменять на то, что лучше сохраняет свою стоимость — иностранную валюту, товары.

Валютный кризис распространился на соседние страны СНГ и на восточные страны Европейского Союза. Они встретились с ослаблением местных валют, усиливающейся инфляцией, уменьшением доходов от экспорта и трудовых денежных переводов, оттока чистого капитала и стагнацией, или падением ВВП.

Пиком кризиса были 2014-2015г.г., поэтому он получил такое название. Однако на сегодняшний день он не закончился. Страна с каждым годом всё больше и больше выходит из кризиса. По данным Росстата в 2016 году ВВП России сократился на 0,2% [4], но в первом квартале 2017 Минэкономразвития оценивает рост ВВП РФ на 0,4%. Оно разработало прогноз развития России на 2018-2020 годы, по которому рост экономики в этом и следующих годах составит 2,1%, в 2019-м и 2020-м — 2,2% и 2,3% соответственно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Докаев В. Д., Вазаров Х. А. Экономический кризис 2014/2015 в России: причины и последствия // Молодой ученый. — 2016. — №2. — С. 480-485.

2. Валютный кризис в России 2014-2016 // Информационный портал routmoney.com: <http://routmoney.com/2015/09/валютный-кризис-в-россии-2014-2016> (дата обращения: 24.10.2017)

3. Кабанов С. С., Пыжов Д. О., Макаров М. П. Особенности регулирования курса национальной валюты в условиях экономической нестабильности // Молодой ученый. — 2016. — №10. — С. 716-720.

4. ВВП (во II квартале 2017г.) // Информационный портал <http://www.gks.ru>: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/rates/46880c804a41fb53bdcebf78e6889fb6 (дата обращения: 24.10.2017)

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кожсара А.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Основным рычагом регулирования экономики предприятий в рыночных условиях хозяйствования является эффективное управление финансовой деятельностью, без которого невозможно достичь устойчивого развития хозяйствующих субъектов. В зависимости от экономических и политических условий цели управления финансовой деятельностью для каждого предприятия могут быть различны. Однако при их формировании следует исходить из деления на стратегические и тактические.

К стратегическим целям управления финансовой деятельностью предприятия следует отнести: оптимизацию принятия решений в области финансирования и инвестирования предприятия, избежание банкротства, выживание в конкурентной борьбе.

К тактическим целям управления финансовой деятельностью относятся: максимизация прибыли, оптимизация денежного потока, рост объемов производства.

Стратегические и тактические проблемы управления финансовой деятельностью предприятия различают в зависимости от их характера. Стратегические связаны с решением долгосрочных масштабных проблем, тактические определяют задания, предусматривающие решения частных проблем и описывающие шаги в решении стратегических проблем предприятия. Необходимо выделить явные и скрытые проблемы. Скрытые не сразу удастся определить, также они являются наиболее опасными, так как несвоевременное их выявление приводит к развитию финансового кризиса

предприятия. Ни одна из проблем управления финансовой деятельностью предприятия не носит односторонний характер. Все они практически взаимосвязаны и являются комплексными. Так, одни проблемы являются причиной возникновения других, одновременно являющимися проблемами - следствиями и проблемами - причинами для проблем более низкого ранга.

Проблемы управления финансовой деятельностью предприятия делятся на предсказуемые и непредсказуемые. Первые возникают на этапе развития предприятия. Непредсказуемые проблемы возникают при ошибках в управлении [1].

Таким образом, в силу специфики финансовой деятельности предприятия, проблемы эффективного управления объединяются в четыре направления в разрезе функциональных подсистем управления финансовой деятельностью: управление ликвидностью и платежеспособностью, управление финансовой устойчивостью, управление рентабельностью (прибыльностью), управление активностью предприятия. Каждое из направлений характеризуется группой финансовых показателей, являющихся индикаторами стабильности функционирования предприятия, и представляют собой пороговый уровень качества управления, недостаточность которого и будет характеризовать наличие на предприятии проблем данного направления [3].

Проблемы управления финансовой деятельностью предприятия комплексны и взаимосвязаны. Одни проблемы влекут за собой появление других. Также существуют консультационные фирмы, которыми не стоит пренебрегать. Они помогают решить проблемы управления финансовой деятельностью комплексно и не возвращаться к ним в дальнейшем.

Управление и проверка финансовой деятельности организации лежат на плечах самых разных сотрудников. В их числе необходимо упомянуть самого руководителя и главного бухгалтера. Более крупные структуры предпочитают вводить должность финансового директора, отвечающего за данную сферу. В зависимости от степени ответственности, штата и оборота средств может быть поднят вопрос об организации целого финансового отдела, деятельность которого осуществляется отдельно от бухгалтерии. Возможен наем специалистов, работающих вне основного штата. Некоторые организации в реализации финансовой деятельности идут еще дальше, выделяя подразделения для работы с различными денежными ресурсами, например, входящими и исходящими, стратегическими, текущими и т. д. Для осуществления финансовой деятельности организации еще на первых порах должен быть организован уставный фонд, в рамках которого заранее определяется, какие

ресурсы будут потрачены на те или иные задачи. Способы формирования такого фонда могут быть самыми различными. Случается, что он создается за счет финансовых средств учредителей, а бывает, что деньги берутся организацией в кредит. Есть предприятия, деятельность которых оплачивается бюджетными средствами. Предполагается, что в процессе финансовой деятельности организации средства будут направляться не только по заранее предопределенным направлениям, но и идти на те расходы, которые изначально не были предусмотрены. Это очевидный процесс, связанный с тем, что любая деятельность организации требует адаптации и внесения корректив, поскольку теория и практика всегда неравнозначны, и предусмотреть все невозможно. Кто бы ни осуществлял финансовую деятельность организации, – директор, бухгалтер, финансовый отдел – ему необходимо поставить перед собой следующие задачи: Определить процентное соотношение финансовых средств на разные виды деятельности организации. Разработать финансовую стратегию организации, с учетом интересов всех ее управляющих и исполнительных элементов. Анализировать систему показателей финансовой деятельности организации с целью выявления и устранения возможных недостатков [2]. Мы видим, что список задач довольно широк и ограничивается не только привлечением денежных средств, но и полноценным аудитом финансовой деятельности организации. В дальнейшем, на основе полученных результатов принимаются важные вопросы, решающие судьбу всего предприятия. Именно поэтому нельзя пренебрегать анализом финансовой деятельности организации, а ошибки в прогнозах или оценке текущего состояния дел могут вылиться в серьезные трудности в дальнейшем.

Качество финансовой деятельности организации лежит на плечах сотрудников предприятия. Безусловно, это не единственная задача организации, но она играет, пожалуй, самую важную роль в развитии успешного бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ковалев В.В. Финансовый анализ. - М.: «Финансы и статистика», 2006.
2. Большаков А.С., Михайлов В.И. Современный менеджмент: теория и практика. - С-Пб.: «Питер». - 2000.
3. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. - М.: ФиС, 2007.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ НАДЁЖНОСТИ И УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Одной из насущных проблем в условиях глобализации экономики стало повышение финансовой надежности и устойчивости банковской системы Российской Федерации. Финансовая устойчивость – ключевое понятие, применяемое при оценке деятельности коммерческого банка. Финансовую устойчивость коммерческого банка можно определить как совокупность факторов, таких как достаточность собственных средств, высокий уровень ликвидности, способность устойчиво функционировать в неблагоприятных экономических условиях, а также возможность в полной мере отвечать по своим обязательствам в долговременной перспективе. В случае если банк финансово надежен и устойчив, он обладает конкурентоспособностью перед другими коммерческими банками, что позволяет привлекать дополнительные ресурсы, преобладать в той или иной отрасли рынка [1].

Проблема обеспечения финансовой надежности и устойчивости коммерческих банков имеет важнейшее значение, поскольку в условиях финансового кризиса, обострения межбанковской конкуренции и ужесточения требований к деятельности коммерческих банков со стороны Банка России, прекращение деятельности даже одного крупного банка, не говоря уже о банкротстве большего количества кредитных организаций, несет серьезные негативные последствия для экономики всей страны [2].

Под воздействием процессов глобализации в России происходит консолидация финансового капитала и появляется тенденция к сокращению количества финансовых и кредитных институтов, с одновременным расширением функциональной и географической экспансии банков. Реструктуризация банковского сектора приводит к интеграции банков с небанковскими организациями, диверсификации банковских продуктов, к интернационализации бизнеса. Данный факт нашел отражение в статистических данных. Так в 2008 году в России насчитывалось 1136 банков, а на январь 2017 года их количество составило 623 банка. Кроме того, сокращение числа кредитных организаций обусловлено наличием объединительных процессов: по состоянию на 01.12.2016 г. произошла реорганизация 497 кредитных организаций, в основном, в форме присоединения путем преобразования их в филиалы других банков — 389 [3] (см. рис. 5).

В ближайшем времени российский рынок банковских услуг и продуктов ждет выход на новый уровень развития, благодаря чему улучшится работа банковских учреждений, возрастет число предоставляемых ими банковских продуктов и услуг, а также количество и удовлетворённость клиентов. Однако, чтобы прогноз превратился в реалии необходимо основываться на внедрении опыта зарубежных банков, уделять большое внимание банковским инновациям и гарантировать высокий уровень безопасности проводимых операций.

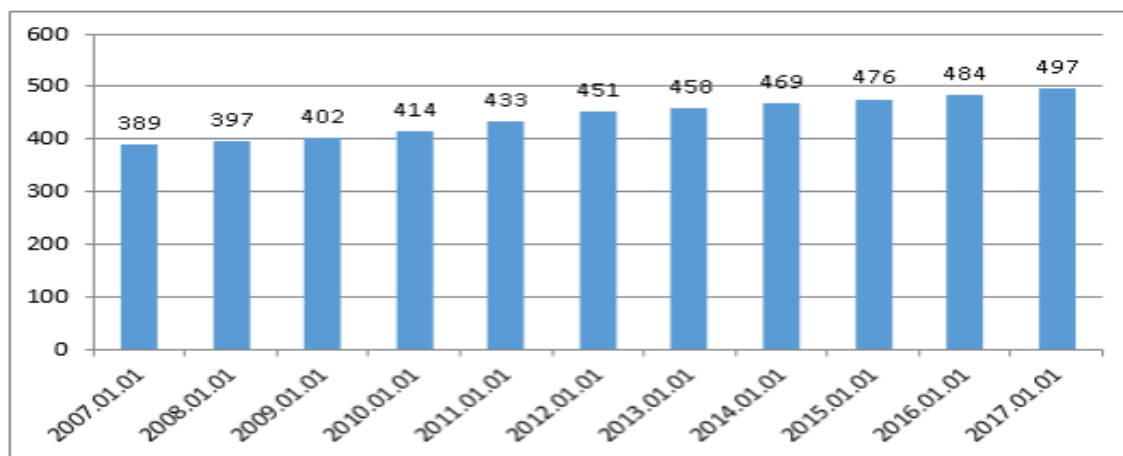


Рис. 1. Реорганизация кредитных организаций в форме присоединения

При этом важной составляющей банковского сектора является внутренний менеджмент как важный элемент надежности и устойчивости банка. Рыночная трансформация экономики, деятельность банков в не простых, подверженных влиянию внешних и внутренних факторов, условиях, характеризующихся определённой степенью неопределенности и риска, обязывает управленческий персонал банков и, в частности, финансовых аналитиков, использовать новые, нетрадиционные подходы к определению, анализу и прогнозированию показателей финансового состояния банка, а главное, показателей его финансовой надежности и устойчивости [4].

В банковской практике существует два основных подхода к оценке деятельности коммерческих банков: на основе определения рейтинга и анализа системы коэффициентов. Однако более объективной оценкой деятельности банков является комплексное исследование финансовой устойчивости коммерческих банков на основе методов анализа отдельных показателей, достигнутых результатов в их динамик. Для оценки финансовой устойчивости банков необходима оценка в развитии, в сопоставлении с тем, что было с ними раньше, насколько стабильны их показатели, что отсутствует в рейтингах [5].

Проведем краткий анализ финансового положения банка «ФК Открытие» и динамику его показателей. Данные представлены в объеме, раскрываемом самим банком [6].

За рассматриваемый период валюта баланса банка сократилась на -29,9%, однако были и отчетные даты, на которые наблюдался ее рост (см. табл.1).

Таблица 1 - Валюта баланса ПАО Банк «ФК Открытие» в 2017 году (тыс. рублей)

Отчетная дата	1 мая	1 июня	1 июля	1 августа	1 сентября	1 октября	Изменение
Валюта баланса	2 573 433	2 572 455	2 455 976	2 161 522	2 475 215	1 805 169	-768 263
Прирост, %	-	-0,0	-4,5	-12,0	+ 14,5	-27,1	-29,9

На 01.10.2017 г. величина активов-нетто банка «ФК Открытие» составила 2218,30 млрд. руб. За год активы уменьшились на -30,87%. Спад активов-нетто отрицательно повлиял на показатель рентабельности активов ROI: за год рентабельность активов-нетто упала с 0,47% до -13,66%.

Таблица 2 - Структура высоколиквидных активов ПАО Банк «ФК Открытие» (тыс. рублей)

Наименование показателя	01.10.2016	удельный вес, %	01.10.2017	удельный вес, %
Средств в кассе	31 909 932	15,59	24 446 596	7,21
Средств из счетов в Банке России	46 016 097	22,48	26 445 472	7,80
Корсчетов НОСТРО в банках (чистых)	8 755 856	4,28	12 296 902	3,63
Межбанковских кредитов, размещенных на срок до 30 дней	80 153 759	39,15	61 812 449	18,23
высоколиквидных ценных бумаг РФ	36 720 240	17,94	190 728 053	56,25
высоколиквидных ценных бумаг банков и государств	1 357 332	0,66	27 450 424	8,10
высоколиквидных активов с учетом дисконтов и корректировок (на основе Указания №3269-У от 31.05.2014)	204 709 616	100	339 062 332	100

Из таблицы 2 следует, что доля высоколиквидных ценных бумаг РФ довольно значительная в высоколиквидных активах банка, что вызывает

некоторое подозрение. Вероятно, это можно объяснить инвестиционным характером деятельности банка.

В отчетный период соотношение высоколиквидных активов и предполагаемого оттока текущих обязательств составляет 80.39%, что означает недостаточный запас прочности для преодоления возможного оттока клиентов (см. табл. 3).

Таблица 3 - Структура текущих обязательств ПАО Банк «ФК Открытие» (тыс. рублей)

Наименование показателя	01.10.2016	удельный вес, %	01.10.2017	удельный вес, %
вклады физических лиц со сроком свыше года	333 477 146	19,31	245 957 929	26,32
остальные вкладов физических лиц (в том числе ИП) (сроком до 1 года)	163 534 969	9,47	145 836 323	15,60
депозиты и прочие средства юридических лиц (сроком до 1 года)	717 566 437	41,55	252 302 215	26,99
в том числе текущие средств юридических лиц (без ИП)	237 494 411	13,75	145 924 740	15,61
корсчетов ЛОРО банков	14 073 532	0,81	65 933 359	7,05
межбанковских кредитов, полученных на срок до 30 дней	468 554 307	27,13	204 105 540	21,84
собственных ценных бумаг	3 616 221	0,21	1 620 852	0,17
обязательств по уплате процентов, просрочка, кредиторская и прочая задолженность	26 175 497	1,52	22 325 559	2,39
ожидаемый отток денежных средств	832 473 486	48,20	421 787 725	45,13
текущих обязательств	1 726 998 109	100	934 635 769	100

В корреляции со структурой текущих обязательств для оценки надежности и финансовой устойчивости важны нормативы ликвидности ПАО Банк «ФК Открытие» (см. табл. 4).

Таблица 4 – Нормативы ликвидности ПАО Банк «ФК Открытие» (%)

Отчетная дата	1 мая	1 июня	1 июля	1 августа	1 сентября	1 октября	Изменение
Норматив достаточности	13,69	13,51	13,70	15,05	8,28	0,00	-13,69
Норматив мгновенной	83,07	90,43	105,24	74,29	46,14	0,00	83,07

Норматив текущей ликвидности (НЗ)	163,77	148,92	177,05	185,82	94,54	0,00	163,77
-----------------------------------	--------	--------	--------	--------	-------	------	--------

Продолжение таблицы 4

Норматив долгосрочной ликвидности (Н4)	41,19	40,50	41,82	38,37	55,72	0,00	41,19
----------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	------	-------

Как следует из данных таблицы 4, норматив достаточности капитала снизился на 13,69%, то есть капитала по РСБУ недостаточно. Показатель мгновенной ликвидности уменьшился на 83,07%, высоколиквидных активов недостаточно. Норматив текущей ликвидности уменьшился на 163,77%, что говорит о неудовлетворительном состоянии. Норматив долгосрочной ликвидности уменьшился на 41,19%, вложений в долгосрочные активы существенно меньше, чем допустимо.

Проведенный анализ надежности и финансовой устойчивости ПАО БАНК «ФК ОТКРЫТИЕ» свидетельствуют о наличии множественных негативных тенденций, способных повлиять на финансовую устойчивость банка в перспективе. Надежности и текущему финансовому состоянию банка можно поставить оценку «неудовлетворительно». Следует отметить, что в августе 2017 г. Банк России объявил о реализации ряда мер, направленных на повышение финансовой устойчивости банка «ФК Открытие» [6].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующий вывод. Финансовая устойчивость является важнейшей характеристикой стабильности банковской системы в условиях рыночной экономики. Ее обеспечение – одна из наиболее актуальных проблем деятельности кредитных организаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гаспарян А. Т., Жданова Н.В. Повышение финансовой устойчивости кредитных организаций в условиях финансовой нестабильности // Экономические исследования и разработки. Дата публикации: 22.04.2017
2. Банки дышат ровно [Электронный ресурс]. URL: www.spbvedomosti.ru/news/ekonomika/banki_dyshat_nbsp_rovno/ (дата обращения: 31.10.2017).
3. Официальный сайт Центрального Банка России [Электронный ресурс]. URL: www.cbr.ru (дата обращения: 31.10.2017).
4. Итоги работы банковского сектора [Электронный ресурс]. URL: www.riarating.ru/banks/216127/630140.html (дата обращения: 31.10.2017).
5. Лопатина Т.В., Костромина Д.А. Анализ финансовой устойчивости банка // Научное сообщество студентов: сб. ст. по мат. II междунар. студ. науч.-практ. конф. № 3.

6. Что произошло с банком «Открытие», причины, возможные последствия санации Центробанком [Электронный ресурс]. URL: www.papabankir.ru/news/chto-proizoshlo-s-bankom-otkrytiye/ (дата обращения: 31.10.2017).

7. Официальный сайт ПАО Банк «ФК Открытие». URL: www.ir.open.ru/

ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Ландякова А.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день сложилась крайне не стабильная ситуация в кредитных организациях и государстве связанная с валютным риском. В связи с этим банкам приходится применять различные меры по предотвращению данных рисков, либо их сокращению.

Важно отметить, что внедрение эффективной системы управления валютными рисками обусловлены тем, что торговые операции на валютном рынке, относятся к особо рискованным операциям, которые могут привести к крупным потерям за достаточно короткий промежуток времени. И именно создание системы управления рисками позволит своевременно определять и управлять валютными рисками.

Но хотя коммерческие банки и занимаются управлением валютными рисками, но все же испытывают ряд проблем. Сама функция управления рисками в большинстве банков не интегрирована в процесс принятия решений и не использует комплексный подход оценки рисков.

В качестве основы управления рисками берется прогнозирование. В настоящее время все этапы прогнозирования целиком и полностью лежат на самих коммерческих банках, начиная от расчетов и заканчивая принятием управленческих решений с целью обеспечения бесперебойной работы операционной деятельности банка при любых сложившихся ситуациях и обстоятельствах.

Процесс оценки рисков состоит из 3 основных видов сценария развития ситуации на валютном рынке: это оптимистичный, базовый и пессимистичный. Основными же подходами прогнозирования считаются: параметрический анализ, статистический и экспертные подходы [2].

Это далеко не все подходы к прогнозированию. Их очень сложно все перечислить, поскольку в данный момент достаточно много компьютерного

анализа, позволяющего проводить бесчисленное множество различных видов анализа статистических данных.

Одной из отличительных особенностей валютного риска, является то, что его крайне сложно спрогнозировать с какой-либо долей вероятности. Главная причина данного факта в том, что в расчет всегда берется допущение, что рынок будет развиваться сам по себе, не завися от каких-либо внешних факторов. Но одно можно сказать с полной уверенностью, если вы занимаетесь построением прогноза движение валютного курса, вам всегда необходимо строить максимально негативный сценарий, даже если он кажется нереальным (пример доллара и евро в конце 2014 года).

При оценке такого непредсказуемого понятия как валютный риск, свойственен порой большой субъективизм. Он присутствует как в методе экспертных оценок, так и в методе прогнозирования потерь путем построения математических моделей. И ввиду сильной волатильности данное направление является наиболее популярным.

Основным же способом борьбы с валютными рисками является хеджирование.

Хеджирование или страхование валютных рисков – по структуре своей это компенсация убытков от негативных изменений рыночных цен на тот или иной базовый актив за счет прибыли по производным финансовым инструментам (ПФИ). Валютные деривативы – это такой вид контракта, по которому банк обязуется выполнить некоторые действия за определенный промежуток времени в отношении валютного курса, заключенного на дату заключения договора.

Основное отличие хеджирования от других видов операций заключается, в том, что его основной целью является не извлечение дополнительной прибыли, а снижение потенциальных потерь. Хеджирование обычно сопряжено с дополнительными издержками, так как и за страхование приходится платить.

Стоит также отметить, что за последние годы можно заметить ярко выраженный максимум по валютным деривативным сделкам. На лицо растущие с годами роль и внимание экономического мира к вопросу страхования рыночных рисков. В мире растет роль инструментов хеджирования, об этом свидетельствует статистика по иностранным компаниям, в разрезе секторов экономики представленная в Таблице 1.

Таблица 1 - Использование ПФИ иностранными компаниями

Название сектора	Всего опрошено	используют ПФИ	используют процентные ПФИ	используют валютные ПФИ	используют товарные ПФИ	используют кредитные ПФИ	используют ПФИ на ценные бумаги
Добыча полезных ископаемых	86	97%	70%	85%	79%	0%	6%
Потребительские товары	88	91%	81%	84%	39%	1%	9%
Финансы	123	98%	94%	96%	63%	76%	80%
Здравоохранение	25	92%	80%	72%	8%	4%	20%
Промышленные товары	49	92%	86%	86%	37%	2%	20
Услуги	40	88%	75%	85%	35%	3%	13%
Технологии	65	95%	86%	92%	15%	6%	15%
Коммунальные услуги	24	92%	92%	88%	83%	0%	8%
Всего	500	94%	83%	88%	49%	20%	29%

Из представленных данных видно, что хеджирование рыночных рисков уже стало неотъемлемой частью ведения бизнеса в цивилизованном мире. Для обеспечения своей бесперебойной работы в части операционной деятельности ПФИ используют больше 85% ведущих предприятий мира. Больше 75% опрошенных компаний интересуется страхование валютных рисков, самым же активным является финансовый сектор, где хеджируется 96% организаций. К подобным показателям нужно стремиться и России, поскольку ПФИ способны оказать необходимую поддержку, как в кризисные периоды времени, так и в ситуациях сильной волатильности рынков. На это необходимо обратить внимание и отечественным компаниям, поскольку это поможет им сэкономить или же наоборот заработать большие деньги, и в тоже время повысит их привлекательность и конкурентоспособность для иностранных инвесторов, для которых хеджирование является обязательным требованием и характеризует стабильность организации [4].

Основными задачами, которые помогает решить хеджирование валютных рисков, являются:

- снизить неопределенность относительно величины будущих финансовых потоков;
- снизить стоимость использования финансовых средств;
- уменьшить колебания уровней прибыли компании;
- минимизировать убытки компании.

В России за последние годы стало возможно применение более широкого круга стратегий хеджирования, в связи с изменением налогового законодательства. За всё время существования ПФИ были придуманы десятки различных комбинаций стандартных инструментов таких, как форвард и

опцион. Это говорит о том, что компании с абсолютно разными предпочтениями относительно риска и доходности могут выбрать продукт, который будет полностью соответствовать их интересам.

Также хотелось бы отметить, что сделки с деривативами можно заключать и если хотите заработать спекулятивную прибыль, которая несет больший риск убытков, а не только в целях страхования от валютных рисков. Вспомнив, например, тот же 2014 год, когда рубль сильно ослабевал к доллару США. В результате этого процесса компании – импортеры понесли немалые убытки, в ходе чего некоторые из них стали заключать форвардные контракты на покупку валюты. Только одни из них заключали контракты по старому курсу 50 рублей за доллар, а другие уже по 75 и выше. В результате чего последние понесли огромные убытки, даже не смотря на то, что изначально у них были исключительно благие цели застраховаться от роста курса иностранной валюты. Это свидетельство того, что применяя неправильные стратегии хеджирования, в качестве борьбы с валютным риском, компании способны навредить себе ещё сильнее.

Итак, вернемся к основным видам ПФИ, они схематично изображены на рисунке 1.



Рис. 1 Основные виды ПФИ

Основным отличием форварда от фьючерса заключается в том, что фьючерс является стандартизированным контрактом, и заключается исключительно на бирже с внесением залога и выплатой вариационной маржи в соответствии с правилами биржи. Что касается форварда, то он наоборот заключается вне биржи, он не стандартизирован в отличие от фьючерса и при его заключении залог не взимается.

Следующим базовым и наиболее популярным инструментом для хеджирования рисков является опцион. Это договор, который предоставляет право покупателю опциона купить или продать базисный актив по заранее согласованной цене и обязывающий продавца опциона исполнить такой договор при поступлении заявки от покупателя. Покупатель опциона уплачивает продавцу опциона премию за принятый на себя риск [3].

Сравнивая фьючерсы и опцион, все же лучше выбирать опционы, так как они являются менее рискованными и затратными.

Но указанные инструменты можно применять как отдельно, так и одновременно. Чаще всего инструменты принято комбинировать в каждом случае индивидуально.

Вернемся к нашему примеру конца 2014 года, когда многие компании в виду своей неопытности, а может и нежелания платить премию по опциону, после достаточно значительного роста доллара США по отношению к рублю заключали форвардные контракты по курсам выше 80 рублей за доллар. В данном случае опцион был бы значительно выгоднее, поскольку в случае дальнейшего укрепления рубля, не обязывал бы компанию покупать валюту по завышенным курсам.

Таким образом, опцион заключает в себе значительно меньший риск, чем форвард, однако он может стоить немалых денег. В отличие от форварда данный инструмент лучше использовать, когда речь идет о штучных сделках.

На основе всего вышесказанного можно говорить о том, что валютные риски зависят от изменения обменных курсов, разных темпов инфляции и других факторов. Однако в современных экономических условиях, не смотря на предпринимаемые меры по нивелированию валютных рисков, они повышаются и их практически невозможно спрогнозировать, так как берется в расчет допущение, что рынок будет развиваться, не завися от внешних факторов. Все это является следствием мирового экономического кризиса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. N 1662-р О Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года (с изменениями и дополнениями) // Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/194365/#ixzz3bieoCfVO>
2. Валютный риск как экономическая категория // Финансовая ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finaccount.ru/dnos-180-2.html>

3. Климентьев М., Сафонова Т., Чугуй А. Вопросы практического применения, учета и налогообложения производных финансовых инструментов (ПФИ) // КПМГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.myshared.ru/slide/234776/>

4. Жданов В. Количественная оценка риска - метод Value at Risk (Var) // Школа финансового анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beintrend.ru/value-at-risk-varvar>

5. Сафонова Т. Операции с производными финансовыми инструментами: Учет, налоги, правовое регулирование. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 448 с.

БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Масленников С.В.

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации
Нижегородский институт управления*

Бюджетно-налоговая политика – это политика государства, направленная на ускорение экономического роста с помощью государственного бюджета и налоговой системы. Нижегородская область – одна из самых больших в европейской части РФ (площадь 76900 кв.м), здесь проживает свыше 3,2 млн. чел. Объем ВРП (валового регионального продукта) за 2016 г. составил 1162,9 млрд.руб. ВРП на 1 жителя 327 474,20 руб./чел. (49 место в РФ) [1].

I. Итоги бюджетно-налоговой политики Нижегородской области в 2014-2016 гг. Консолидированный бюджет Нижегородской области в 2016 году: доходы составили 164,9 млрд. руб. (за 2014-2016 гг. они увеличились на 25,6 млрд. руб. или на 18,4%); расходы исполнены в объеме 168,8 млрд. руб. (увеличились за 2014-2016 годы на 18,8 млрд. рублей или на 12,5%) [2].

В 2017 г. на поступление налоговых и неналоговых доходов бюджета области оказывают влияние изменения налогового и бюджетного законодательства.

1. Положительное влияние: увеличены налоговые ставки акцизов на алкоголь и дизельное топливо, увеличен норматив отчислений в бюджеты субъектов РФ акцизов алкоголя; налоговая база по налогу на имущество

физических лиц определяется исходя из кадастровой стоимости объектов налогообложения; установлены коэффициенты индексации арендной платы за земельные участки и объекты нежилого фонда областной собственности. [3, 4].

2. Отрицательное влияние: уменьшена ставка налога на прибыль организаций, зачисляемого в бюджет субъекта РФ; уменьшен норматив зачисления в бюджеты субъектов РФ акцизов на бензин; снято ограничение по осуществлению налогоплательщиками переноса убытка на будущее; освобождены от налога на имущество организации в отношении автодорог общего пользования и местного значения и организации по объектам спорта, построенных для Чемпионата мира по футболу; из числа плательщиков за негативное воздействие на окружающую среду исключены налогоплательщики, осуществляющие хозяйственную деятельность на объектах IV категории (офисы, школы, сфера услуг населению и т.п.); увеличена предельная величина годовых доходов для применения упрощенной системы налогообложения до 150 млн. руб. (было 79,7 млн. руб.) [3, 4].

II. Основные направления налоговой политики в Нижегородской области: увеличение налогового потенциала за счет налогового стимулирования деловой активности, внедрение инновационных проектов, привлечение инвестиций; совершенствование налогового администрирования; государственная поддержка приоритетных отраслей экономики; повышение эффективности управления государственной и муниципальной собственностью, природными ресурсами Нижегородской области [2].

III. Основные направления бюджетной политики Нижегородской области:

- Обеспечение сбалансированности бюджета области за счет: взаимосвязи стратегического и бюджетного планирования, сдерживания роста расходов; проведения взвешенной долговой политики;

- Повышение эффективности бюджетных расходов за счет: реализации приоритетных направлений государственной политики, повышения эффективности закупок товаров для обеспечения нужд области, социальной поддержки населения области исходя из принципа адресности, повышения результативности предоставления субсидий юридическим лицам, усиления финансовой дисциплины;

- Повышение качества оказываемых государственных услуг, эффективности государственного управления, создание стимулов для повышения качества управления муниципальными финансами, развитие финансового контроля.

IV. Эффективность бюджетно-налоговой политики зависит от подходов к формированию областного бюджета, политики в области формирования межбюджетных отношений, политики в области управления государственным долгом, политики в сфере финансового контроля.

«Одним из основных подходов к формированию проекта областного бюджета на будущий год является оптимизация расходов. Это обязательное условие для эффективной бюджетной политики, которое нужно учитывать всегда при подготовке главного финансового документа области», – отметил председатель комитета по бюджету и налогам Александр Шаронов [6].

По результатам проведенных исследований можно сделать вывод об эффективности бюджетно-налоговой политики в Нижегородской области [1]:

- рост налоговых и неналоговых доходов консолидированного бюджета не ниже темпа роста ВРП, реализация приоритетных проектов, сокращение дефицита бюджета, положительная динамика собираемости налогов, существенное увеличение ВРП на одного жителя, увеличение прибыльности предприятий, возрастание фонда оплаты труда, увеличение средней заработной платы, снижение уровня безработицы, улучшение инвестиционного климата

- по многим социально-экономическим показателям Нижегородская область опережает средние показатели по стране.

По оценке Минфина Нижегородская область – получила II степень качества (надлежащий уровень управления).

Исследование показало, что бюджетно-налоговая политика должна ориентироваться на создание условий по увеличению экономического потенциала региона и его бюджетной независимости от федерального бюджета.

Тогда это приведет к макроэкономической стабильности и экономическому росту субъектов государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Информационный справочник исполнения бюджета Нижегородской области за 2016 год. Информационный портал mf.nnov.ru: URL: http://mf.nnov.ru/files/2_5_6/2017/Sbornik_01_01_2017.pdf (дата обращения: 24.10.2017)
2. Основные направления бюджетной и налоговой политики Нижегородской области на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов (утверждены постановлением Правительства Нижегородской области от 13 сентября 2017 года №673). Информационный портал mf.nnov.ru: URL: http://mf.nnov.ru/files/2_3_1/2017/Osnov_napprav_18_20.pdf (дата обращения: 24.10.2017)
3. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 18.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2017) //Информационно-правовая система КонсультантПлюс consultant.ru: URL:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=LAW&n=214742&dst=4294967295&req=doc&rnd=290511.1621517844#0> (дата обращения: 24.10.2017)

4. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2017) //Информационно-правовая система КонсультантПлюс consultant.ru: URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=LAW&n=218209&dst=4294967295&req=doc&rnd=290511.2185010464#0> (дата обращения: 24.10.2017)

5. "Бюджетный кодекс Российской Федерации" от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 30.09.2017) //Информационно-правовая система КонсультантПлюс consultant.ru: URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=279098&fld=134&dst=100008,0&rnd=0.36985137334125984#0> (дата обращения: 24.10.2017)

6. Новости 24 Информационный портал nnov.kp.ru: URL: <https://www.nnov.kp.ru/daily/26727/3754321/> (дата обращения: 24.10.2017)

7. Закон Нижегородской области от 23.12.2016 № 178-З "Об областном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов". URL: <https://government-nnov.ru/?id=191646>

ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ, КРИЗИСЫ И РЕГУЛИРОВАНИЕ: НЕКОТОРЫЕ ОЦЕНКИ

Немчинов Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Банковская индустрия, как известно, существенно отличается от нефинансовых отраслей. Банки - это агенты, работающие в системе, которая, без сомнения, является одним из наиболее чувствительных секторов экономики. Это среда, в которой все экономические агенты взаимодействуют через зависимость, где сбережения одного являются инвестициями другого. Это сегмент, где кристаллизуются финансовые отношения между членами общества.

Однако направление активной экономии для экономики в целом не является единственной социальной ролью, которую играют банки. Также принципиальное значение имеет существование и правильное функционирование платежной системы, в которой банки являются главными действующими лицами. Средства платежа являются гарантией продолжения осуществления большинства деловых операций. Без этих нормальных операций экономика в целом была бы парализована невозможностью проведения большинства сделок.

Банки всегда определялись прежде всего их функцией изменения и преобразования ликвидности. Они являются агентами, которые могут способствовать как желанию инвесторов удерживать ликвидные активы, например, краткосрочные депозиты до востребования, так и в то же время удовлетворять потребности заемщиков в долгосрочных фондах. Банки в этом смысле ищут краткосрочные фонды и превращают их в долгосрочные кредиты. Кроме того, одновременно с этой функцией банки также управляют изменением ликвидности, превращая облигации с более длительным погашением с низкой ликвидностью в высоколиквидные активы, такие как депозиты. Это среда, в которой происходит «встреча» между заемщиками и инвесторами, тем самым уменьшая любые индивидуальные различия между ними. Без существования этих каналов были бы огромные транзакционные издержки, чтобы сблизить интересы инвесторов и заемщиков.

Дискуссии о финансовых рынках почти всегда сосредоточены на их роли в мобилизации сбережений для индустриализации. На самом деле финансовые рынки - это гораздо больше, чем предполагаемые движения, упомянутые выше, в то время как вопрос о том, как они выполняют эти другие функции, может влиять не только на то, в какой степени они могут мобилизовать сбережения, но и в более широком смысле - на эффективность и рост глобальной экономики.

За последние два десятилетия технологические усовершенствования, финансовые инновации и дерегулирование привели (и продолжают до сих пор) к интенсивному трансформационному давлению на финансовую систему в современном мире. Банки в наши дни не похожи ни на какие банки прошлого. На самом деле они, кажется, имеют очень мало общего с банками десятилетия назад. Изменения произошли не только в содержании, но, прежде всего, в задействованных агентах и в скорости, с которой произошли изменения. Были предложены различные подходы к решению этой проблемы с упором на ряд причин, таких как характеристика структуры банковского рынка, степень концентрации, ее влияние на результаты банковских результатов (фокус на риск / доходность, экономия, масштабы, рост и т. д.), а также взаимоотношения с различными клиентами и поставщиками.

В частности, в случае банковских информационных технологий, выравнивание вклада технологической области имеет ключевое слово эффективности. Преимущества технологических инноваций, такие как вовлечение и продвижение разнообразия модернизации финансовых продуктов, позволяют крупным банкам быть более гибкими и гибкими в создании и

управлении различными финансовыми продуктами, чем небольшие банки, которым не хватает Проблемы финансовых инноваций. Центральной идеей является концепция, согласно которой главными силами в финансовой системе, затронутой информационной технологией, являются те, кто связан с асимметричной информацией и транзакционными издержками. В результате как роль финансовых посредников, так и структура финансовой системы в конечном итоге подвергаются интенсивным преобразованиям.

Новая банковская система

Широко используемые преимущества электронных платежей снижают привлекательность проведения банковских вкладов на более длительные сроки, как это требовалось при использовании чеков. Другими словами, электронные платежи увеличили скорость и эффективность системы, в то же время уменьшив необходимость держать депозиты на более длительных сроках. Только этот пример, создает давление для резких изменений в кредитных агентах. Политический сдвиг менеджеров фондов для управления администрацией через короткие промежутки времени требует большей прозрачности в прибылях и убытках, использования более гибких игроков либо за счет более эффективного управления средствами в сценарии быстрого перемещения ресурсов, новых тарифов, платежей и платежей или в обратном направлении, наказывая тех, у кого больше трудностей с адаптацией к этой среде.

С чисто финансовой точки зрения можно сказать, что скорость операций в свою очередь приводит к сокращению расходов на обслуживание и сокращению расходов, что оказывает существенное влияние на финансовые обязательства учреждений, особенно банков. В прошлом большинство платежей производилось с использованием чеков, что давало больше возможностей для естественного источника финансирования для коммерческих банков, поскольку они сохраняли эти средства на более длительные периоды на текущих счетах. Это свидетельствует о том, что надежность, создаваемая этими фондами, может иметь решающее значение для особой роли банков в финансирующих компаниях, тем самым подтверждая преимущества для заемщиков, которые установили долгосрочные банковские отношения, поскольку более длительные сроки погашения должны были отвечать более высоким страховым гарантиям, предоставляемым банками. Другими словами, если периодовые фонды остаются в сильных изменениях текущих счетов, нельзя отрицать, что профили продуктов и банковские гарантии также изменятся.

В последние годы расчёт расходов с помощью электронных платежей резко возрос. Начатая в основном с терминалов АТМ, технология электронных транзакций продолжает развиваться и быстро развивается. Число банкоматов постоянно растет, и в результате этого роста банковские операции расширились. Кроме того, быстро увеличилось использование кредитных карт и дебетовых карт для осуществления розничных платежей. Совсем недавно появление интернет-банкинга и телефонного банкинга, или даже сочетание этих двух, обеспечило окончательную консолидацию, расширение и расширение других средств. Таким образом, увеличение наличия и эффективности электронных платежей уменьшает необходимость сохранения банковских депозитов. Можно производить широкий диапазон платежей с помощью кредитных карт, даже небольших, и один платеж обрабатывается один раз в месяц, возможно, с помощью другого электронного платежа. Набор средних остатков на текущих счетах может быть намного меньше, чем в прошлом при консолидации платежей таким образом. На самом деле эти ценности мигрируют в различные фонды, предлагая лучшие ставки.

С одной стороны, совершенствование информационных технологий и их влияние на асимметрию информации и транзакционные издержки позволяют инвесторам и банкам получать лучшую информацию, лучше подготовиться к восприятию различий между хорошими кредитами и плохими долгами, в противном случае лучше оценить риск Потенциального клиента и более эффективно контролировать рынок, тем самым уменьшая проблемы неблагоприятного отбора и морального риска, что приводит к снижению барьеров на пути выдачи кредитов и других банковских продуктов, тем самым поощряя использование этих продуктов. С другой стороны, открываются огромные возможности для новых видов рисков, которые ранее не присутствовали на банковском рынке.

Ключевой вопрос, связанный с воздействием информационных технологий на кредитные и производные рынки, сильно варьируется в зависимости от условий распространения рисков. Более широкое использование ресурсов информационных технологий и мониторинг уровней риска снизили барьеры для расширения этих рынков. Другими словами, появление вычислительных моделей с большим диапазоном и более высокими показателями значительно помогло оценить принятие решений о рисках, область, к которой ранее относились с большей осторожностью.

Именно в этом контексте разработка финансовых продуктов, связанных с технологиями с более высоким уровнем риска, нашла особую базу для

расширения рынков среди более низких социально-экономических групп и микропредприятий, у которых, как правило, не было достаточных активов и гарантий для предоставления кредита в кредитовании ценными бумагами операции. Вместе с расширением объема информации, предлагаемой новыми технологиями, эти социальные сектора стали полагаться на собственную историю платежей, которая является их «гарантией» в виде репутации для различных кредитных рынков. С этими инструментами риски дефолта, казалось, закончились. В сущности, их практически игнорировали, предлагая идеальную основу для правильного расширения бизнеса и снижения стоимости кредита. Другими словами, расширение кредитных рынков, поддерживаемое более совершенными технологическими инструментами, создало «субстандартные» слои новых потребителей, но без лучших гарантийных инструментов для рисков по умолчанию, казалось, закончилось. В сущности, их практически игнорировали, предлагая идеальную основу для правильного расширения бизнеса и снижения стоимости кредита. Другими словами, расширение кредитных рынков в пользу более совершенных технологических инструментов привело к созданию «субстандартных» слоев новых потребителей, но без лучших гарантийных инструментов для соответствующих рисков, что ясно объясняет последствия кризиса ипотечного кредитования, который возник в корнях Сегмент субстандартного входа. Эта система создала сильную конкуренцию между банками, побуждая банки и финансовые компании искать новые рынки [1]. Наиболее перспективным рынком был ипотечный рынок, который обещал дополнительный доход. Однако было известно, что риски, связанные с этими рынками, существенно не изменились. Кроме того, помимо тонких способов разбавления и распределения рисков, технологии также внесли большой вклад в этом отношении.

Ускоренные темпы технологического прогресса создали финансовую систему, в которой инструменты для лучшего принятия решений и, как следствие, уровень информации, стимулировали открытие кредитных рынков, таких как ценные бумаги, до уровня розничной торговли и доходов никогда Ранее предполагалось. Все это движение привело к снижению традиционного брокерского приобретения средств. В настоящее время финансовые посредники работают для того, чтобы разделить риски, позволяющие финансировать активы большего числа менее информированных инвесторов, тем самым расширяя более широкий диапазон ликвидности.

Производные рынки, в свою очередь, в основном возникли из-за появления новых технологий. До 1980-х годов банки выдавали кредиты и

использовали их для управления своими портфелями. Однако новый технологический сценарий потребовал скорости, диверсификации и расширения рынков, что привело к необходимости смягчения рисков. Секьюритизация, которая частично обеспечивается и поддерживается инструментами информационной технологии, представляет собой процесс, посредством которого финансовые агенты передают кредитные риски, предоставляя их и удерживая их в более сложных портфельных продуктах распределения задолженности. С помощью инструментов управления и мониторинга ссуды были разделены и агрегированы для преобразования в конкретные финансовые продукты и, в свою очередь, были проданы на вторичных рынках.

Происхождение рынков производных инструментов связано с причинами как спроса, так и предложения. Макроэкономическая турбулентность 1970-х годов, связанная с нестабильностью интереса и обмена, вероятно, повысила спрос компаний на лучшее управление системными рисками. Что касается предложения, то лучшие рамки финансовой теории позволили институтам работать с меньшими издержками на этих рынках. Эта фундаментальная перспектива привела к новой области финансов - финансовому инжинирингу - где математика, связанная с алгоритмами с интенсивным использованием вычислительных ресурсов, обеспечивает ценообразование и управление рисками, связанными с любыми производными доказательствами, которые зависят только от движения обменных курсов, базовой процентной ставки и т. д. Рынок расширялся за счет технологической поддержки, все более резко в последние годы.

Нестабильность банковского дела, системный риск и банковское регулирование

Некоторые структурные недостатки обусловлены характером банковской деятельности, поскольку банки работают в условиях постоянной присущей финансовой хрупкости с сохранением контрастов с обеих сторон своих балансов. С одной стороны, существует жесткость стоимости обязательств по ликвидности, а с другой - низкая ликвидность и гибкость активов. Банки предлагают публичные обязательства, которые фактически не имеют такой необходимости, чтобы их соблюдали. Банковский долг фактически представляет собой значительную часть депозитов до востребования, которые на самом деле являются обещаниями доставки вкладчикам, определенных значений в легальных валютах. При захвате активов банки создают депозиты в краткосрочной перспективе. Однако они сохраняют в резерве лишь небольшую

часть облигаций, выпущенных в виде депозитов (дробный запас), и, следуя этой логике, могут выполнять только часть вкладов в любой данный момент. Таким образом, банк может действовать только в том случае, если доверие инвесторов достаточно сильное, чтобы изъятия сохранялись на уровнях, которые могут быть эффективно покрыты резервами, хранящимися в учреждении [2]. Теоретически, если не все вкладчики признают, что банк не может выполнить свои заявки в нужный момент, проблема репутации может быть создана с непредсказуемыми последствиями. Однако при нормальных условиях гораздо удобнее управлять бизнес-транзакцией в банке вместо необходимой легальной валюты. На самом деле, нет стимула обслуживать законную валюту, хотя есть уверенность, что банк в состоянии это сделать, если потребуется.

Если, однако, проблемы с репутацией продолжаются, и вкладчики обеспокоены тем, что банк не может выполнять свои обязательства (либо своими собственными средствами, либо используя межбанковский рынок). Они должны немедленно опираться на свои резервы. Тем не менее, когда этот отказ заставляет общественность усомниться в способности не только одного банка, но и других, то есть, когда репутации банков уже недостаточно для защиты их от широко распространенного движения, сообщается о явлении широко распространенных попыток снятия средств. Поскольку известно, что первоначальные заявки на снятие средств со счетов вкладчиков выполняются в полном объеме, в то время как более поздние из них, вероятно, не получают ничего, начнется гонка на снятие средств или так называемый банковский запуск. В этом случае наиболее рациональным является не только получение денег из банка, но это делается как можно быстрее, прежде чем другие более гибкие вкладчики могут это сделать.

Помимо вышеупомянутых недостатков, существует также сложная сеть высокоценных позиций среди банков на межбанковском рынке и платежей, а следовательно, и через системы расчетов по ценным бумагам. Действительно, банки, как правило, играют решающую роль в системах расчетов и розничных платежей. Воздействие неблагоприятных рисков в банковской сфере порождает реальные вероятности банкротства по обязательствам по платежам, которые порождают риски немедленного воздействия на способность выполнять обязательства перед другими банками. Еще более интенсивным является кризис, который может вызвать ряд технических трудностей при выполнении различных этапов процесса платежей и расчетов, в результате чего эффекты домино для других банков.

Исходя из вышеизложенного, можно отметить, что с ростом оценки и оценки информации (оценки) кредиты и активы банков, ранее удерживаемые в балансах финансовых посредников, стали товарными и ликвидными и, следовательно, подлежит обсуждению. Как упоминалось ранее, использование автоматизированного принятия решений и классификации кредитов для ипотечных жилищных кредитов, кредитных карт и кредитов для малого бизнеса не только уменьшило постоянные издержки таких кредитов в этих условиях, но также предоставило финансовым учреждениям понимание порядка сортировки, что позволяет им создавать информацию из ценных бумаг с очень небольшой прозрачностью, где большая часть кредитного риска остается у банка, тогда как большая часть средств поступает с других рынков.

Среды перцептивных низких рисков в сочетании со сложным пониманием функционирования деривативных сделок и секьюритизации, возможно, были достаточными для того, чтобы породить отток для формирования кредитного кризиса самостоятельно. Кризис, хотя обычно ассоциировался с плохими показателями ипотечных кредитов с субстандартным кредитованием, несомненно, стимулировался поведением рынков деривативов и секьюритизации. Именно логика операций этих рынков объясняет интенсивность наблюдаемого в последнее время снижения. Эта логика, если она не будет изменена с помощью новых форм регулирования, останется в силе на рынке, сохраняя высокий уровень риска в отношении задействованных операций, что затрудняет определение масштабов потерь. Это приводит к необходимости изменить философию действующего банковского регулирования.

Система банковского и финансового секторов всегда строго контролировалась правительствами и государственными органами, особенно после кризиса 1930 года, который нанес серьезный ущерб мировой экономике в то время. Однако после 1980-х годов банковская система начала меняться, когда сформировалось сильное движение к дерегуляции, увеличилось пространство банковской автономии и кардинально изменилось ее сущность. Разработка технологий обработки и передачи информации и данных, а также финансовых методов, упомянутых в предыдущих пунктах, предоставила новые средства для подготовки и распространения финансовых продуктов и услуг. Рост международных потоков торговли и капитала потребовал новых продуктов и услуг и, как следствие, компаний, которые могли их предоставить. Новая бизнес-среда нуждается в большей производительности и мощности со стороны новой банковской компании, сценарий, который в конечном итоге

заставил местные и региональные правительства разрешить больше дерегулирования на их банковских рынках. Главной особенностью этого процесса была постепенная ликвидация сегментирования рынка и расширение степени финансовой открытости между регионами и странами. В свою очередь, дерегулирование рынка, помимо изменения банковских профилей, привело к усилению конкуренции не только между банками, но и другими финансовыми институтами.

Набор событий, упомянутых на предыдущей сессии, наряду с финансовым дерегулированием привел к созданию более сложных финансовых институтов, работающих во многих сегментах финансового рынка, со свободой выбора в контексте большей неопределенности по сравнению с предшествующими периодами. В этом новом сценарии увеличились рыночные возможности и, следовательно, связанный с ними риск. Однако неудивительно, что события нестабильности имели место гораздо чаще, чем в любое другое зарегистрированное время в финансовой истории прошлого века. Фактически, поскольку элементы, которые позволяют более сложные операции, создаются параллельно, возникают дополнительные трудности в отслеживании и мониторинге этих сложных операций. Конкретные и специальные возможности банковских операторов не могут сопровождаться в режиме реального времени специализацией и подготовкой регулирующих органов и надзорных органов. Даже руководство самого банка не может полностью контролировать все свои операции. Другими словами, инструменты и экспертные знания, необходимые для мониторинга и контроля рисков, необязательно возникают наряду с разработкой инструментов для принятия решений и составления карт. Весь этот сценарий, оказывается, способствует изменению философии пруденциального регулирования. Лучшее понимание того, как ответить на этот вопрос, в первую очередь связано с анализом нынешних обстоятельств, когда заповеди, основанные в основном на рекомендациях Базельских соглашений, состоящие из коэффициентов капитала в отношении активов, по-видимому, оказались несовершенными или неэффективными в борьбе с рисками. Действующее регулирование, подчиненное диктату Базеля, управляемое и контролируемое независимыми центральными банками, похоже, не имеют достаточной силы в случае ипотечных кредитов в США для предотвращения неплатежеспособности крупных учреждений. Это утверждение интуитивно указывает на необходимость расширения или изменения требований, в то время как углубление такого понимания приводит к реформам, которые могут предполагать, что изменение действующего регулирования требует новых

процедур для ограничения финансовых операций, лежащих в основе распространения такого рода кризисов, кроме того, можно предположить, что мониторинг институтов, самостоятельно использующих модели самоуправления, наряду с предполагаемой рыночной дисциплиной и контролем на расстоянии центральными банками, не привел к желаемому результату. Поскольку Базель II принимал и поощрял заполнение рисков, принимаемых частными учреждениями внешними агентствами или самими банками, он косвенно предлагал возможность включения менталитета субъектов рынка в нормативную базу, понимая, что финансовые учреждения будут более склонны управлять Объем капитала должен поддерживаться на их рисках в этой модели самоконтроля, а не в любом другом случае. Таким образом, логика, которая пронизывает и по-прежнему пронизывает эти механизмы, в частности, Базель II, заключается в том, что управление риском, удерживаемое каждым учреждением, будет иметь тенденцию приводить к системной стабильности - факт, который, по-видимому, не был прав, учитывая доказательства того, что такие Структура самоуправления не смогла избежать проблем такого характера и масштабов из-за широкого присутствия эффектов недоверия к самоконтролю рисков, выявленных в кризисе субстандартного ипотечного кредитования.

Также важно отметить, что финансовые нововведения, такие как секьюритизация, которые в конечном итоге вывели риски из бухгалтерских балансов учреждений, следует принять, агентами «теневой банковской системы» [3]. Это делает воздействие финансовых инструментов более сложным и трудным для визуализации не подпадают под действие норм Базельских соглашений. Как следствие, центральные столпы, созданные в соответствии с требованиями Базельских соглашений, необязательно реагируют на такие кризисы, как упомянутые выше. Поэтому очевидно, что требуется полное изменение всего набора нормативных требований международного финансового порядка, который может налагать ограничения на существующие законодательные акты, такие как саморегулирование агентов и финансовых рынков, деривативы, секьюритизации, высокие уровни рычагов и вседозволенности организаций, таких как финансовые супермаркеты, к финансовым инновациям.

Однако упор на введение широкого пруденциального регулирования и надзора в режиме реального времени может все же не обязательно предоставлять все необходимые гарантии, возможно, сдерживая финансовые инициативы или стимулируя инновации, которые могут иметь значение. Независимо от своих врожденных трудностей, связанных с более гибким

рынком, регулирование, которое может принести выгоды, может возникнуть из фокуса на следующих моментах.

- Пересмотр нормативно-правовой базы для фондов, зарегистрированных вне балансов банков, которые практически не регулируются и чье искусство неизменно подтверждается, чтобы уменьшить требуемый минимальный нормативный капитал. В этом смысле требования к капиталу должны включать обязательства по ликвидности, принятые на «внебалансовых» транспортных средствах, которые будут включать оценку неликвидных и сложных финансовых инструментов, в которых регулирующие органы могут ограничить или ограничить сложность инструментов, которые могут выпускаться регулирующими организациями.

- Точно так же нельзя недооценивать риск контрагента. Экономике с более высоким организационным уровнем могут смягчить возникновение этого с использованием клиринговых палат, которые вставляют гарантии между сторонами для надлежащего выполнения операций. Предполагая, например, что все производные кредитные контракты, основанные на операциях, совершены, зарегистрированы и обеспечены в клиринговой палате, помогли бы перенести риск доставки в клиринговую палату, которая без колебаний приняла бы необходимые меры предосторожности, такие как требования маржи и залоги, Предотвращая выполнение обязательств, когда дефолт одной из сторон может привести к системному кризису.

- Реализация требования о создании антициклических резервов. В этом смысле, оценка рисков сильно (и неизбежно) зависит от субъективных оценок, которые в любой момент могут быть разделены другими участниками рынка. Таким образом, аналогичное чувство на глобальном рынке, которое может привести банки к недооценке рисков в циклический период процветания, будет, вероятно, разделено другими участниками рынка, хотя все участники полностью осознают, что процветание может быть временным. Таким образом, возможность получения прибыли в течение этого цикла сильнее, чем склонность к осторожному поведению. Другими словами, рыночная дисциплина может стать силой, усиливающей действие регуляторов, но вряд ли может заменить их поведение.

- Надзор за философией и категориями, навязываемыми рейтинговыми агентствами. Преобладающее убеждение состоит в том, что рейтинговые агентства эффективно контролируют финансовое здоровье и риски, связанные с каждым рыночным агентом. Тем не менее, анализ рисков сложных инструментов, таких как производные инструменты, требует экспертизы,

гибкости и технологической модернизации, которые неизменно недоступны рейтинговым агентствам в целом.

- Пересмотреть существующие требования хедж-фондов и частного акционерного капитала в отношении финансовой стабильности, чрезмерной задолженности и финансового рычага.

- Хотя это более спорно, стремление к более консервативной денежно-кредитной политике со стороны центральных банков не следует отклонять в качестве мер предосторожности. Как правило, повышенная оценка некоторых активов коррелирует с экспансионистской денежно-кредитной политикой, применяемой центральными банками.

Приспосабливающаяся денежно-кредитная политика, всегда была ключевым фактором во всех ценовых циклах и кредитных активах любого рода. Избыток явления кредитной экспансии всегда находится в центре пузыря активов и, безусловно, является отправной точкой для понимания кризиса [4]. Цены на активы должны быть частью инструментария для развития денежно-кредитной политики, поскольку центральные банки не могут контролировать распределение денег в обращении, но могут попытаться контролировать его предложение.

Хотя должным образом согласованные и осуществленные, обширные и дополнительные нормативные положения, однако, не полностью иммунизировали финансовый рынок от возникновения новых кризисов, которые присущи капиталистической финансовой системе. Необходимо признать ограниченную способность финансового регулирования и надзора контролировать качество требований, предъявляемых банковской системой к различным видам рисков, и изначально нестабильность этой деятельности. Сама динамика системы банковского рынка способствует недооценке рисков и поиску новых продуктов и инструментов для обхода ограничений, налагаемых государственным регулированием. Признание этих пределов не означает, что государство должно отказаться от своей существенной функции регулирования банковской деятельности и финансов, хотя по существу трудно оставаться впереди проблем. На следующем рисунке показаны наши основные аргументы.

Что касается пересмотра, расширения или адаптации банковского регулирования к новым временам, то следует помнить, что принципы регулирования всегда должны быть оправданы их выгодами. Так как регламенты любого рода всегда налагают затраты на регулируемый бизнес, косвенных доказательств его преимуществ больше не может быть достаточно. Следовательно, его цель должна быть строго необходима для защиты

затрагиваемых общественных услуг и бытовых услуг в дополнение к системным рискам. В случае банковского дела, в связи с уже упомянутыми аспектами, финансовое регулирование должно пытаться не накладывать слишком много ограничений, которые могут препятствовать операциям на открытом рынке, предотвращать или ограничивать вызов новых участников, инноваций и т.д., или, другими словами, не сдерживать действия конкуренции [5].

В странах с большим числом небольших банков, таких как США, экономические последствия сокращения малых учреждений ограничены регионами или секторами, в которых они действуют. Однако в ситуации на рынке, которая влияет на крупные банки, даже на банковскую систему с несколькими агентами, последствия гораздо более серьезны. Эти банки обладают экономическими сильными и финансовыми связями с другими банками с взаимным кредитом на межбанковском рынке и большим объемом компенсационных выплат.

Вывод

Отстраненная от классической экономической рациональности банковская отрасль подвержена рискам в случае неблагоприятной экономической нестабильности. Однако в сценарии, где крупные международные банки используют сложные каналы кредитных операций и оценки рисков, необходимо улучшить финансовое регулирование. Разумеется, для раскрытия, большей прозрачности и быстрого распространения критически важной информации банками необходимо повысить эффективность банковского надзора.

В этом смысле, поскольку всегда трудно предвидеть направление, которое потребуются рынкам, финансовое регулирование должно быть как можно более динамичным. Его полная работа поможет свести к минимуму очевидные недостатки рынков. Суть его роли заключается не в том, чтобы не допустить выполнения операций, а в том, чтобы гарантировать рынку и самой экономике, что те, кто их выполняет, хорошо оснащены активами для покрытия своих ставок и потерь. Основная идея заключается в сокращении системных кризисов и обеспечении большей прозрачности и прозрачности бизнеса, что дает рынку большую гибкость и способность противостоять потрясениям и смягчать кризис [6].

Наконец, следует признать ограниченную способность финансового регулирования и надзора контролировать диапазон рисков, которым подвержена банковская система в условиях нестабильной финансовой

деятельности. Сама динамика конкурентного банковского обслуживания, как правило, способствует недооценке контроля и настоятельно поощряет поиск новых инструментов и продуктов, которые в обход нормативных пределов. Признание этих пределов не означает, что государство игнорирует свою регулирующую функцию в банковской сфере и финансах, но эта функция должна постоянно развиваться, чтобы создать адекватный буфер против плохого поведения рынка в его непрерывном поиске высокой прибыли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бачинский И.М. Бум фондового рынка и денежно-кредитная политика в XX веке. 2014. №89. С 2-3.
2. Вернадский И.С. Субстандартная суматоха: что нового, и что дальше. 2013. С. 7-8.
3. Даниловский М.П. Новые проблемы банковского регулирования, Международный валютный фонд: Рабочий документ МВД, Институт МВД, 2013. С. 4-7.
4. Емелин Е.Н. Постановление о конкретных действиях и гарантиях в отношении недостатков, не связанных между собой. С. 322-325.
5. Яшин С.Н., Солдатова Ю.С. Формирование интегральной оценки инновационного развития предприятий / Финансы и кредит. 2013. № 40 (568). С. 34-39.
6. Яшин С.Н., Тихонов С.В. Современный подход к определению структуры инновационного потенциала предприятия / Бизнес. Образование. Право. 2015. № 1 (30). С. 14-19.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Романова А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Уровень малого и среднего бизнеса – оптимальный индикатор происходящего в стране. В условиях экономического и финансового кризиса, государственных монополий и дефицита бюджета вопросы малого и среднего предпринимательства особенно актуальны.

В последние несколько десятков лет можно наблюдать активное внедрение малого и среднего предпринимательства в инновационные процессы. Так же, данный вид бизнеса способствует формированию среднего класса, который составляет в мировой хозяйственной системе значительную долю экономически активного населения. Самыми весомыми результатами предпринимательской деятельности являются обороты данных организаций и

число сотрудников, которые осуществляют свою трудовую деятельность на данных предприятиях. Рост оборотов благоприятно сказывается на ВВП, новые места, предоставляющие данными предприятиями, позволяют трудоустроиться большому количеству человек. Таким образом, увеличение количества функций малого и среднего предпринимательства указывает на возрастание роли данного вида бизнеса в экономике ведущих западных стран [3].

Гражданский Кодекс Российской Федерации дает определение предпринимательству как, самостоятельной деятельности, которая осуществляется на свой риск, имеет направление на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товара, от различного вида сделанной работы или оказания услуг теми лицами, которые осуществляют предпринимательскую деятельность.

Российское право содержит ряд критериев, в соответствии с которыми организации и индивидуальных предпринимателей можно отнести к субъектам малого и среднего бизнеса (таб. 1).

По результатам проводимых исследований Минэкономразвития, число субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации 5,5 млн. (2,9 млн. представлено индивидуальными предпринимателями и 2,6 млн. малыми организациями). Данная сферы деятельности обеспечивает рабочими местами более 16,4 млн. человек и составляет 20% ВВП [5].

Таблица 1 – Критерии малого и среднего предприятия

Критерии	Значения		
	Микропред- приятие	Малое предприятие	Среднее предприятие
Суммарные доли участия в уставных капиталах ООО: - РФ, субъекта РФ, муниципального образования, общественной, религиозной организации, благотворительного и иного фонда; - иностранного юр.лица, юр.лица, не являющегося малым и средним предприятием	25% 49%	25% 49%	25% 49%
Среднесписочная численность сотрудников за прошедший год	до 15 чел.	до 100 чел.	101-250 чел.
Доходы ИП и предприятий, которые были получены за предыдущий год	120 млн. руб.	800 млн. руб.	2 млрд. руб.

Сравнение доли малых и средних российских и зарубежных предприятий представлено на рис. 1.

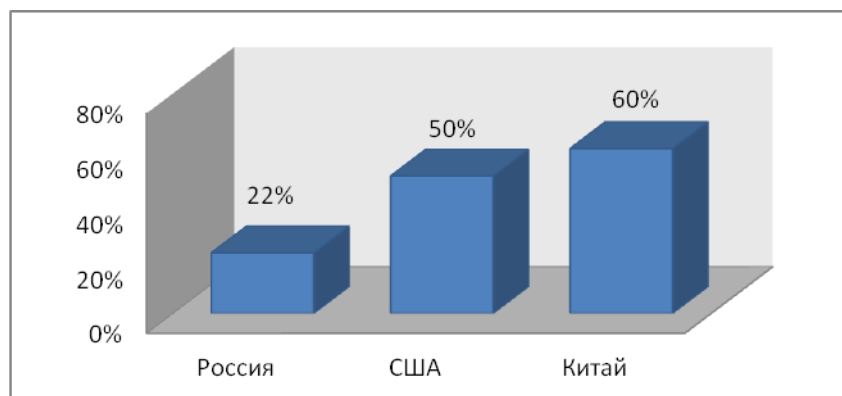


Рис. 1 Сравнение доли малых и средних российских и зарубежных предприятий, август 2017 г.

В нашей стране доля малого предпринимательства не превышает 22%, в то время как в США она равняется 50%, а в Китае – 60%. Поэтому в этих государствах развитие и поддержка бизнеса – приоритетные направления.

На данный момент существуют следующие проблемы, с которыми приходится сталкиваться предпринимателям:

- не совершенное законодательство, которое регулирует сферу средних и малых предприятий;
- на данный момент нет финансово-кредитных механизмов, которые бы содействовали развитию;
- проблемы финансирования;
- отсутствие положительного имиджа российских предпринимателей;
- нестабильность экономической ситуации в стране;
- коррупция;
- различные бюрократические преграды;
- проблемы государственной поддержки российских малых и средних предприятий [7].

Для того, чтобы малое и среднее предпринимательство в России развивалось, необходима государственная поддержка данной сфере бизнеса.

Государственная поддержка малых и средних предпринимателей выражается в патентной системе, которую законодатель ввел и закрепил в 2012 году в гл. 26.5 НК РФ [1].

Данная глава описывает право субъектов предпринимательской деятельности на приобретение патентов, которые устанавливают

фиксированную налоговую ставку – шесть процентов от потенциально возможных к получению индивидуальными предпринимателями годовых доходов, вне зависимости от фактически полученных предпринимателями прибылей. Таким образом, данная статья является выгодной для тех предпринимателей, которые успешно ведут свой бизнес.

Но, вместе с введением таких льгот, есть и ограничения по их использованию, не все субъекты, которые осуществляют предпринимательскую деятельность, могут ее применить. Статья закона содержит перечень лиц, которые могут воспользоваться данным патентом.

Проблемы возникают у данных предпринимателей и в связи с постоянным обновлением законодательства, в том числе и налогового.

Так, например, в 2013 году произошло возрастание фиксированных размеров страховых взносов на обязательное пенсионное страхование в два раза.

И несмотря на то, что впоследствии расчет фиксированных размеров страховых взносов для индивидуальных предпринимателей изменился, все это говорит о нестабильности российского законодательства, что вызывает затруднения в составлении прогнозов действий государственных органов в области малого и среднего бизнеса даже на краткосрочные периоды.

Так же руководители малых и средних предприятий испытывают сложности в оформлении документов. Все это приводит к тому, что, не имея бухгалтерских и юридических знаний, многие предприниматели не могут правильно заполнить бумаги необходимые для участия в программах государственной поддержки [6].

Так же большие проблемы в области развития малого и среднего предпринимательства создает коррупция должностных лиц и органов, которые несут ответственность за бюджетные средства, которые должны быть распределены на малое и среднее предпринимательство.

Таким образом, наибольшая часть предпринимателей отсеиваются на начальных этапах, что негативным образом влияет на развитие предпринимательской деятельности как в субъектах, так и в государстве в целом. Поэтому борьбу с коррупцией следует осуществлять систематически, это необходимо, чтобы должностные лица, работающие на местах, не могли препятствовать, как малому, так и среднему бизнесу.

Проанализировав проблемы, мешающие развитию малого и среднего предпринимательства в России можно прийти к заключению, что государство должно оказывать значительную поддержку данному виду бизнеса [4].

Эффективное функционирование предприятий малого и среднего бизнеса составляет важный фактор для оценки «здоровья» экономики страны, а также является показателем ее гибкости, способности меняться, адаптироваться к постоянно меняющейся экономической ситуации.

Стоит обозначить, что наша страна имеет все базовые ресурсы (экономические, человеческие), которые необходимы для эффективного развития малого и среднего предпринимательства. Однако, для уверенного становления предпринимательства, необходима государственная поддержка, которая будет устранять существующие препятствия, и будет создавать более привлекательные условия для осуществления данного вида деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ // Собрание законодательства РФ от 12 января 2016 г., № 15, ст. 407.
2. Королева В. А., Королева Е. А. Проблемы малого бизнеса в городе // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2016. – С. 174.
3. Рубцова О. Л. Креативная экономика. – М.: Юриспруденция, 2017. – С. 43.
4. Рубцова О. Л. Проблемы государственной поддержки малого бизнеса. – М.: Юриспруденция, 2017. – С. 4.
5. Финк Т. А. Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития // Молодой ученый. – 2016. – №4. – С. 177-181.
6. Киреев Ю.А. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в России // Научное сообщество студентов № 9(20). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/9\(20\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/9(20).pdf) (дата обращения: 18.10.2017).

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Семеновская Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Финансовое планирование создает необходимые условия для эффективного использования производственных мощностей, повышения качества продукции, обеспечения платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия. Финансовое планирование представляет собой процесс разработки системы мероприятий по обеспечению организации необходимыми финансовыми ресурсами и повышению эффективности финансовой деятельности в предстоящем периоде [2].

Актуальность данной темы состоит в том, что в современных условиях, финансовое планирование является необходимым элементом управления финансами предприятия, поскольку оно определяет необходимый объем финансовых ресурсов, их оптимальное распределение и использование с целью финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта.

Увеличение размеров предприятия и изменение его форм, высокая переменность макроэкономических условий, смена стиля руководства предприятия, а так же научно-технический прогресс - все это способствует увеличению роли финансового планирования на предприятии.

Финансовое планирование - это система действий по составлению комплекса планов, обеспечивающих оптимизацию управления финансовыми ресурсами в перспективе, их формирование и использование.

В финансовом планировании обеспечивается взаимосвязь всех планов предприятия: плана маркетинга, планов коммерческой деятельности, плана по труду и заработной плате, планов по затратам и себестоимости и др. Это предопределяет важность и повышенную ответственность за обоснованность, реалистичность и эффективность финансового планирования [1].

Финансовое планирование решает следующие задачи:

- обоснование необходимого объема реализации продукции и услуг для обеспечения достижения поставленных целей;
- оптимизацию затрат на производство и реализацию товаров и услуг;
- расчет и оптимизацию прибыли по ее видам и составляющим;
- определение наиболее рационального распределения и использования прибыли: формирование фондов: резервного, накопления, социального развития, а также выплаты дивидендов;

Финансовое планирование разрабатывается с целью:

1. Определения будущих финансовых результатов;
2. Установления целевых показателей (финансовой эффективности и рентабельности) и лимитов (критических расходов);
3. Обоснования финансовой состоятельности бизнеса и его направлений;
4. Эффективности реализуемых инвестиционных проектов [4].

Чтобы добиться стабильного дохода, в рыночной экономике, руководителям фирм необходимо систематически собирать и анализировать информацию о конкурентах и положении их на рынке, а также о собственном целевом рынке и своим возможностям на нем [3].

Достаточно часто, предприниматели допускают ошибки при финансовом планировании, что не может не сказаться на стабильности, прибыльности и

эффективности деятельности хозяйствующего субъекта. Важно анализировать причины, которые к ним приводят, чтобы избежать их в будущем. Необходимо рассмотреть главные из них:

1. Управление организации не придерживается правильной политики при управлении структурой капитала и активов предприятия.

В случае нерентабельности, компания имеет много долгов и высокие расходы. Руководители допускают ошибки тем, что повышают доход, однако этого недостаточно. Необходимо также снижать расходы и оптимизировать систему организации компании. При этом важно производить расчет показателей деловой активности предприятия.

2. Нецелесообразное и необоснованное привлечение заемных средств.

В случае создания нового бизнес-проекта, предприниматели используют не только собственные средства, но и зачастую привлекают кредитные ресурсы. Кредит можно взять для развития существующего бизнеса, когда компания твердо стоит на ногах, готова расширять сферу деятельности или осваивать новые направления. В случае, если собственных средств не достаточно для запуска нового проекта, существует возможность привлечения инвесторов.

3. Отказ от текущего финансового мониторинга.

Ослабление текущего контроля, отсутствие постоянного анализа расчетов, их эффективности – это основные ошибки в бизнесе, который уже работает и приносит доход. Наличие долгосрочной стратегии и следование плану не освобождает предпринимателя от:

- самостоятельного разбора текущих расходов;
- исключения неэффективных затрат, которые не приносят пользы и не могут принести ее впоследствии;
- работы над увеличением прибыли, поиском новых клиентов, партнеров, направлений деятельности.

4. Недостаточное внимание работе по взысканию долгов.

Несмотря на то, что руководитель фирмы принимает эффективные управленческие решения, задолженности и долги покупателей и клиентов оказывают существенное влияние на деловую активность [5].

Рост задолженности клиентов или покупателей требует определенного внимания, так как просроченные платежи приносят убыток предприятию. Необходимо совершенствовать кредитную политику, а именно: фиксировать в договорах штрафы, применять санкции и активно вести работу по взысканию долгов.

5. Ориентация на постоянную доходность инвестиций.

Четко оговоренная доходность может наблюдаться в исключительных случаях, таких, как инвестиции в банковские вклады или сверх надежные облигации. В подавляющем большинстве других возможностей для инвестирования доходность является очень непостоянной величиной, и это надо иметь ввиду, составляя персональный финансовый план. Как минимум, точно не стоит отталкиваться от максимально возможной доходности, она не будет стабильной.

Так же есть ряд проблем, с которыми сталкиваются предприниматели:

- неумение исследовать рынок, полностью посчитать все будущие расходы не позволит выйти на самоокупаемость;
- полученная прибыль расходуется неэффективно, это приводит к стагнации и последующему развалу компании;
- финансовый оптимизм и завышенные ожидания;
- игнорирование инфляции и др.

Финансовое планирование оказывает воздействие на все стороны деятельности хозяйствующего субъекта посредством выбора объектов финансирования, направления финансовых средств и способствует рациональному использованию трудовых, материальных и денежных ресурсов

Финансовое планирование занимает важное место в системе управления предприятием. Без финансового плана организация успешно существовать не сможет, поскольку это приведет к ухудшению финансового состояния, и как следствие — к банкротству.

Рассмотрев сущность финансового планирования, а также различные ошибки составления финансовых планов, можно сделать заключение, что финансовый план является неотъемлемой частью внутрифирменного планирования, одним из важнейших документов, разрабатываемых на предприятии.

Разработка финансовых планов должна проводиться на постоянной основе. Необходимо учитывать, что они быстро устаревают, поскольку ситуация на рынке меняется динамично. В связи с этим рабочие версии должны постоянно обновляться.

Разобрав основные ошибки финансового планирования на предприятии, можно сделать вывод, что в основном они совершаются из-за слабой информированности финансового менеджера, завышенных ожиданий от деятельности фирмы и из-за размытых финансовых целей.

Таким образом, не торопиться с принятия решений, а также не завышая свои возможности, опираясь на опыт других фирм и экономику в

целом, можно избежать ошибок при финансовом планировании, получать стабильный доход и занять устойчивое положение на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дрок Т. Е., Коптева Е. В. Финансовое планирование и бюджетирование на предприятии // Вопросы экономики и управления. — 2016. — №5.1. — С. 121.
2. Воронина М.В. Финансовый менеджмент: Учебник. – М.: «Дашков и Ко», 2015. – 400с.
3. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – М.: Проспект, 2014. – 735с.
4. Незамайкин В.М., Юрзинова И.Л. Финансовый менеджмент: Учебник. – М.: Юрайт, 2015. – 467с.
5. Финансовый менеджмент: проблемы и решения: учеб. для магистров / под ред. А. З. Бобылевой. – М.: Юрайт, 2016. – 903 с.

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА УРОВЕНЬ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ

Смирнова А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Появление и развитие экономических форм хозяйствования неизбежно сопровождает такое явление, как теневая экономика. Теневая экономика – это все виды хозяйственной деятельности, которые скрыты от государственного контроля и учета. Данную проблему можно отнести к разряду «вечных», так как она была актуальна в далеком прошлом и продолжает быть актуальной в настоящее время. Немалая часть проявлений теневой деятельности считается угрозой национальной безопасности, поэтому требуются четкие и эффективные способы ее устранения.

Цель данного исследования - выявление показателей, влияющих на причину появления теневой экономики и позволяющих оценить и спрогнозировать направление ее изменения. Предмет – система экономических отношений, влияющих на динамику уровня теневой экономики. Объект – неформальная (некриминальная) экономика (рис.1).



Рис. 1. Виды теневой экономики [1]

Исследование предполагает использование структурного подхода, включающего метод экспертных оценок, экономико-статистического анализа и эконометрического моделирования.

Изучению теневой экономики посвящены труды отечественных и зарубежных авторов, которые исследуют различные факторы, влияющие на формирование теневой экономики: Гутман П. (1977) [2] - соотношение наличности и банковских депозитов, Кауфман Д., Портес А., Кэлиберда А. (1996) [3] – общее потребление электроэнергии в экономике, Силаева С.А. (2001) [4] – скорректированные показатели денежной массы и денежных агрегатов, Шнайдер Ф. (2002) [5], Морозова Н.О. (2009) [6] – увеличение бремени налогов и взносов на социальное страхование и т.д. Общие подходы к определению факторов, отражающих закономерности в оценке уровня теневой экономики к настоящему времени не сформированы. Также нет единства и в оценке эффективности методов, применяемых при анализе теневой экономики.

Особенности механизмов функционирования российской экономики позволяют предположить, что на уровень ее теневой составляющей преимущественно влияют такие факторы, как доля наличных денег в обращении, доля трудоспособного населения в общей численности активного населения, недостача по начислению НДС.

Зависимость уровня теневой экономики от размера наличного обращения очевидна. Так, например, в 2011 году в Великобритании, Германии, США, в которых наличные среднестатистические денежные средства значительно уступали безналичным, составляющим 200-350 платежей, уровень теневой экономики

оценивался меньше 15% от ВВП. Противоположной была ситуация в Болгарии и Румынии, в которых преобладающий вес имела доля наличных денег, в то время как безналичные расчеты составляли на одного человека всего около 50 платежей. Масштаб теневой деятельности в таких странах превышал 30% от ВВП. [7] Сложность контролирования оборота платежей наличными государством влечет за собой появление нелегальных сделок, заработной платы «в конверте» и т.д. Отсюда увеличение доли наличных денежных средств должно быть прямо пропорционально увеличению уровня теневой экономики.

Из рисунка 4 видно, что размер наличных денег в обращении имеет общую тенденцию к росту за период с 2010 по 2016 гг.

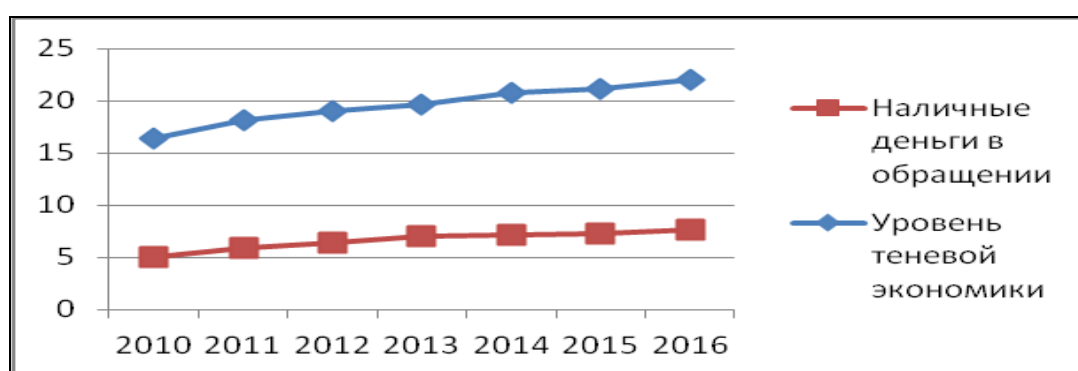


Рис. 4. Динамика зависимости уровня теневой экономики от количества наличных денег в обращении за период 2010-2016 гг. [8]

Доля работающего населения в общей сумме активного населения в России также является показателем, посредством которого можно оценить уровень теневой экономики: чем выше доля официально работающего населения, тем ниже уровень «серой» заработной платы, а, следовательно, тем выше доля поступлений от НДФЛ в бюджетную систему.

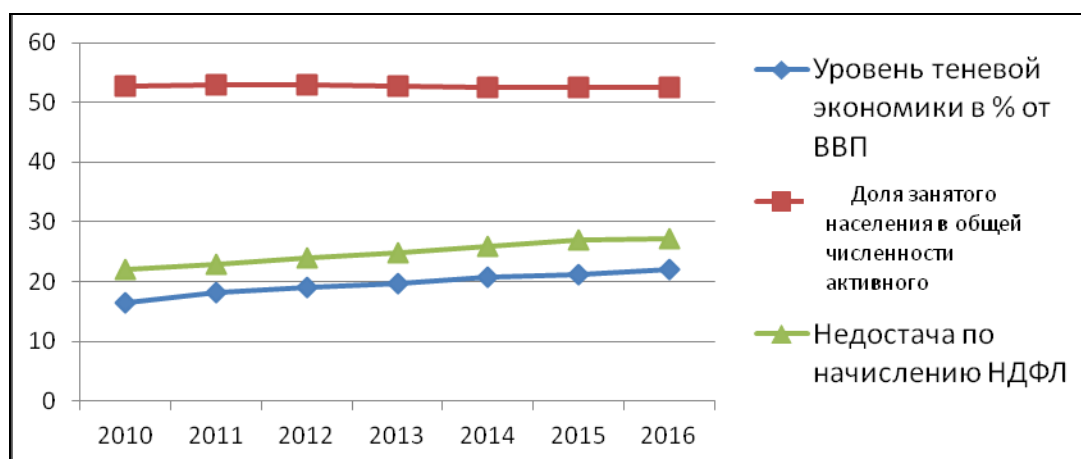


Рис. 5 Динамика зависимости уровня теневой экономики от доли работающих в общей сумме активного населения и от величины поступлений НДФЛ в бюджетную систему за период 2010-2016 гг. [8]

Отмечается увеличение недостачи начисляемого государством НДФЛ. Отсюда предполагается фактическое разрастание теневого сектора. По экономическому смыслу, рассмотренные показатели должны коррелировать с уровнем теневой экономики.

Для оценки степени влияния рассмотренных факторов на уровень теневой экономики используем корреляционно-регрессионный анализ. Строится модель зависимости уровня теневой экономики (Y) и количества наличных денег в обращении (X) с учетом данных, представленных на рисунке 4. коэффициент детерминации $R^2 = 0,97$. Отсюда следует, что фактор Y описывается с помощью модели на 97%. Значение t -критерия Стьюдента равно 13,7 (>2), что свидетельствует о значимости фактора X для исследуемого Y . Степень связи между факторами позволяет установить мультиколлинеарность. Коэффициент корреляции $r = 0,99$ ($|r| > 0.75$). Отсюда зависимость между факторами очень сильная и прямая. Модель зависимости уровня теневой экономики и доли трудоспособного населения построена по тому же принципу. С помощью фактора «доля активного населения» модель описывается на 57% ($R^2=0,57$) t -Коэффициент Стьюдента = -2,6. Фактор X (доля активного населения к общей численности населения) значим для Y (уровень теневой экономики). Значение корреляции - $r = -0,75$. Зависимость "сильная" и обратная, получается, что в большинстве случаев при увеличении уровня теневой экономики доля активного населения снижается. Данная модель подтверждает выдвинутое предположение.

Наконец, исследуется модель зависимости уровня теневой экономики от величины начисленного НДФЛ. Фактор "уровень теневой экономики" (Y) описывается благодаря фактору "недостача по начисленному НДФЛ" (X) на 98%. Коэффициент t -статистика равен 14,1 (>2), что однозначно свидетельствует о значимости X для Y . Величина корреляции $r = 0,99$ фиксирует прямую зависимость между факторами. Предполагаем, что построенная модель достоверна, и по экономическому смыслу, и по эконометрическим показателям. Данное предположение подтверждается проведенными расчетами и проведенным анализом при выборе фактора X . Если бы планируемая сумма собираемого за год НДФЛ сравнивалась с поступившим за этот период времени

НДФЛ, то данное соотношение было бы неверно, так как в нем не учитывалась официальная задолженность, которую рано или поздно бюджет бы восполнил.

Исследования зависимости между уровнем теневой экономики и факторами, определяющими ее причину является объективно сложным процессом из-за сложности учета всех воздействующих факторов. Однако, проведенные исследования выявили динамическую зависимость между рядом показателей из официальных источников и уровнем теневой экономики в России, что делает возможным осуществить экстраполяционное прогнозирование уровня теневой экономики. Построение двухфакторных моделей обеспечивает количественное обоснование их достоверности.

Перспективность данного исследования заключается в возможности построения многофакторной модели для оценки интегрального воздействия совокупности факторов на уровень теневой экономики и прогнозирования его дальнейшего изменения с целью выявления приоритетов государственной политики, направленной на сокращение теневой составляющей российской экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бокун, Н. Проблемы статистической оценки теневой экономики / Н. Бокун, И. Кулибаба // *Вопр. Статистики*. 1997. № 7. С. 11–19.
2. Gutmann P. The subterranean economy // *Financial Analysts Journal*. 1977. Vol. 33.
3. Kaufmann D., Kaliberda A. Integrating the Unofficial Economy into Dynamics of Post-Socialist Economies: A framework for Analysis and Evidence // *Development Discussion Paper № 558*. Harvard Institute for International Development. 1996.
4. Силаева С.А. Статистические методы оценки масштабов теневой экономики в Российской Федерации / Автореферат дисс. на соиск. уч. степ. к.э.н. С.-Петербург, 2001.
5. Шнайдер Фридрих, Эрнст Доминик. Скрываясь в тени: Рост подпольной экономики // *Вопросы экономики*. №30, 2002. С. 1–15.
6. Морозова Н.О. Метод измерения теневой экономики, образованной в результате изменения налогов и субсидий: применение концепции излишков // *Экономический вестник Ростовского государственного университета*. 2009. №1 (7). С. 58-66.
7. Электронный ресурс: <https://www.nnov.kp.ru/daily>
8. Электронный ресурс: <http://www.gks.ru>

ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА РФ, ПРОБЛЕМЫ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Соколова Д.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Параметры современного экономического состояния Российской Федерации значительно отличаются от существовавших десять лет назад. К числу наиболее острых проблем относится отсутствие определенности по вопросу о будущем развитии экономики в условиях внешнего санкционного давления. Осложнение положения страны вызывает необходимость принятия государством решений, определяющих пути стабилизации и развития экономики.

Вектор проводимой сегодня в стране финансовой политики задан соответствующим планом на 2016-2018 гг. Разработка данного плана основывалась на особенностях распределения бюджетных средств в предшествующем периоде.

Определение основных направлений для концентрации усилий по совершенствованию финансовой политики в 2016-2018 гг. основывалось на прогнозных оценках развития экономической и социальной сферы по каждому региону и государству в целом.

В качестве ключевой задачи государства сегодня определено снижение объемов расходов на отрасли экономики, не демонстрирующие должной эффективности, за счет чего планируется обеспечить рост эффективности использования бюджетных средств.

Ухудшившаяся в сравнении с предшествующим периодом макроэкономическая ситуация отразилась на источниках доходов, что привело к сокращению объема доходных поступлений (табл.1). Доля нефтегазовых доходов в объеме ВВП сократилась, что было вызвано стагнацией экспорта нефти и газа. Под влиянием данного процесса на протяжении 2014–2016 гг. доходы федерального бюджета демонстрировали снижение. Не нефтегазовые доходы федерального бюджета, а также консолидированные бюджеты регионов и внебюджетные фонды в части формирования доходов критически зависят от динамики развития экономики страны, которая на данный момент недостаточно позитивна.

Таблица 1 - Доходы бюджетной системы РФ, % к ВВП [4]

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016
Доходы, всего, %	37,3	35,7	35,7	35,5	35,6
Федеральный бюджет, %	20,5	19,1	18,5	18,3	18,3
Нефтегазовые, %	10,3	9,5	8,9	8,6	7,9
Не нефтегазовые, %	10,2	9,6	9,6	9,7	10,4
Бюджеты гос. внебюджетных фондов, %	11,9	11,8	11,0	11,5	11,4
Консолидированные бюджеты субъектов РФ, %	12,9	12,1	12,1	12,0	12,0
ТФОМС, %	1,4	1,5	1,6	1,8	1,7

При этом санкции, действующие применительно не только к определенным компаниям или конкретным лицам, но и к экономике Российской Федерации в целом, несут потенциал дальнейшего ослабления экономики страны, поскольку они существенно ограничивают возможности доступа на мировые рынки капиталов и к современным технологиям, что сужает возможности возвращения экономики на траекторию роста.

Указанные условия предопределяют приоритетную ориентацию на внутренние источники финансирования экономического развития. В этой связи финансовая политика нуждается в существенной корректировке. «Требуется целевая системная политика по формированию и управлению денежными ресурсами в экономике, которая в первую очередь должна опираться на внутренние источники и механизмы создания ресурсов, что особенно важно в условиях глобальной нестабильности. Внешние источники финансирования необходимо постепенно заместить внутренними» [2]. Поскольку санкции в значительной степени связаны с ограничением доступа на рынки заемного финансирования (как кредитного, так и за счет размещения ценных бумаг), необходима активизация внутренних механизмов формирования денежных ресурсов, способных компенсировать сокращающиеся объемы финансирования из внешних источников.

Банком России были предприняты меры по повышению устойчивости процентных ставок с одновременным ослаблением контроля за стабильностью валютного курса. Следствием этого явился рост ставок по кредитам, предоставляемым реальному сектору. При этом руководство Банка России учитывает наличие указанных причинно-следственных связей, отмечая, что причиной роста ставок является повышение ключевой ставки на фоне снижения доступности и удорожания заимствований на внешних рынках.

Следует обратить внимание на нетрадиционный подход, выражающийся в ужесточении регулятором внутренних условий финансирования в условиях

сокращения возможностей привлечения средств с международных рынков. Санкционные ограничения сами по себе осложняют привлечение средств, однако если они дополнительно сопровождаются более жестким регулированием внутри страны, экономические агенты попадают под двойное давление. Определение сроков пересмотра процентной ставки - прерогатива центральных банков. Так, регулирование ставки в США осуществляет Федеральный комитет по открытым рынкам (FOMC), заседания которого привлекают внимание финансистов всего мира. Определение денежно-кредитного курса традиционно осуществляется специальными комитетами национальных центральных банков в начале каждого финансового года, с возможностью последующего изменения курсовой политики.

В основе финансовой политики различных государств лежат различные доктринальные подходы к государственному регулированию экономики. С учетом того, в какой фазе экономического цикла находится экономика страны (в фазе экономического спада, депрессии, стагнации, активизации, экономического роста) - используется сдерживающая либо стимулирующая (стабилизационная) финансовая политика. Банк России проводил сдерживающую политику и до того, как против Российской Федерации были введены санкции.

В условиях действия санкций требуется более активное применение бюджетных механизмов, позволяющих стимулировать экономический рост. Обеспечить рост экономики можно в случае, если появится возможность привлечь дополнительные финансовые ресурсы. Если ранее финансирование отечественной экономики в существенной мере обеспечивалось за счет привлечения средств с международных рынков, то сегодня - в условиях, когда доступ к ним фактически закрыт - необходимо изыскивать возможности для использования внутренних источников финансовых ресурсов.

Плановые параметры российского бюджета 2018 г. предполагают наличие дефицита, покрытие которого должно быть обеспечено средствами из внутренних источников финансирования. При этом внешние источники, согласно плановым ориентирам, должны обеспечить ежегодное поступление в размере 7 млрд долл. Реализовать подобные планы затруднительно; подобные показатели привлечения внешнего финансирования были возможны в период до введения санкций. Кроме того, размещение и погашение государственных ценных бумаг на внутреннем рынке в 2018 г. приведет к отрицательному итоговому результату в виде привлечения с рынка средств в объеме 1,2 трлн. руб. Возможный вариант действий, исключающий подобное развитие событий,

предполагает размещение гособлигаций, при котором Банк России выступит как покупатель (данная схема характерна для зрелых финансовых систем). За счет покупки гособлигаций Банком России ликвидность сохраняется на рынке, расширяется рынок государственных ценных бумаг, появляется возможность использовать средства для реализации проектов, являющихся приоритетными для экономики [3].

Таким образом, нынешняя система финансовой политики страны требует четкого контроля и координации, создания действующей стратегии. Такие стратегии уже составляются всеми муниципальными органами регионов и городов. Для эффективного ведения такой политики, необходимо совершенствовать механизмы финансового обеспечения работы всех государственных организаций. Россия довольно заметно отстает от других стран по ключевым параметрам. В условиях санкций, необходимо более результативно использовать бюджетные механизмы в целях стимулирования экономического роста. В целом, можно сделать вывод, очевидно, что развитие экономики должно базироваться на привлечении дополнительных финансовых ресурсов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Букина И.С. Макроэкономическая ситуация и денежно-финансовая политика в России (научный доклад). – М.: Институт экономики РАН, 2016. – с.14.
2. Ибрагимова Д.А. Оценка качества финансового менеджмента на региональном уровне / Рябичева О.И. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2017. № 6-1. С. 183-186.
3. Петрушина В.В. Оценка использования материально-технических ресурсов предприятий АПК Курской области // Региональная экономика: теория и практика. 2016.- № 12. - С. 125-127.
4. Соляникова С.П. Управление государственными финансами: заявленные принципы и реальность // Экономист. 2014. №4 С.44.
5. Электронный ресурс: <http://economy.gov.ru/minec/main>
6. Электронный ресурс: <https://www.minfin.ru/ru/>

ОСОБЕННОСТИ ТРЕХГОДИЧНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Титова М.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Бюджет как главный финансовый план доходов и расходов региона является важнейшим показателем его развития.

Планирование бюджета Нижегородской области в частности осуществляется в соответствии с общими особенностями формирования бюджетов РФ. В нормативных актах региона ежегодно публикуются порядок и методика планирования бюджетных ассигнований, а также подробный план по формированию доходов и расходов.

Начиная с 2014 года, в Нижегородской области осуществляется планирование бюджета на трехгодичный период. [1,3]

Данная особенность формирования регионального бюджета имеет бесспорные преимущества. Так, например, переход к трехлетнему планированию бюджета способствует его превращению в эффективный инструмент решения стратегических программ социально-экономического развития региона. Также такое планирование позволяет заранее распланировать финансовые ресурсы, дает возможность для принятия длительных бюджетных обязательств, заключения долгосрочных контрактов, оплачиваемых за счет бюджетных средств.

При всем этом утверждение проекта бюджета на три года не предполагает запрета корректировок его параметров, т.е. уточнения в бюджет могут вноситься в любой момент, в соответствии со статьями Бюджетного Кодекса Российской Федерации. Данная оговорка имеет не только положительный момент, но и заставляет задуматься о последствиях такого неопределенного процесса внесения корректировок.

В Нижегородской области на законодательном уровне установлено, что внесения изменений в закон о бюджете региона на очередной финансовый год и плановый период имеют право на существование, т.е. в закон о бюджете региона могут вноситься уточнения и корректировки. Однако четко прописанных сроков, ограничений количества вносимых корректировок в нормативно-правовых актах не наблюдается. Это означает, что участники бюджетного процесса, уполномоченные вносить изменения в бюджет области, могут уточнять и корректировать бюджет неограниченное количество раз.

Так, например, можно увидеть, что бюджет Нижегородской области часто уточняется: в 2014 году к первоначальному проекту бюджета на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов было внесено еще 12 уточнений; в 2015 году-12 уточнений; в 2016 году-10 уточнений; в 2017 году за 9 месяцев внесено уже 8 уточнений. При этом изменения могли вноситься как 1 раз в месяц, так и

3 раза в месяц в некоторые годы.[4,5] Это еще раз доказывает, что правила внесения корректировок в бюджет не регламентированы.

Теперь необходимо более наглядно рассмотреть некоторые параметры бюджетов за разные периоды времени. При этом необходимо учесть, что уточненный план составляется в конце отчетного года, так что его данные можно считать близкими к фактическому исполнению бюджета.

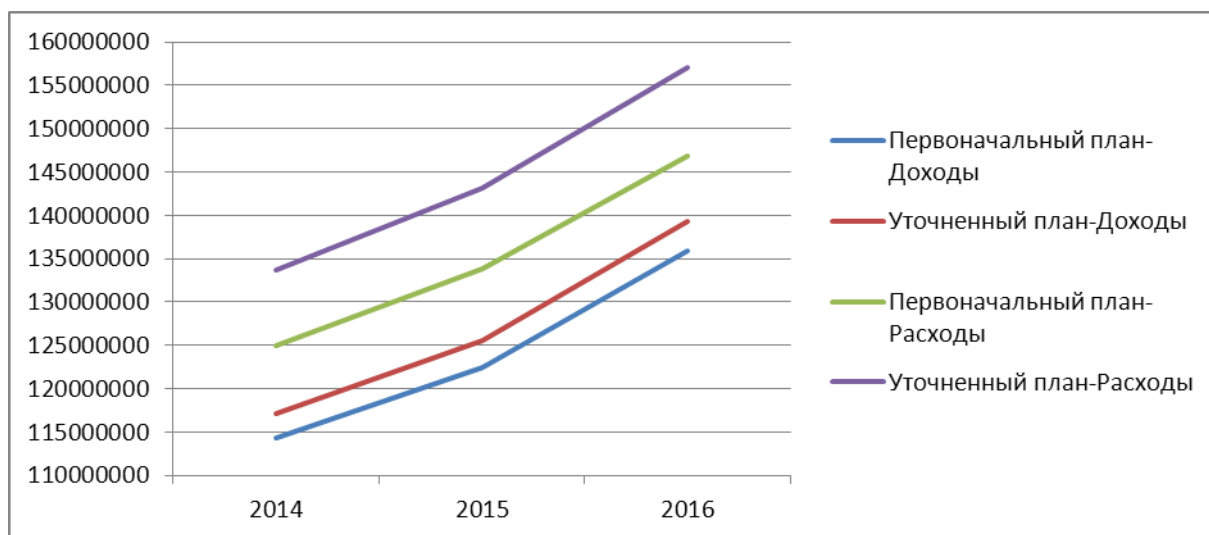


Рис.1 Планируемые доходы и расходы бюджета на 2014-2016 гг.

Наблюдая за динамикой плановых доходов на 2014, 2015 и 2016 годы, можно увидеть, что планировался резкий рост доходов и он действительно происходил, судя по тому, что и уточненный план возрос. Однако расходы за тот же период росли в гораздо большей степени, чем ожидалось (см.рис.1).

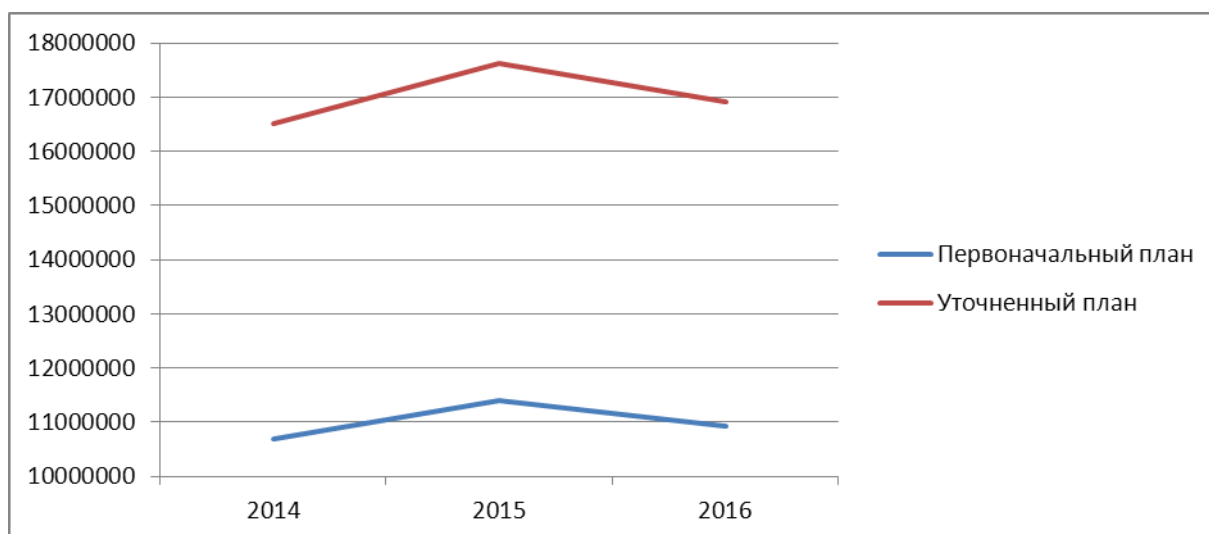


Рис. 2 Планируемый дефицит бюджета на 2014-2016 гг.

В связи с этим и уточненный план по дефициту бюджета оказался гораздо больше запланированного изначально (см.рис.2).

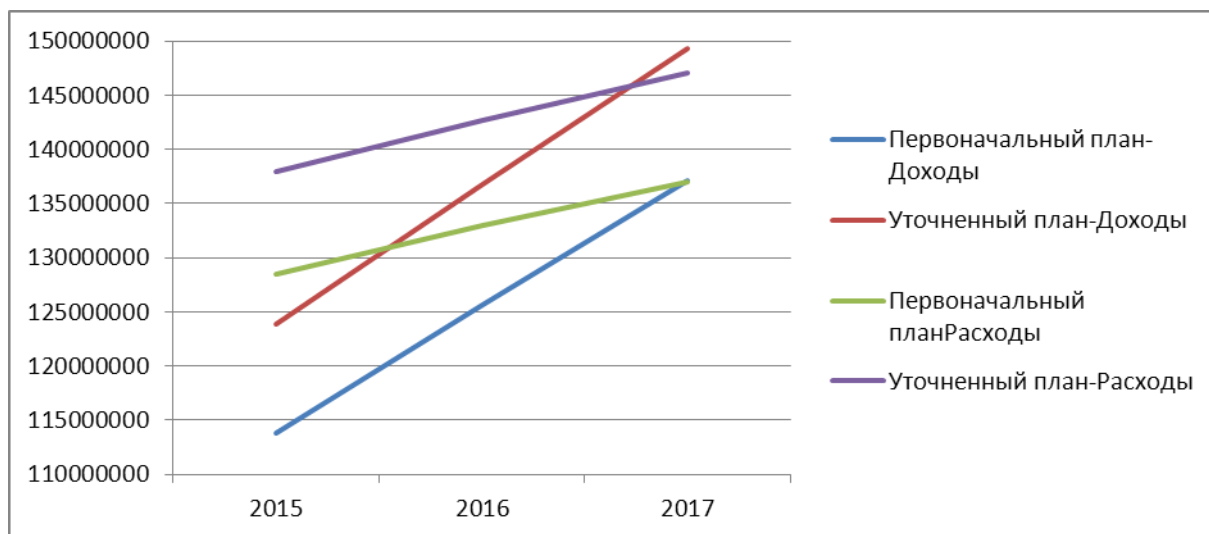


Рис. 3 Планируемые доходы и расходы бюджета на 2015-2017 гг.

Следующий плановый период (2015-2017 гг.) демонстрирует сильное отличие уточненного плана по доходам и расходам от первоначального (см. рис.3).

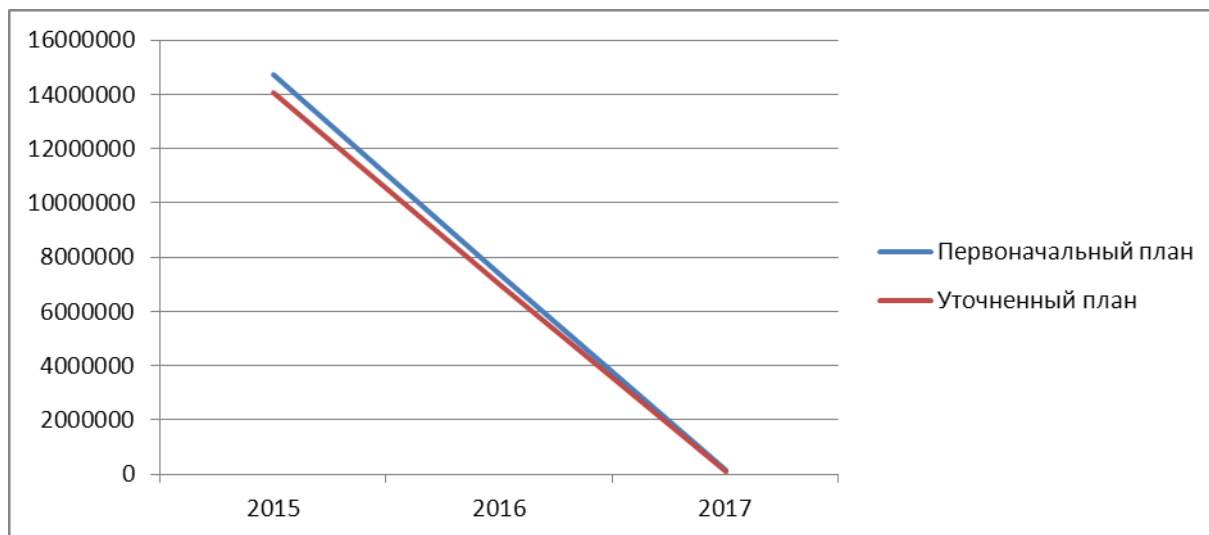


Рис.4 Планируемый дефицит/профицит бюджета на 2015-2017 гг.

При этом планируемый дефицит и профицит бюджета оказался очень близок к реальности (см.рис.4).

В результате принятия федерального закона №273-ФЗ от 30.09.2015 бюджет Нижегородской области на 2016 год планировался только на отчетный год. Поэтому 2016 год не рассматривается [2].

Следующий плановый период-это 2017, 2018 и 2019 годы. (см.рис.5, 6) В связи с тем, что 2017 год еще не закончился, нельзя в полной мере оценить рациональность трехгодичного планирования на данный период. Однако уже сейчас можно заметить, что количество внесенных уточнений к первоначальному плану достаточно велико.

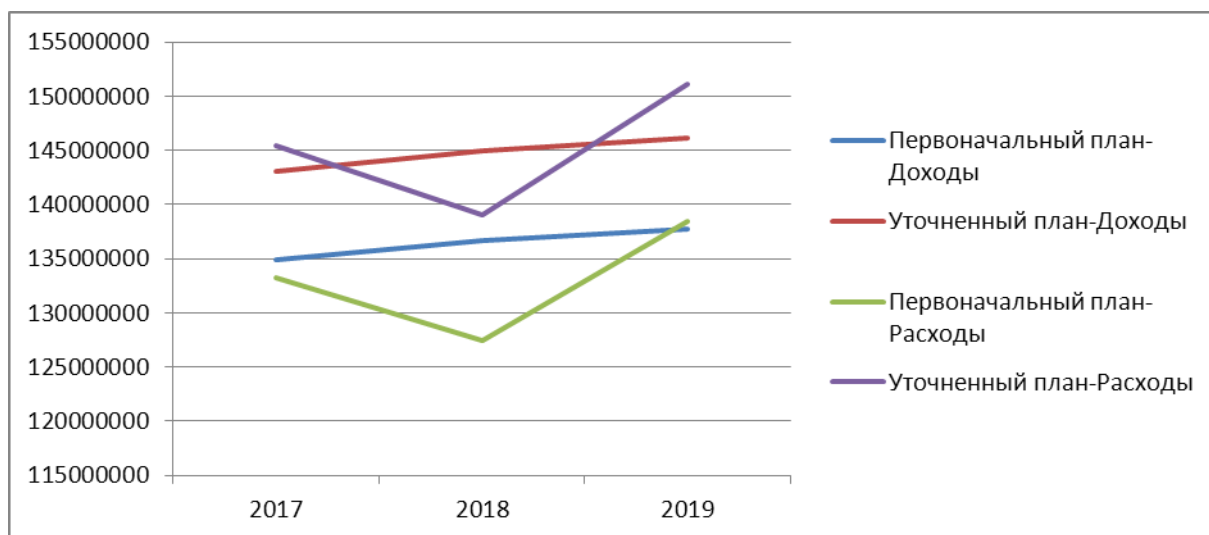


Рис. 5 Планируемые доходы бюджета на 2017-2019 гг.

Уточненный план по доходам и расходам, как и в предыдущие периоды, заметно отличается от первоначального плана, несмотря на то, что это еще не окончательная версия уточнений бюджета.

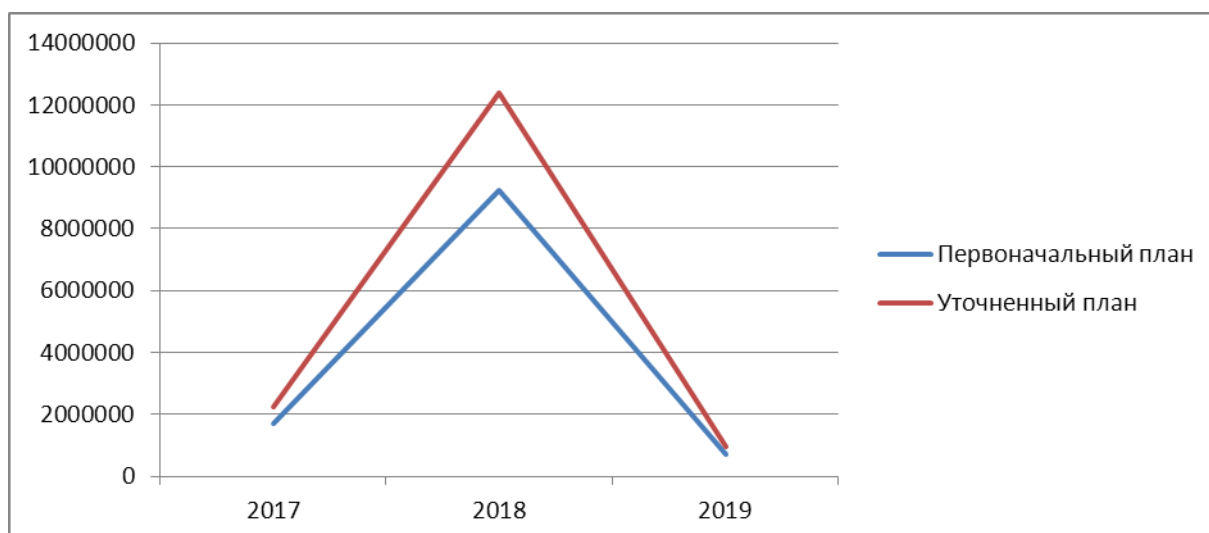


Рис.6 Планируемый дефицит/профицит бюджета на 2017-2019 гг.

Уточненный план дефицита/профицита бюджета также имеет отличия от первоначального плана.

В результате видно, что уточненные планы за разные периоды и по разным показателям сильно отличаются от первоначально запланированных данных.

В связи с этим, сложно говорить о достоверности бюджета области, об эффективности данного метода планирования бюджета на 3 года. Итоговые данные по исполнению бюджета, а также последние принимаемые уточнения достаточно сильно отличаются от первоначально запланированных данных. Это может означать нерациональность принятого метода планирования бюджета. Ведь составлять план на 1 год уже достаточно проблематично, а на последующие 2 года намного сложнее, т.к. сложно просчитать, как будет складываться экономическая ситуация в течение трех лет.

Хорошим примером для нашей страны является 2014 год, когда зарубежные страны начали вводить санкции против России и импорт товаров в нашу страну сократился, цены на нефть резко упали. В связи с этим доходы и расходы федерального бюджета подверглись срочным корректировкам, а в результате были пересмотрены и средства, выделяемые на межбюджетные трансферты.

Таким образом, возникает вопрос о несовершенстве принятого метода трехгодичного планирования бюджета региона. В современном постоянно меняющемся мире сложно предположить, какие глобальные изменения могут произойти, и как они могут повлиять на экономическое развитие отдельно взятой страны. Поэтому метод трехгодичного планирования бюджета рациональнее использовать при условии более стабильной экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 30.09.2017)
2. Федеральный закон от 30.09.2015 N 273-ФЗ "Об особенностях составления и утверждения проектов бюджетов бюджетной системы РФ на 2016 год, о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ и признании утратившей силу статьи 3 ФЗ "О приостановлении действия отдельных положений БК РФ".
3. Закон «О бюджетном процессе в Нижегородской области» от 30 августа 2007 года (с изменениями на 21 декабря 2015 года).
4. Официальный сайт Министерства финансов Нижегородской области [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://mf.nnov.ru/>.
5. Официальный сайт Правительства Нижегородской области [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://government-nnov.ru/>.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Токарева Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Достаточно сложно представить, что долгосрочное существование и успешное развитие компании на рынке возможно без вложений в нее. Правила управления инвестиционным процессом обеспечивают эффективность вложений с точки зрения экономической целесообразности и оказывают влияние на достижение стратегических целей. Инвестиционная политика предприятия разрабатывается и утверждается именно для достижения этих целей.

Инвестиционная политика предприятия представляет собой часть общей финансовой стратегии предприятия, она заключается в выборе и реализации наиболее выгодных путей расширения и обновления активов в целях обеспечения основных направлений экономического развития хозяйствующего субъекта.

С помощью инвестиционной политики определяются цели и принципы инвестиционной деятельности компании, регламентируется процесс инвестиционного планирования, рассмотрения и финансирования проектов, а также взаимоотношения между подразделениями компании в рамках инвестиционного процесса.

Формирование инвестиционной политики — трудоемкий процесс, представляющий собой последовательность следующих этапов:

- 1) определение принципов управления инвестициями;
- 2) определение направлений инвестиций;
- 3) анализ факторов внешней и внутренней среды;
- 4) утверждение лимитов и источников финансирования;
- 5) разработка критериев принятия решения о финансировании;
- 6) контроль и анализ достижения целей инвестиций.

В результате применения вышеуказанного алгоритма формируется комплексный документ, благодаря которому обеспечивается эффективное управление инвестиционным процессом и удовлетворяются требования как собственника бизнеса, так и менеджмента компании.

Основными принципами инвестиционной политики являются [4]:

- 1) системность;
- 2) целенаправленность;

- 3) лидерство и ответственность;
- 4) комплексность;
- 5) эффективность.

Стоит отметить, что необходимость разработки инвестиционной стратегии предприятия определяется изменениями условий внешней и внутренней среды организации.

В настоящее время именно ориентация фирмы на стратегический менеджмент, а не на получение результатов в краткосрочной перспективе является главным условием формирования успешной инвестиционной политики предприятия [3].

Советские ученые выделяли в экономической литературе следующие цели, которые может преследовать предприятие в процессе осуществления хозяйственной деятельности:

- 1) производственно-технологические;
- 2) хозяйственно-экономические;
- 3) научно-технические;
- 4) социальные;
- 5) экологические.

Следует учитывать, что вышеназванные цели неравнозначны по своему значению в процессе формирования инвестиционной политики организации. Приоритетность той или иной цели определяется хозяйственным механизмом, экономической политикой и другими факторами. Например, в условиях административной экономической системы главное значение придавалось производственным целям ввиду осуществления директивного планирования, а вопросы технической политики и экономической эффективности занимали второстепенное положение.

В условиях механизма рыночной экономики предприятие самостоятельно определяет приоритетность тех или иных целей, исходя из условий конкретной ситуации и действующего хозяйственного механизма.

Таким образом, в современных экономических условиях каждое предприятие индивидуальным образом осуществляет постановку конкретных целей, их качественных и количественных характеристик, унифицированного и однозначного алгоритма не существует.

К сожалению, кризисное состояние отечественной экономики в настоящее время вынуждает предприятия применять на предприятии методы оперативного менеджмента — добиваться преимущественно краткосрочных

целей путем создания антикризисных программ, необходимых для выживания в условиях перестройки хозяйственного механизма [1].

В условиях рыночных отношений процесс формирования инвестиционной политики, опирающийся преимущественно на методы стратегического менеджмента в целях долгосрочного экономического развития, должен сегодня занять соответствующее место среди экономических инструментов предприятия.

В заключение стоит отметить, что направления инвестиций и инвестиционного менеджмента применяются в отечественной экономике относительно недавно. В отличие от зарубежных стран, эти направления находятся на стадии внедрения и активного применения во всех отраслях экономики нашей страны.

На сегодняшний день для осуществления инвестиционного менеджмента на предприятии существуют проверенные и действующие методические рекомендации, такие как бизнес-планирование, анализ эффективности капиталовложений, формирование новых бизнес-структур и другие. Освоение и применение подобных методик необходимо руководству любого предприятия, намеренного осуществлять инвестиционную деятельность [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кантор А.В. Процесс формирования инвестиционной политики предприятия / А.В. Кантор // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир. Сборник научных статей — с. 234-240.
2. Пономарева Е.А., Шувалов М.Э. Особенности результативного управления инвестиционным процессом / Е. А. Пономарева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук — 2016 — № 7-4 — с. 43-45.
3. Электронный ресурс: <https://psyera.ru/5565/ponyatie-investicionnoy-strategii-i-ee-rol-v-razvitii-predpriyatiya>
4. Электронный ресурс: <https://fd.ru/articles/158808-investitsionnaya-politika-predpriyatiya-kak-pravilno-sostavit>

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

О ПЕРСПЕКТИВАХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВПК РОССИИ

Антипов С.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

ВПК РФ - один из основных элементов государственно-политической системы страны, состоящий из трех взаимосвязанных компонентов: промышленно-экономического (оборонные отрасли и предприятия), военного (армия, министерство обороны, генералитет), государственно-политического (представители законодательной и исполнительной власти, политических партий и движений) с подчинением высшему государственному руководству [5]. Роль и значение ВПК определяются не только его основным целевым предназначением - созданием ВиВТ для оснащения ими Вооруженных Сил и других войск РФ, но и обеспечением поставок на мировой рынок продукции военного назначения в рамках ВТС с иностранными государствами. На мировом рынке это пока одна из немногих для России ниш, где она может конкурировать с ведущими мировыми производителями высокотехнологичной продукции [7]. Уникальные особенности ВПК заключаются в том, что он находится на стыке нескольких важнейших направлений: международной, военно-политической деятельности как внутри страны, так и за рубежом и, безусловно, торгово-экономической деятельности государства. Запрашиваемая и предлагаемая в его рамках продукция военного назначения (ПВН) непосредственно определяет уровень национальной безопасности государства, а в некоторых случаях и военно-политическую обстановку в целых регионах [3]. Этот аспект приобретает особое значение в связи с происходящими в мире сложными геополитическими и экономическими процессами, появлением новых центров влияния и систем безопасности. Сегодня в ВПК создается прочный фундамент, на котором стоит система межгосударственных отношений, связанных с поставками вооружения и военной техники, военных

технологий, оказанием услуг военно-технического характера и осуществлением инвестиций в этих областях. Например, если говорить о странах-членах ВПК, то в последнее время наблюдается позитивная динамика развития взаимовыгодных экономических связей, в том числе, на межрегиональном уровне, как ключевого звена сотрудничества. Однако объемы взаимодействия в этой области еще далеко не в полной мере соответствуют возможностям наших стран и могут быть существенно увеличены. Необходимо энергичнее реализовывать потенциал инвестиционного сотрудничества, производственной кооперации в перспективных сегментах экономики, обеспечивая при этом взаимный режим наибольшего благоприятствования.

Следует отметить, что оборонная промышленность – это многопрофильная система предприятий, научно-исследовательских и конструкторских организаций, в которых сосредоточен мощный отряд научных кадров, высококвалифицированных рабочих и специалистов, созданы все условия для организации производства всего спектра современных, наукоемких и перспективных образцов вооружения, военной и специальной техники. Дальнейшее развитие оборонных отраслей промышленности откроет новые перспективы для взаимовыгодной производственной и научно-технической кооперации, совместных технических разработок и инновационных проектов, создания совместных предприятий и совершенствования других форм сотрудничества.

Интересы страны требуют приведения военно-промышленного комплекса России, производственных мощностей оборонных организаций и предприятий в соответствие с потребностями ожидаемого спроса на вооружение и военную технику для всех силовых структур и выполнением международных контрактов.

Роль и значение ВПК определяются не только его основным целевым назначением. За последние годы объем производства вооружения и военной техники (ВВТ) в общем выпуске продукции ВПК составляет лишь 20%. Тем не менее, оборонная промышленность в народнохозяйственном комплексе страны играет определяющую роль в развитии телевидения, радиовещания, средств связи, оптического приборостроения, электронной техники, машиностроения и ряде других важнейших областей, оказывающих значительное влияние на социально-экономическое развитие России в целом и во многом определяющих ее промышленно-технологический статус среди промышленно развитых государств мира. К числу факторов, положительно влияющих на динамику ВПК, относятся:

Развитие международного научно-технического сотрудничества. Эта тенденция приобретает в последнее время все более важный характер. Основной предпосылкой является постепенное включение РФ в международное разделение труда в области технологий. В целом, российской стороне, обладающей значительным потенциалом невостребованных фундаментальных исследований, выгодно развивать наработки в области опытно-конструкторских разработок со странами-контрагентами (турбовинтовые авиационные, газотурбинные вертолетные, дизельные двигатели, лазерное оборудование, сверхчистые полупроводниковые монокристаллы, вакуумная микроэлектроника, услуги по запуску спутников, и проч.).

Диверсификация. Это направление призвано уменьшить чувствительность оборонных предприятий к оборонному заказу государства и снизить их зависимость от конъюнктуры на мировом рынке вооружений. Диверсификацию в некотором случае можно рассматривать как альтернативу конверсии. Здесь предприятие получает возможность использовать финансовые возможности частного сектора для проведения НИОКР в военной области.

Горизонтальная интеграция. Вопрос о ее налаживании встал после распада СССР, когда обрушились производственные связи в сложном народнохозяйственном механизме. Россия потеряла от 1/5 до 1/4 мощностей по производству оружия, особенно компонентов и комплектующих узлов, оказавшихся за ее пределами. Ожидаемое повышение самостоятельности предприятий оборонного комплекса, в первую очередь, выразится не только в стремлении избавиться от балласта непрофильных производств, но и в заинтересованности самих производителей в конкуренции между поставщиками и подрядчиками, поскольку это будет стимулировать повышение качества услуг и поставляемой продукции при одновременном снижении цен. В этом смысле санация крупных промышленных объектов и их расформирование представляется не столь уж катастрофичным, поскольку сокращение рабочих мест в результате ликвидации нижних ступеней производства стимулирует занятость в более конкурентоспособном мелком, частном секторе предприятий-контрагентов, способствуя улучшению воспроизводственной структуры промышленности и повышению ее эффективности. В перспективе горизонтальная интеграция на международном уровне будет стимулировать процесс интернационализации производства и образование крупных транснациональных корпораций, и, возможно, повлечет обращение к вертикальной интеграции для успешного регулирования.

Основными направлениями реформирования ВПК могут быть:

– оптимизация состава оборонных предприятий за счет концентрации государственного оборонного заказа на казенных заводах, объединение их по технологическим и кооперационным “цепочкам” в корпорации, холдинги и финансово-промышленные группы, центральные компании которых имели бы государственный оборонный заказ на уровне 75 – 80% производственной мощности, отвечающий критерию экономической рентабельности;

– существенное увеличение доли научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в оборонном заказе, обеспечение адресной поддержки базовых (критических) технологий, которые являются общими для многих видов ВВТ. Необходимо также активнее поддерживать создание технологий двойного назначения. Предприятия ВПК, реализующие такие технологии, целесообразно финансировать специальной строкой федерального бюджета или через президентские программы;

– направление технического перевооружения оборонных предприятий на рациональную диверсификацию производства, использование преимущественно гибких, легко перестраиваемых производств, исходя из того, что государственный оборонный заказ и в перспективе будет ориентирован на выпуск вооружения и военной техники, в основном, малыми сериями и не обеспечит определяющей загрузки производственных мощностей ВПК;

– привлечение в ВПК нетрадиционных источников финансирования;

– воссоздание на новой экономической основе системы долгосрочного программно-целевого развития ВВТ и соответствующего научно-производственного потенциала оборонных предприятий.

Все сказанное свидетельствует, что в ближайшее время следует ожидать качественно нового этапа в развитии военного сектора. Это будет следствием как новых требований к армии, задачам, стоящих перед ней, так и эволюции производительных сил в военной промышленности.

Для достижения конечной цели технологического развития ВПК, связанной с сохранением за Россией статуса одного из мировых лидеров в области военно-технического сотрудничества необходимо дополнительное решение следующих задач:

- эффективный выбор рыночных ниш для позиционирования военной и специальной техники (ВСВТ) российского производства;

- обеспечение конкурентоспособности по отношению к продукции иностранных производителей в выбранных нишах мирового рынка;

- завоевание технологического лидерства на относительно открытых зарубежных рынках;

- установление и обеспечение достижения целевых ориентиров продаж в соответствующих сегментах мирового рынка;
- реализация активной и гибкой политики продвижения продукции ВПК на экспорт.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

8. 1. Центр анализа мировой торговли оружием. Режим доступа: <http://www.armstrade.org>.
9. 2. Дмитриев М.А. Военно-техническое сотрудничество России с зарубежными государствами: достижения и проблемы // Оборонно-промышленный комплекс России: федер. справ., 2010. Т. 6. Режим доступа: <http://federalbook.ru/files/ОПК/Soderjanie/ОПК-6/IV/Dmitriev.pdf>.
10. 3. Зубович А.С. Россия на мировом рынке вооружений и военной техники в начале XXI века: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2010.
11. 4. Пыжьянова В. Свое иметь надо // Эксперт Урал., 2014. № 39.
12. 5. Барабанов В.А. Военно-промышленный комплекс России в конце XX века: проблемы и пути решения. М.: РИЦ «Альфа» МГОПУ, 2000.
13. 6. Военно-техническое сотрудничество России с иностранными государствами на рубеже веков / под ред. Степашина С.В. М.: Финансовый контроль, 2002.
14. 7. Горностаев Г.А., Горностаев А.Г. Международная научно-производственная кооперация оборонных предприятий: необходимость и задачи развития для России // Проблемы прогнозирования., 2001. № 4.
15. 8. Федеральная служба по военно-техническому сотрудничеству. Режим доступа: <http://www.fsvts.gov.ru>.
16. 9. Армейский вестник. Режим доступа: <http://army-news.ru>.

МАШИНОСТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ - ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Гордеев К.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Развитие любой страны неразрывно связано с технологическим уровнем в машиностроительной отрасли. На качество продукции всех отраслей влияет совершенство машин, приборов и оборудования, используемых работниками. От машиностроения главным образом зависит производительность труда, прогресс науки и техники, инновационно-технологическое обновление производства, удовлетворение конечного спроса населения на товары и услуги, создание материально-технической базы для обеспечения обороноспособности

страны, участие в международном разделении труда. Эту отрасль называют «фундаментом» промышленного производства во всем мире. Компании этой отрасли, расположенные во многих регионах РФ, значительно влияют на их социальные факторы и имеют тесные связи с производствами других сфер деятельности. Поэтому совершенствование отрасли машиностроения - необходимое условие экономической безопасности страны и обеспечения экономического роста. Индикатором экономической безопасности страны обычно считают долю обрабатывающих производств в структуре выпуска продукции по видам экономической деятельности не менее 70 процентов. Фактически это значение сейчас снизилось с 66% в 2007 г.[3] до 25,2% в 2016 г. [1]. Это в полтора-два раза ниже, чем в экономически развитых странах, где оно достигает 35-50%. Тревогу вызывает низкое значение доли высокотехнологичной продукции (см. таблицу и рис. ниже):

Страна	ВВП на одного занятого, тыс. долл.	Доля расходов на НИОКР в ВВП, %	Текущий индекс конкурентоспособности	Доля высокотехнологичной продукции в экспорте, %	Доля в мировом экспорте высокотехнологичного оборудования, %
США	73,1	2,64	2 ⁶	28,2	16,3
Китай	7,2	1,0	46	16,7	4,6
Германия	56,0	2,50	13 ⁷	15,3	4,8
Франция	56,5	2,20	27	19,4	3,4
Россия	18,0	1,24	70	3,1	0,2

Машиностроение в России имеет большие перспективы в развитии. Для этого оно располагает большим производственным, научно-техническим, интеллектуальным и ресурсным потенциалом. Потенциальным спросом на конкурентоспособную продукцию в России и за рубежом.

Однако в мировом масштабе Россия акцентирует свое внимание только в производстве вооружения и космической техники и зависит от импорта других разнообразных видов оборудования, машин и устройств. Большое влияние оказывает сырьевое, ориентированное на экспорт нефти и газа стратегическое направление экономики РФ (см. рис. 1).





Рисунок 1. Структура экспорта товаров и России

В связи с падением цен на углеводородное сырье доля нефтегазовой отрасли в доходах бюджета РФ в 2015-2016 годах заметно снизилась (с 32,6 % в 2014 г. до 22,4% в 2016г.) [2]. Машиностроительная отрасль является наиболее трудоемкой среди других. В 2005 г. обрабатывающие производства занимали первое место по количеству работников (около 12 млн. чел.) [1]. Среднегодовая численность занятых на обрабатывающих производствах снизилась с 17,4 % в 2005 г. до 14,3 % в 2016. Темпы **снижения** производительности труда в обрабатывающих производствах в процентах к предыдущему году такие: 106% в 2005 г. и 96,9% в 2016г [1].

Машиностроение имеет высокую долю в валовой добавленной стоимости среди других видов деятельности. Доля обрабатывающих производств в валовой добавленной стоимости России по видам экономической деятельности 13,7 % в 2016 г. [1]. (см. рис.2)



Рисунок 2. Структура валовой добавленной стоимости России

Предпосылки упадка машиностроения в значительной мере схожи с факторами кризиса других компаний. Но есть своеобразная отличительная черта, свойственная машиностроительным компаниям, которая усугубляет непростую ситуацию – это относительно низкая рентабельность производства. В 2005 г. она составляла 8,2% (в добывающей промышленности – 35,6%). Помимо этого имеют место высокий процент накладных, энергетических и материальных затрат, продолжительный цикл изготовления и низкий коэффициент оборачиваемости и, следовательно, недостаточность средств для оборота и инвестиций. У машиностроительных организаций имеется значительная потребность в дорогостоящем технологическом оборудовании, квалифицированных специалистах, инвестициях. Степень износа основных фондов обрабатывающих производств составила в 2016 г. 49,5%. Наблюдаются низкая собственная проектная деятельность, сокращения работников предприятий, работа в убыток, кредиторская и дебиторская задолженность, процедуры банкротства.

Инвестиции в машиностроительную отрасль, как правило, не такие привлекательные по сравнению с компаниями Российского ТЭК. Инвестиции в основной капитал в машиностроительной отрасли составляет 0,7%, в добывающей отрасли 19,4% [1]. Факторы, ограничивающие инвестиционную деятельность в России (см. рис. 3):



Рисунок 1. Факторы, ограничивающие инвестиционную деятельность

В структуре инвестиций, поступивших в Россию, большой объем составляет финансовая деятельность. Хорошо вкладывают средства в любые виды торговли. Иностранные инвесторы интересуются вложениями в добычу полезных ископаемых. Зарубежные предприниматели, инвестирующие в экономику РФ, понимают, что имеют риски потерь из-за высокого уровня коррупции и нецелевого использования инвестируемых средств, ухудшения экономической и политической ситуации в стране. В экономике наблюдается серьезный кризис. Ухудшение ситуации на международной арене, антироссийские санкции, резкое падение цен на нефть, рост инфляции, ослабление национальной валюты ухудшили развитие многих отраслей российской экономики. Прямые иностранные инвестиции в экономику России снизились с 50588 до 6478 млн. \$ США [1].

Машиностроение своим участием практически во всех сферах экономической деятельности выполняет такой набор разнообразных функций, которого не имеет ни одна другая отрасль (см. рис. 4)

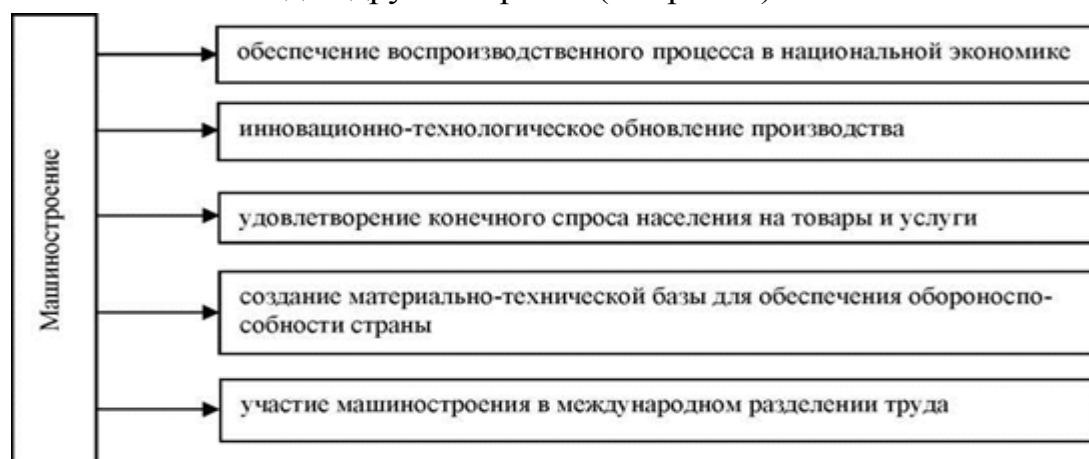


Рисунок 2. Функции машиностроения

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

17. «Россия в цифрах» Федеральная служба государственной статистики, 2017. Официальное издание
18. «Нефтяная отрасль России: итоги 2016 г. и перспективы на 2017-2018г.»
19. «План мероприятий по достижению количественных и качественных показателей, установленных на 2008 год для Министерства экономического развития и торговли РФ»

СОКРАЩЕНИЕ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ ТРУДЯЩИХСЯ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ПРОГРЕССА ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ

Зайкова И.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях глобализации мировой экономики, когда каждая страна является элементом единого целого, экономическое развитие отдельного государства зависит не только от внутренних, но и от внешних факторов. Очевидно, что экспортно-сырьевая основа экономики ведет к отставанию России в экономическом развитии по отношению к странам с доминированием обрабатывающих производств в международном разделении труда. Исходя из требований современных реалий, необходим прогресс обрабатывающих производств, за счет которого Россия сможет конкурировать с ведущими экономиками мира[1]. Учитывая значимость обрабатывающих производств не только для развития производственной сферы, но и для формирования материальной базы непроизводственной, необходимо определить, за счет чего возможно осуществить такой прогресс.

В условиях глобализации наличие высокотехнологичной продукции дает существенное преимущество в международной конкуренции[2]. Увеличение ее выпуска в России диктуется и стратегией импортозамещения.

При ограниченных возможностях государственного бюджета и снижении объемов иностранных инвестиций решать задачи импортозамещения приходится, главным образом, на уже имеющихся производственных мощностях. Производить же конкурентоспособную продукцию на оборудовании, созданном в значительной степени еще в советское время, проблематично[3]. Вот почему доля высокотехнологичной продукции России составляет 8-9%, что существенно уступает показателям ведущих стран мира[4,5].

Несмотря на отмеченные проблемы, только разрабатывая и внедряя передовые технологии в производственный процесс можно добиться конкурентоспособности отечественной продукции на международном рынке[6]. При этом следует принять во внимание, что технологический уклад шестого цикла в своей основе имеет взаимодействие нано, био- и информационных технологий¹. Целесообразно сконцентрировать имеющиеся ресурсы, в том числе в обрабатывающих производствах, реализуя стратегию опережающего развития.

Отмеченные технологии имеют наукоемкий характер. Только вкладывая существенные финансовые ресурсы в научные разработки, можно получить результат, способствующий прогрессу производства.[7] Сравнивая затраты на НИОКР России с ведущими зарубежными странами, можно увидеть ее отставание объемах финансирования данной сферы, которое, в конечном счете, оказывает негативное влияние на развитие экономики.

Важной тенденцией прогресса НИОКР за рубежом является то, что доля бизнес-структур в финансировании НИОКР преобладает над долей государства[8]. Ввиду ограниченности государственного бюджета достижение такого соотношения является актуальным и для развития отечественных НИОКР[9]. Привлечение частных инвестиций снижает нагрузку на государственный бюджет и одновременно способствует развитию науки.

Наряду с совершенствованием их технической базы прогресс обрабатывающих производств требует и развития занятых в них работников, что актуализирует проблему сокращения рабочего времени.

Целесообразность сокращения рабочего времени трудящихся обосновывалась в трудах таких великих экономистов, как Дж.М. Кейнс и К. Маркс. В своем знаменитом эссе «Экономические возможности для наших внуков», написанном в 1930 году, Дж.М. Кейнс сделал прогноз о сокращении продолжительности рабочей смены к 2030 году до 3 часов при общем повышении уровня жизни[10]. Прогноз базировался на анализе взаимосвязи увеличения общественного продукта и сокращении общих затрат труда в производстве как процессах, основанного на повышении производительности труда вследствие технологического прогресса. К.Маркс рассматривал сокращение рабочего и увеличение свободного времени как предпосылку для умственного и физического развития рабочих[11]. Опираясь на эти весомые аргументы, можно предположить, что сокращение рабочего времени трудящихся способствует прогрессу обрабатывающих производств.

Прежде всего, экономия труда, позволяющая сокращать рабочее время, представляет собой один из критериев развития обрабатывающих производств. Суммарный фонд рабочего времени в обрабатывающих производствах определяется уровнем производительности труда[12]. Повышение производительности ведет к уменьшению такого фонда при увеличении выпуска.

Во-вторых, сокращение времени трудящихся имеет ряд положительных эффектов оказывающих свое влияние, как на отдельного рабочего, так и на отрасль в целом. Высвобожденное от работы время каждый трудящийся может использовать для своего личностного развития, что в свою очередь скажется на уровне образованности и благосостояния общества[15]. Тенденция к модернизации производственных мощностей требует от рабочих соответствующей компетенции и знаний, которые они могут получить благодаря высвобожденному из производства времени. Повышение уровня образования также станет возможным при дуальном обучении, которое подразумевает под собой совмещение полученных теоретических знаний с их практическим применением. Данный способ обучения позволит подготовить специалистов, отвечающих запросам производства, наладить взаимодействие между учебными заведениями и ведущими предприятиями в отрасли, а так же стимулирует привлечение молодого поколения в производственную сферу[16]. Для полноценной замены возрастных работников в производстве необходимо около 30% молодого поколения рабочих. Сокращение рабочего времени трудящихся позволит создать благоприятную психологическую и физическую среду, что в свою очередь скажется на здоровье работников и продолжительности жизни[17,18]. Работа сверхнормы, стрессы, малоподвижный образ жизни в конечном итоге влияют на здоровье трудящихся[19,20]. Снижение концентрации и производительности труда противоречит тенденциям развития, намеченные главой государства. Учитывая вышеизложенное, встает вопрос: «какова должна быть оптимальная продолжительность рабочего дня?». Надо признать, что теория Дж.Кейнса о рабочих сменах по 3 часа к 2030 году является несбыточной. Однако, сокращение рабочего времени трудящихся очевидна. Введение рабочих смен по 6 часов с сохранением заработной платы должно стать основой прогресса обрабатывающих производств на современной этапе развития России. Примером внедрения данной идеи на практике может послужить автомобильный завод Тайота в шведском городе Гётеборг. На протяжении 15 лет, начиная с 2002 года, производство функционирует в режиме двух смен по

6 часов в дневное время с полной оплатой труда. По мнению руководства и трудящихся, работающих в Тайота Центре в Гётеборге, сокращение продолжительности рабочих смен повысило производительность труда и высвободило время для личностного развития.

Таким образом, подводя общий итог, можно отметить, что для прогресса обрабатывающих производств, которые являются основой экономического развития страны, помимо обновления технологического уклада и внедрения новейших технологий, важным является сокращение рабочего дня трудящихся. От того на сколько быстро придет осознание важности сокращения рабочего дня на производстве зависит развитие отраслей и экономики страны в целом. Повышение производительности труда, увеличение занятости трудящихся, снижение уровня безработицы, за этими экономическими показателями скрывается не менее важный положительный эффект, как развитие человеческого потенциала, способствующему улучшению уровня общественного благосостояния.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

20. 1. Миккульский К. Россия в поисках модели экономического роста/Общество и экономика, №3-4, 2017.С.:5-15
21. 2. Архипова М.Ю. Исследование влияния инновационной активности российских организаций на конкурентоспособность экономики // Russian Journal of Management.Scientific and practical journal. Volume 3, issue 1 (13), 2015, p. 16-25
22. 3. Черкасов М.Н.Проблемы инновационного развития экономики России/Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота №11(66), 2012.С.209-211
23. 4. С.Н.Сайфиева, Д.А. Ермилия. Российское машиностроение: состояние и тенденции//Институт проблем рынка РАН «Журнал «Экономист».-2012.С.32-43
24. 5. Архипова М.Ю., Александрова Е.А. Исследование характера связи инновационной и экспортной активности российских предприятий // Прикладная эконометрика №38(4), 2014, с. 88- 101.
25. 6. Дуброва Т.А., Ромашкина И.Н. Анализ состояния и тенденций развития малого предпринимательства в обрабатывающих производствах// Экономика и предпринимательство, 2014, №4 ч.2; с. 924-933
26. 7. Л.Миндели, С.Черных. Проблемы финансирования российской науки/ Общество и экономика №1,2009
27. 8. Борисоглебская Л.Н., Четвериков В.М., Лебедева Я.О. Инвестиции в НИОКР для инновационного развития в странах БРИКС/Инновации №11(181),2013, С.-66-73
28. 9. Бодрунов С.Д. Интеграция производства, науки и образования как основа реиндустриализации РФ/Мировая экономика и международные отношения,2015, №10,С.94-104.

29. 10. Keynes J. M. Economic Possibilities for our Grandchildren // Essays in Persuasion. N.Y.: W. W. Norton & Co, 1963. P. 358—373.
30. 11. К.Маркс. Капитал, т.1, гл.15
31. 12. Сокращение рабочего дня как основание современного экономического развития/ под ред. А.В. Золотова. - Спб.: изд-во Политехн. Ун-та, 2016.-198 с.
32. 13. Россия и мир:2016. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз/Рук. проекта- А.А. Дынкин, В.Г. Барановский.- М.: ИМЭМО РАН,2015.-147с.
33. 14. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2015 год/под ред. Л.м.Григорьева и С.Н. Бобылева- М.: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации,2015.-260с.
34. 15. Jon. C Messendgee, Sandheon Lee, Deirdre McCann. Working Time Around The World: Trends in working hours, laws, and Policies in a Global Comparative Perspective, Routledge, 2016, 240 p.
35. 16. Глазьев С.Ю., Фетисов Г.Г. О стратегии устойчивого развития экономики России/Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз №1(25).2013. С-23-35.
36. 17. John Pencavel. The productivity of Working Hours. IZA DP №8129, April 2014
37. 18. Harrington JM. Health effects of shift work and extended hours of work//Occupational and Environmental Medicine 2001;58:68-72.
38. 19. Звезда Н. В., Иванова Л. В. Ожидаемая продолжительность жизни в России и факторы, влияющие на нее // Вопросы статистики. 2015. № 7. С. 10-20.
39. 20. Петров А.Я. Рабочее время: фундаментальные аспекты трудового права//Право. Журнал Высшей школы экономики, №3,2012.С.81-93

СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ СОКРАЩЕНИЯ ОБЩЕГО ФОНДА ОТРАБОТАННОГО ВРЕМЕНИ В ПРОИЗВОДСТВЕ

Золотов С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современное общество – это общество, в котором роль знания, как никогда высока. Но что создает экономическую основу для развития системы образования? – Мы полагаем, что такой основой является прогресс производства, измеряемый не только растущим объемом продуктов, но и экономией труда.

Обеспечивая свои потребности в материальных благах, общество может развивать деятельность по оказанию услуг. В связи с этим целесообразно сопоставить объемы снижения затрат труда в производстве экономически

развитых стран, с одной стороны, и величину прироста рабочего времени в непроизводственной сфере, с другой.

Таблица 1.

Динамика затрат труда в производстве и сфере слуг в ряде экономически развитых стран за 1992-2007 гг. (здесь и далее для расчетов использовалась статистика OECD).

	Экономия (прирост) затрат труда в производстве, тыс. час	Прирост затрат труда в непроизводственной сфере, тыс. час
Германия	6767000	3711000
Италия	971449	4129420
Канада	-1135636	5970120
Корея	8157678	10359673
Франция	2584617	3990530
Швеция	215120	667830

Как видно из таблицы, Германия является единственной страной, в которой размеры снижения затрат труда в производстве превысили прирост затрат труда в непроизводственной сфере. Это означает, что общее время оплачиваемой деятельности в немецкой экономике снизилось. Следовательно, значительная часть экономии труда в производстве непосредственно использовалась для увеличения объемов деятельности в рамках свободного времени.

В остальных странах (за исключением Канады) величина сокращения затрат труда в производстве оказалась меньше размеров прироста трудовых затрат в сфере услуг, экономия производственного труда использовалась преимущественно для увеличения оплачиваемой деятельности в сфере услуг.

Хотя затраты труда в сфере производства Канады возросли, прирост затрат труда в непроизводственной сфере многократно опережал увеличение первых.

Таким образом, для современных экономически развитых стран являются закономерными экономия труда в производственной сфере и ее использование для прогресса сферы услуг, включая образование.

Увеличение затрат труда в образовании свидетельствует о создании благоприятных предпосылок для повышения образовательного уровня населения, для роста качества образовательной деятельности.

Таблица 2

Динамика затрат труда в образовании в ряде экономически развитых стран за 1992-2007 гг.

	Затраты труда в образовании тыс. час		Динамика затрат труда в образовании		Доля затрат труда в образовании в затратах труда в сфере услуг в %	
	1992 г.	2007 г.	тыс. час	%	1992 г.	2007 г.
Германия	2703000	3123000	420000	115,5	7,41	7,90
Италия	1891370	1973515	82145	104,3	7,16	6,42
Канада	1334514	1627509	292996	122,0	8,38	7,51
Корея	1656044	2654916	998872	160,3	6,31	7,82
Франция	1707675	1852653	144978	108,5	6,58	6,19
Швеция	556910	631070	74160	113,3	12,0	11,92

Будучи лидером по темпам роста затрат труда в сфере образования, Корея сумела увеличить долю этих затрат труда в сфере услуг, уступая в этом отношении к 2007 г. только Швеции и Германии.

Канада занимала второе место по темпам роста затрат труда в сфере образования. Вместе с тем этот рост отставал от прогресса сферы услуг в целом.

ФРГ увеличила затраты на образование на 15,5% за 15 лет и вышла в лидеры по доле затрат труда в образовании в затратах труда в сфере услуг.

В Швеции темпы роста затрат труда в образовании отставали, хотя и незначительно, от показателя ФРГ. И все же Швеция была и оставалась лидером по доле таких затрат в сфере услуг. Очень высокой была в этой стране и доля прироста затрат труда в образовании в общем объеме прироста услуг.

Темпы роста затрат труда в образовании во Франции были ниже, чем в странах-лидерах по данному показателю. Сказанное о Франции еще более справедливо по отношению к Италии.

Можно сделать вывод, что экономия труда в производственной сфере служит существенной предпосылкой для развития системы образования. Размеры такой экономии влияют на объемы затрат труда в образовании и на величину времени, которую члены общества могут посвятить образованию и самообразованию.

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ : ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Зотов А.В

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время в большинстве стран проводится политика протекционизма. Это является трудоемкой и ресурсоемкой работой, которая зависит от самой страны, а так же от факторов влияния и отношений с окружающим миром. Протекционизм является экономической системой, разработанной человечеством для развития промышленности и роста своего благосостояния. Важно понимать, что в условиях современного мира и развития технологий экономика государств берет курс на независимость от других стран, чтобы избавиться от рычагов внешнего давления и нужды в помощи соседей. Помочь в этом направлении способны методы импортозамещения и развития реального сектора экономики. Именно эти методы обеспечивают максимально быстрый и надежный подъем экономики отдельно взятого государства, ведь именно они помогают развивать сектора экономики и внутренний рынок отдельно взятого государства. Успех государства в политике протекционизма напрямую зависит не только от уровня его развития, но и от степени пригодности территорий, которые предназначены для удовлетворения всех факторов помогающих достичь нужного результата, достаточного количества ресурсов и их рациональное использование. Изучая эту тему считаем целесообразным вспомнить Русь в период раздробленности. Великие княжества развивая свою экономику пытались обособиться от своих соседей, не зависеть от них путем увеличения собственных средств производства и получения большего объема произведенной продукции, а так же делали упор на экспорт. Примерами подобной модели являются Владимиро-суздальское и Новгородское княжество. Владимиро-суздальское княжество имело благоприятное географическое положение, в лесах люди добывали пушнину, земля позволяла в большом количестве выращивать зерно из которого выпекали хлеб, было развито ремесленное дело, по территории проходило множество рек, судоходство которым способствовало интенсификации торговли. Очевидно, что эта территориальная единица имела все необходимое для импортозамещения. Ситуация в Новгородском княжестве обстояла иначе, прослеживается

зависимость территорий от определенных факторов. Княжество имело развитую политическую систему, велась выделка пушнины, добывали соли, мясо. Выгодное для торговли территориальное положение способствовало развитию экономики. Но ввиду того, что земля не позволяла производить достаточно зерна для производства хлеба, постоянным был риск производственной безопасности. Зерно приходилось закупать у Владимиро-суздальского княжества, что вызывало зависимость, это препятствовало становлению обособленным княжеством, ведь на него имелся рычаг воздействия. Заметим, что в Российской империи было большое число импортных изделий, но в месте с тем был очень масштабный экспорт что способствовало развитию экономики. Время не стоит на месте, развивается наука, промышленность, средства производства и способы производства. Многие государства стараются обособливаться, развивать свою экономику независимо от других стран. Рассмотрим пример Советской России. Период с 1928 по 1990 год предлагаем разделить на предвоенное и послевоенное время. В предвоенное время было проведено 3 пятилетки, влияние их на рост экономических темпов было решающим. В первую пятилетку в 3 раза выросло производство изделий тяжёлой промышленности и в 20 раз - машиностроения, была ликвидирована безработица, а так же были образованы Магнитогорский металлургический комбинат, Днепро ГЭС, угольные шахты в Донбассе и Кузбассе. В период второй пятилетки наблюдался значительный рост национального дохода и увеличены темпы промышленного производства (в 2 раза) по сравнению с 1913 годом, сельского хозяйства - в 1.5 раза, были построены Урало-Кузбасс — вторая угольно-металлургическая база страны, судоходный канал "Москва - Волга". Третья пятилетка пришлась на начало войны что неизбежно повлекло за собой большие экономические потери, вместе с тем значительное развитие получил военно-промышленный комплекс, тяжёлая промышленность. За рассматриваемые 14 лет Советская Россия достигла небывалого подъема в реальном секторе экономики и почти полностью обеспечила экономическую независимость от влияния извне. Встала в один ряд с ведущими мировыми промышленными державами. Восстановление советской экономики в послевоенные годы потребовало мобилизации производств и человеческих ресурсов, благодаря чему к 1948 году был достигнут уровень довоенного развития экономики. Вновь после войны отстроены Днепро ГЭС, электростанции Донбасса, Северного Кавказа. Дальнейшая экономическая политика была направлена на повышение уровня национального дохода и объёма выпуска промышленной продукции. В

последующие годы курс поддержки реального сектора экономики был направлен на повышение капиталовложений не только в тяжёлую, но и в лёгкую промышленность, а также в сельское хозяйство, повышение национального дохода и развитие науки. Рост числа основных производственных фондов составил 94 %, национальный доход вырос на 62 %, валовая продукция промышленности на 65 %, нац. доход вырос на 44 %, объём промышленности - на 54 %. Эти показатели указывали на способность страны производить свой товар независимо от других стран. В дальнейшем локомотивом экономического развития стал фактор добычи ресурсов. Была организована стройка нефтеперерабатывающих заводов в Западной Сибири, начато строительство нефтепроводов. Это в свою очередь повлекло значительное развитие химической промышленности, в результате чего длина газо- и нефтепроводов в СССР достигла 110 и 56 тыс. км соответственно.

Советский союз закрепил за собой позиции среди мировых экономических лидеров, сумев обеспечить политическую, экономическую и производственную независимость страны. На современном этапе развития, в условиях глобализации попытка заместить весь импорт - это утопия, особенно в условиях вхождения нашей страны в ВТО. Вместе с тем, очевидно, что проблема импортозамещения не должна решаться в ущерб качеству. Для успеха дальнейшей политики импортозамещения РФ необходима научно-обоснованная национальная программа, которую сейчас разрабатывает наше государство. Критерием устойчивого развития отечественной экономики должна стать её сбалансированность по экспорту, импорту и внутреннему производству и потреблению. Если доля импорта, какого-либо стратегически или социально важного товара в необходимом внутреннем потреблении превышает 20-25%, то возникает угроза для национальной и экономической безопасности так же это касается и перекоса в сторону чрезмерного развития экспорта. Очевидно, что в случае глубокого мирового финансово-экономического кризиса, различного рода форс-мажорных обстоятельств, более устойчивой является сбалансированная экономика, в которой как экспорт, так и импорт стратегически важной продукции не превышают четверти от национального производства. На данном подходе и следует базировать решение проблемы импортозамещения, поскольку сегодня РФ страна импортозависимая даже в стратегических и оборонных отраслях. Ключевыми проблемами влияющими на политику протекционизма являются:

- Отсутствие масштабной целевой господдержки экспорта, в результате чего производство экспортной и импортозамещающей продукции не

стимулируется должным образом, носит некоординированный характер и малоэффективно;

- Трудность кредитования производства и экспорта;
- Расположение многих полезных ископаемых в труднодоступных местах, что не позволяет эффективно их добывать (стоимость добычи больше стоимости их продажи);

- Недостаток высококвалифицированных рабочих кадров в сфере инженерии и науки;

- Малое количество залежей некоторых ископаемых (например бокситов алюминия), что в свою очередь заставляет закупать данные ресурсы у стран-соседей. Для успешного развития экспорта, импортозамещения и повышения конкурентоспособности отдельных отраслей отечественного стоит придерживаться следующих рекомендаций по их государственной поддержке:

- Принятие проработанного федерального закона о промышленной политике РФ;

- Разработка приоритетной федеральной целевой программы до 2030 г. развития экспорта, импортозамещения и повышения конкурентоспособности отечественного производства с учетом скоординированных региональных программ формирования кластеров на базе свободных мощностей и высоких технологий предприятий ОПК.

Реализующаяся в РФ политика протекционизма в настоящее время выходит на качественно новый уровень. Необходимость принятия подобного решения была продиктована конкуренцией с другими странами, а так же принятием этими странами анти-Российских санкций, которые сокращают возможность покупки импортных товаров. Нахождение страны в частичной экономической изоляции не является для России (СССР) Чем то новым и сверхъестественным. Безусловно подобные условия формируют как предпосылки для роста экономики, так и угрозы для ее устойчивости. То, с каким багажом Россия выйдет из этой ситуации напрямую зависит от качества государственного управления, и, в частности успешной реализации политики протекционизма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

40. Даниель Фридрих Лист “ Национальная система политической экономии” [1].1841. С 1-2,22-23.

41. Е. Г. Анимица, П. Е. Анимица , А. А. Глумов “ импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты” Для цитирования: Экономика региона. — 2015. — №3. — С. 160-165.

42. А.С.Орлов, В.А.Георгиев, Н.Г.Георгиева, Т.А.Сивохина “История России С древнейших времен до наших дней”. С 35-41,181-193,338-379,416-424,426-430,452-460.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЕМ

Константинова Е.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Образование неоспоримо является одной из важнейших составляющих нашей жизни. Однако, принимая во внимание то, что в связи с уровнем развития разных регионов, а также специфику их законодательства, можно с уверенностью сказать, что разница между уровнем образования даже соседних регионов может иметь колоссальные отличия. Исходя из этого, органы регионального управления вносят вопрос управления образованием в планы экономико-социального развития. Государство же, в свою очередь, свою политику в области науки направляет на повсеместное получение образования, улучшение его качества, для обеспечения высококвалифицированными специалистами реального сектора экономики. Для этого создаются максимально благоприятные условия для развития науки и ее поддержки кадровыми, материальными, информационными и финансовыми ресурсами. Данная система являет собой по сути попытку решения одной из важнейших проблем сферы образования – баланс между регулированием государством вопросов образовательной сферы и его невмешательством.

Исходя из этого, на данном этапе развития, формируется основа для развития сферы образования по пути инноваций. Однако, для того, чтобы это реализовать, необходимо решить ряд проблем, которые стоят на пути реформирования действующей образовательной системы:

- Несоответствие технологий обучения и содержания образования потребностям и запросам общественности
- Состояние здоровья обучающихся ввиду проблем с экологией в определенных регионах
- Доступность дошкольного образования ввиду нехватки мест в соответствующих учреждениях
- Низкий уровень образования в отдаленных сельских местностях ввиду нехватки, а зачастую, полного отсутствия квалифицированных специалистов

- Высокий износ материально-технического обеспечения образовательных учреждений
- Недостаточное оснащение учебными пособиями образовательных учреждений
- Отсутствие единой государственной программы поддержки проведения исследований молодых ученых

Если говорить об объективных причинах возникновения данных проблем, то стоит сказать, что на их возникновение очень сильно влияет процесс изменения требований к содержанию и качеству образования со стороны работодателей, инновации в экономике, информатизация общества.

Также стоит отметить ряд недостатков образовательной сферы, которые необходимо ликвидировать в максимально короткие сроки:

- Низкий финансовый норматив. Школы муниципального образования находятся на балансе муниципалитета, однако финансов на всех не хватает. Нередки случаи того, что образовательные учреждения вынуждены приобретать учебники за родительский счет
- Недостаточная материальная оснащенность кабинетов. Например, такие наглядные пособия, как плакаты или макеты во многих образовательных учреждениях находятся в состоянии критического износа. Также наличие в городе школ, которые нуждаются в капитальном ремонте. Стоит отметить, что налицо отсутствие в большинстве школ хороших условий учебной работы, по нормативам 2011 года
- Слабая подготовка учителей на курсах повышения квалификации. Эта проблема распространена и затрагивает не только интересы самих школ, но и родителей, поскольку каждый желает и имеет право дать своему ребенку качественное образование.
- Разный уровень подготовки детей к обучению в школе, в связи с тем, что не все проходят дошкольную подготовку. Данная проблема вытекает из следующего: в нашем городе очень мало учреждений дошкольного образования, многие из них имеют частный характер, что вынуждает родителей платить за возможность обеспечить ребенка

Таким образом, можно сделать вывод, что система образования нуждается не только в ее реформировании, но и в большем внимании со стороны муниципалитетов, в частности в вопросах финансирования. Ведь прежде чем что-то изменить к лучшему, нужно привести в надлежащее состояние то, что имеется.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Скобелкина Т.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Развитие малого предпринимательства в сельском хозяйстве – это проблема федерального уровня, так как без принятия соответствующих нормативных актов не предусматривается решение проблемы, путём создания механизмов его развития, в том числе на региональном уровне.

Основной целью работы является изучение предпринимательской деятельности в реальном секторе экономики, а именно в сельском хозяйстве, выявление проблем и перспектив конкурентного развития аграрного предпринимательства в России.

Выбранная тема является актуальной, так как глубина проблемы с точки зрения предпринимательского подхода к реформам в аграрной сфере в российской экономике недостаточна. В некоторых регионах страны многие организационно-экономические аспекты предпринимательства в сельском хозяйстве до сих пор не исследованы, не уточнены вопросы земельных отношений и собственности, нет чётких критериев отнесения к субъектам предпринимательства, отсутствует системный подход организации и развития поддержки малого предпринимательства на региональном уровне, недостаточно разработаны практические рекомендации по совершенствованию и развитию малого предпринимательства в новых условиях хозяйствования для конкретных регионов. Научный поиск совершенствования аграрного предпринимательства происходит методом проб и ошибок. В процессе реформирования сельского хозяйства возникла необходимость исследования проблемы формирования благоприятной предпринимательской среды и теоретического обоснования развития аграрного предпринимательства.

Современная проблема мировой экономики – дефицит экологически чистых и качественных продуктов. Это объясняется ростом производства генномодифицированных агрокультур и низким уровнем модернизации аграрного сектора. Развитие сельского хозяйства является наиболее значимым фактором обеспечения экономической безопасности, поэтому важнейшей задачей государства является создание условий для стабильного развития аграрного предпринимательства и агропромышленного комплекса.[2]

Предпринимательская деятельность получила особую значимость для организации и экономики сельского хозяйства. Данной теме посвящены работы известных учёных: Гайдук В.И., Грядова С.И., Захарьина В.Р., Карпусь Н.П.

Экономический потенциал аграрного сектора в России используется слабо. Это объясняется недостаточным вниманием со стороны государства к проблеме развития и стимулирования предпринимательской деятельности. Развал системы колхозов и совхозов, суровые климатические условия, отсутствие традиций аграрного предпринимательства, падение престижа ведения фермерских хозяйств являются причинами низкой предпринимательской активности в аграрном секторе экономики.

Политика государства по поддержке предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве включает комплекс мер. Это макроэкономическое государственное регулирование, которое оказывает косвенное воздействие на аграрный сектор, например, увеличение процентных ставок, валютное регулирование [1]. Ценовое регулирование, которое осуществляется посредством поддержки внутренних цен на продукцию аграрного сектора, государственных закупок сельскохозяйственной продукции. Реализация региональных программ поддержки агропромышленного комплекса, прямая поддержка сельскохозяйственных производителей в виде дотаций, компенсационных и страховых платежей. Финансовая помощь в виде льготного налогообложения, субсидирования выплат процентов по кредитам, страховых программ, компенсации издержек. [4] Содействие развитию агропродовольственного рынка и сельскохозяйственной инфраструктуры посредством выделения субсидий на хранение и транспортировку продукции сельского хозяйства, государственного финансирования целевых и рыночных программ. [3]

Развитие предпринимательской деятельности в аграрной сфере предполагает обеспечение улучшения качества жизни с учётом современных стандартов со стороны государства. Необходимо повысить ответственность руководителей органов власти регионального и муниципального уровней за повышение эффективности предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве.

Перспективными задачами являются:

1. анализ поддержки аграрного предпринимательства со стороны государства;

2. обоснование необходимости развития аграрного предпринимательства для обеспечения национальных интересов в части продовольственной безопасности;

3. анализ динамики показателей социально-экономического развития аграрного сектора, а именно эффективности использования земельных ресурсов, изменение доходов на душу населения, технического потенциала сельского хозяйства, снижение уровня безработицы;

4. оценка потенциала предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве с позиций преодоления региональной дифференциации и повышения качества жизни.

Во введенных условиях импортозамещения и контрсанкций Правительством РФ необходимо формирование условий для повышения квалификации кадров и их подготовки, увеличение площадей для уже работающих предпринимателей, инновационного совершенствования аграрных производственных технологий, получения качественных информационно-аналитических услуг. Требуют решения проблемы по улучшению общественных сенокосов и пастбищ для скота, развитие сельской кооперации по сбору, переработке, временному хранению, формированию партий и реализации продуктов фермерских хозяйств, развитие инфраструктуры логистического обеспечения.

Данные Департамента сельского хозяйства, свидетельствуют о том, что общий объём поддержки малых предпринимательских форм сельского хозяйства увеличится в 2018 году по сравнению с 2014 годом в 1.67 раз (табл. 1)

Таблица 1.

Направления поддержки малых предпринимательских форм сельского хозяйства, млн. руб.

Направления поддержки	2014	2015	2016	2017	2018 (прогноз)
Государственная поддержка кредитования малых форм хозяйствования	5800	500	4750	7619	5985
ВЦП «Поддержка начинающих фермеров»	2000	2000	1900	3200	4336
ВЦП «Развитие семейных животноводческих ферм»	1500	1500	1425	3075	3861
ВЦП «О развитии				400	1500

сельскохозяйственной кооперации»					
Оформление в собственность земельных участков крестьянских хозяйств	120	120	114	50	114

Эффективность государственных программ будет достигаться при соблюдении принципа финансирования аграриев из федерального и региональных бюджетов, системности политики, государственно-частного партнерства и стабильности аграрного курса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

43. Алтухов А.И., Дрокин В.В., Журавлев А.С. // Экономика региона «Продовольственная безопасность и импортозамещение — основные стратегические задачи современной аграрной политики», Москва, 2016 – №3 – С. 256-266.
44. Бараненков В.В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности (хозяйственное право): Учеб. пособие для студентов юрид. фак. вузов - М. : Нац. ин-т бизнеса, 2014. С. 469
45. Гарипов Ф.Н., Гизатуллин Х.Н., Гарипова З.Ф. // Экономика региона «Основные направления преодоления вызовов XXI века в агросфере», Екатеринбург, 2016 – С. 105-116.
46. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В РОССИИ

Товарнова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Автомобильная промышленность является одной из ведущих отраслей машиностроения. В мировой экономике Россия на 2014 г. занимает 12 место по производству легковых автомобилей (включая сборку).

К крупнейшим российским автопроизводителям легковых и грузовых автомобилей относятся: АвтоВАЗ, КАМАЗ, группа ГАЗ, Sollers, ЗИЛ, Брянский Автомобильный Завод (БАЗ). Они играют важную роль в экономике страны.

Во-первых, автомобильная отрасль обеспечивает высокую занятость населения. Здесь речь идет не только о рабочих местах на автомобильных заводах. Отрасль, благодаря своему разностороннему влиянию, оказывает

поддержку в развитии других смежных с ней отраслей (строительство дорог, кредитование и др.)

Во-вторых, она обеспечивает третьи по величине налоговые сборы в государственный бюджет, после алкоголя и табачной продукции.

В третьих, автомобильная промышленность является одним из главных двигателей прогресса, обеспечивая научно-техническое развитие многих технологий и процессов.

Роль государственного регулирования автомобильной промышленности в РФ традиционно является значительной. Впервые программы поддержки производителей появились в 1992 году, в период становления рыночного хозяйства. Государство создавало общие условия, способствующие благоприятному развитию отрасли, поэтому даже всеобщая приватизация не коснулась автомобильного сектора.

В условиях мирового кризиса, начиная с 2009 года, многие производители автомобилей и их комплектующих оказались в затруднительном положении. Во многом дальнейшее их функционирование на рынке стало зависеть от того, как поведет себя государство, какие меры поддержки примет. Правительство РФ выделило 3 основных направления антикризисного регулирования отрасли:

1. создание условий для защиты внутреннего рынка;
2. поддержка платежеспособного спроса на продукцию, произведенную в России;
3. стабилизация финансового состояния российских автопроизводителей и стимулирование их инвестиционной активности.

В рамках первого направления – создания условий для защиты внутреннего рынка – были реализованы следующие меры: увеличение государственных заказов отечественных автомобилей, повышение таможенных пошлин на ввозимые автомобили.

Создание и развитие специальных экономических зон дало толчок к развитию автомобильной промышленности. На данный момент многие предприятия, занимающиеся производством автомобилей и авто компонентов, расположены в ОЭЗ «Алабуга», ОЭЗ «Тольятти», ОЭЗ «Липецк» и ОЭЗ «Людиново». На этих территориях организации имеют торговые и налоговые преимущества, развитую инфраструктуру и услуги, обслуживание и аренда производственных и складских помещений по сниженной стоимости, юридическую поддержку и возможности для развития.

В рамках второго направления были реализованы программы льготного кредитования при покупке автомобилей отечественного производства, различные социальные программы, такие как «Первый автомобиль», «Семейный автомобиль», а также был внедрен коммерческий льготный лизинг отечественных автомобилей и создана программа «Утилизация легковых автомобилей».

В целях поддержки отрасли в региональном аспекте, для развития автомобильного рынка Сибири и Дальнего Востока и компенсации для местных потребителей эффекта от введения мер по защите рынка были установлены льготные тарифы на перевозку автомобилей отечественного производства железнодорожным транспортом.

В рамках третьего направления осуществляются государственные гарантии по кредитам, инвестиции в развитие предприятий, полное или частичное покрытие существующих долгов перед кредитными организациями, привлечение иностранных инвестиций.

В целом государственная поддержка формирует порядка 30% от объема продаж за последние четыре года. Сохраненные рабочие места позволили сгладить влияние кризиса на граждан страны.

Таким образом, суть государственной политики в автомобильной отрасли, или регулирования ее хозяйственной конъюнктуры, заключалась в стимулировании спроса на товары и услуги, инвестиции и занятость. Для этого предприятиям отрасли предоставлялись дополнительные финансовые льготы, возросли государственные расходы и инвестиции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

47. Официальный сайт аналитического агентства "АВТОСТАТ" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/>
48. Официальный сайт "Ассоциация Европейского Бизнеса" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aebrus.ru/>
49. Кобцев В.А. Воздействие экономического кризиса на рынок автомобилей / В.А. Кобцев // Актуальные вопросы экономических наук - 2010. - № 13. - С.316 - 321.
50. Нуреев Р.М. Рынок легковых автомобилей: до и после кризиса / Р. М. Нуреев // Вопросы экономики - 2010. - № 3. - С. 110-120.

ПРОБЛЕМЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И РЕАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИИ

Трошин В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы, значительно возросла со времен начала санкционных войн, объявленных рядом западных держав, во главе с США и ответных мер России в виде продуктового эмбарго. В период обострения кризиса конца 2014 начала 2015 годов Российское законодательство претерпело масштабные изменения, которые значительно облегчили инвестиционную деятельность в передовые и неохваченные отрасли экономики. К 2017 году в России разработан ряд экономических программ по развитию Особых Экономических Зон [1] (23 проекта действуют), Технопарков [2] (55 проектов действуют и создаются) и «Наукоградов» [3] (14 проектов действует), активное развитие отрасли Сельского хозяйства страны уже даёт первые результаты, так, экспорт продукции агропромышленного сектора значительно вырос, в т.ч. Экспорт Пшеницы вырос на 35%; Сахара на 44,5%; Подсолнечного Масла на 14% [4].

Однако, даже при имеющихся достижениях, экономика России продолжает испытывать трудности с реальным инвестированием в различных отраслях и регионах, осуществляющих импортозамещение. Одной из самых главных проблем Российского импортозамещения иностранной продукции, является недоработка налогового законодательства, его неисполнение рядовыми инспекторами налоговой службы, возрастающая бюрократия. Так, в проведённом агентством ТАСС социологическом опросе, в рамках Сочинского Экономического Форума, было установлено, что около 43,2% респондентов иностранных инвесторов скептически относятся к инвестициям в Российскую экономику именно по причине недальновидного отношения инспекторов ФНС России к налогоплательщикам. Ведомство заранее ставит перед собой план доначислений, что в принципе не логично. Ещё 25% считают, что главной проблемой нашей экономики является бюрократия и лоббизм Нефтегазовых корпораций, остальные заявили, что готовы инвестировать в Экономику России уже сейчас, однако они должны быть уверены в том, что смогут вернуть свои вложения обратно и получить ожидаемую прибыль [5].

Другой, не менее важной, проблемой Российского импортозамещения является проблема согласования с местными Администрациями строительства

объектов производственного назначения, в частности, проблема коррупции и фальшивых аукционов. Так иностранные инвесторы из Китая в конце 2016 года столкнулись с этими проблемами при реализации проектов в Нижегородской, Саратовской, Орловской областях, Республиках Татарстан, Марий Эл, Чувашия, Башкортостан и Дагестан, а так же в Краснодарском Крае [6]. Сам факт трудности привлечения иностранных инвестиций в условиях санкций на федеральном уровне понимают, и в частности, Президент РФ В.В. Путин, на Сочинском Экономическом Форуме 2017 [7], заявил, что компании, сотрудничающие с иностранными инвесторами и способствующие инвестированию в нашу страну, должны быть особо защищаемы и поощряемы, в т.ч. за счёт налоговых льгот. Однако на практике осуществление заданного Президентом вектора, носит зачастую формальный характер. Проявляется это в том, что фактически никаких льгот ФНС России предпринимателям предоставлять не собирается, напротив, проводя доначисления налогов, на данные предприятия. Причем в большинстве судебных разбирательств [8] ФНС действовала нарушая собственные инструкции и установленные Минфином правила. При этом в ведомстве признают, что потери бизнеса из-за выполнения неэффективных предписаний контрольно-надзорных органов составили 5% ВВП [9].

Одной из проблемных является ситуация предприятий, занимающихся импортозамещением, или готовящихся к этому. При подаче декларации с налоговым вычетом по НДС, налоговые инспекторы отказываются возмещать или уменьшать сумму начисляемого налога в бюджет, что, в конечном счёте, влечёт за собой резкое падение инвестиционной привлекательности нашей страны для инвесторов [10]. Обычно такие споры заканчиваются в судебном порядке, что так же не прибавляет экономике России баллов инвестиционного рейтинга.

Ещё одной проблемой Российского импортозамещения нужно назвать дороговизну кредитования, в России ставка по кредитам значительно выше многих конкурентов [11], что не позволяет предприятиям, не имеющим сверх прибылей, получить необходимые средства на развитие и продвижение своих товаров или услуг в необходимом количестве. С другой стороны, существует банальная проблема открытия счетов для вновь создаваемых организаций, т.к. требуемые банками условия, зачастую ставят молодое предпринимательство перед огромными затратами на первоначальном этапе, что так же отрицательно сказывается на импортозамещении и реальных инвестициях [12].

Менее известной, но так же значимой проблемой является законодательное усложнение корпоративных отношений компаний, данная проблема кроется в тотальном контроле и завышенных требованиях к компаниям такого типа. Таким организациям на начальном этапе очень сложно продвигаться на рынке, поскольку получать большую прибыль они смогут, только повышая риск, что существенно осложняется действующим законодательством [13].

В рамках предложений по усовершенствованию инвестиционной привлекательности России и расширению программы импортозамещения, предлагается сконцентрировать внимание и законодательство на достоинствах российской экономики, в частности доступности ресурсов, относительно дешёвой рабочей силе, большими территориями для освоения и т.п. Главным образом необходимо решить проблему недоверия инвесторов к налоговой службе России, повысив профессиональную и моральную квалификацию сотрудников, усилить законодательную защиту налогоплательщиков от недобросовестного поведения налоговых инспекторов, а так же сделать процедуру инвестирования более прозрачной для обеих сторон, сократив, благодаря этому, транзакционные издержки по её проведению и потенциально увеличив сумму инвестиций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

51. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года: указ Президента РФ от 12 мая 2009 г., №537. - Информ.- правов. система «Эксперт-Гарант». - Версия от 12.11.17.
52. 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, 2017. – 25-200с.
53. Гулин К., Мазилев Е., Ермолов А. Импортозамещение как инструмент активизации социально-экономического развития территорий // Проблемы развития территории. 2015. № 3. С. 7–25.
54. Матвеева Е. Политика импортозамещения в России: проблемы и преимущества // Экономика и предпринимательство. 2016. № 08-3. С. 396–399.
55. Государственная программа на 2013-2020 годы. [Электронный ресурс] // mcx. URL: <http://www.mcx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm> (дата обращения 13.11.2017)
56. Фальцман В. Импортозамещение в отраслях экономики России // Проблемы прямых инвестиций. 2017. № 10. С. 34–42.
57. Кравченко Л. Экономические санкции против России: вызовы и угрозы [Электронный ресурс]. - URL: [http:// rusrand.ru/events/ekonomicheskie-sanktsii-protiv-rossii-vyzovy-i-ugrozy](http://rusrand.ru/events/ekonomicheskie-sanktsii-protiv-rossii-vyzovy-i-ugrozy) (дата обращения 12.11.2017).

58. Сборник решений судов / Решения судов по вычетам НДС и Налогу на прибыль. Консультант Плюс, октябрь 2017. С. 2 – 23.
59. Редько А.С., Тубалец А.А. Роль государственной поддержки в обеспечении продовольственной безопасности России и импортозамещения в условиях санкций «проблемы развития современной экономики в условиях глобальных вызовов и трансформации экономического пространства» // Материалы международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых 11–12 марта 2016 г. – Т. IV. – 195 с
60. Артющик В.Д., Гусаков А.Г., Тихонов А.И. Развитие авиационной промышленности Российской Федерации в условиях импортозамещения // Московский экономический журнал. 2016. №3. С. 46.
61. Соболева Р.М. Импортозамещение в сельскохозяйственной отрасли // Актуальные проблемы реальных инвестиций в сельское хозяйство. Красноярск: СибГАУ. Т.2. №12. 2016. №8. С. 360–362.
62. Миронов Г.С., Краснодубская Т.П. Проблемы реальных инвестиций в сфере банковского обслуживания сельского хозяйства // Проблемы счетов и кредитов. Москва: МГУ. №2017.10 С. 12-23.
63. Яшин С.Н., Гаврилов А.И., Карибов А.П. Организационные инновации в АПК как условие решения задачи обеспечения продовольственной безопасности регионов России. 2016. С2-8.

МОДЕЛИ И МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ

Ушкова В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Организация для успешной деятельности, сохранения позиции на рынке и ее постоянного развития должна четко понимать причину ее существования и каких желаемых экономических результатов в будущем необходимо добиться. Цель и является тем самым запланированным результатом деятельности. Предпринимательская деятельность, в свою очередь - это совокупность множества элементов (логистика, снабжение, производство, маркетинг, кадры и финансы). Все они между собой взаимосвязаны. Но как понять: сколько закупить сырья, материалов, комплектующих и какой объем продукции производить в определенном периоде времени, на эти и многие другие вопросы отвечает планирование. В первую очередь процесс планирования начинается с персонализации ответственных лиц за организацию плановой работы – выбор модели планирования.

Выделяют несколько моделей планирования: «снизу вверх», «сверху вниз» и «встречную». Модель «снизу вверх» (прогрессивная/ bottom-up planning) подразумевает, что планы создаются структурными подразделениями, и утверждаются руководством. Подчиненные прекрасно осведомлены в производственной ситуации, отлично разбираются в специфике работы своего участка. Работник чувствует свою значимость и доверительное отношение руководства, что непосредственно способствует укреплению морального духа. Однако данный вид планирования предполагает, что больше ответственности перекладывается на плечи сотрудников, возникают высокие трудозатраты и большой временной интервал уходящих на согласование планов отдельных структурных единиц, поэтому наиболее эффективной данная система будет на малых предприятиях, где небольшая численность персонала.

Модель отражает в большей мере японскую идеологию управления. В большинстве крупных организаций и корпораций Японии управление основано на особой системе принятия решений «рингисэй», обеспечивающая основательное изучение, согласованность проектов и активную вовлеченность в процесс деятельности компании всего ведущего персонала - от младших сотрудников до руководящих должностей. Решения проходят многократное согласование, включающее обсуждения и обмен идеями сотрудников различных рангов и подразделений. Разработка и появление новых более совершенных систем управления с наименьшими затратами увеличивает процент сокращения сферы распространения данной модели. [6].

Модель сверху-вниз (ретроградная/ up-down planning) с точностью до наоборот оборачивает преимущества в недостатки, недостатки в достоинства прогрессивной модели. При этой модели руководителем и его заместителем формируется общий план, детализируемый в плановом отделе, после его утверждения руководителем, детализированные сведения передаются в структурные подразделения.

Встречная модель (круговое планирование) объединяет в себе предшествующие модели, их преимущества и старается преодолеть слабые стороны. Осуществляется в два этапа. Высшее руководство составляет общий план, впоследствии корректирующий с учетом производственных возможностей и по согласованию с производственным подразделением, но вместе с тем увеличивается срок утверждения планов и возникают дополнительные расходы.[3].

При выборе модели планирования необходимо учитывать следующие факторы:

1. численность персонала;
2. предмет планирования (производство, сбыт, снабжение, НИОКР);
3. горизонт планирования;
4. специфика бизнеса.

На сегодняшний день по оценке ученых существует порядка 160 методов расчета плановых показателей. Методы планирования на предприятии обеспечивают эффективное распределение ресурсов, дают возможность проанализировать динамику показателей и, исходя из полученных результатов, составить прогноз развития предприятия. Основные цели планирования – реализовать поставленные цели и принять эффективные управленческие решения в условиях конкуренции.

К основным методам относятся (таблица 1):

Таблица 1

Методы планирования на предприятии [3,5].

Название метода	Сущность	Преимущества	Недостатки
Нормативный метод	на основе заранее установленных норм и нормативов рассчитывается потребность в ресурсах	На основе норм и нормативов есть возможность рассчитать отклонения и разработать мероприятия в случае существенных отклонений для их устранения	Корректировка нормативов и норм в постоянно изменчивых условиях функционирования организации
Расчетно-аналитический метод	расчет плановых показателей на основе достигнутых	Применяют при отсутствии нормативов	Искажение финансового плана
Балансовый метод	построения балансов, где достигается увязка имеющихся в наличии ресурсов и фактической потребности	реалистичность	трудоемкость, требуют больших профессиональных знаний
Метод оптимизации плановых решений	составление нескольких планов и выбор оптимального	альтернативность	При отсутствии точных данных вероятно расхождение плановых показателей от фактических
Сетевой метод	на основе применения сетевого графика осуществляется координация, контроль и организация ресурсов	Отражен полностью процесс планирования с возможностью корректировки	корректировка сроков выполнения работ, а также малейшее отклонение от плана требуют времени
Метод бюджетирования	использование бюджетов при поступлении и формировании ресурсов	возможность внесения корректировок	не всегда отражают причины отклонений и учитывают изменения условий
Экономико-математические методы	выявление взаимосвязи между показателями.	Возможность проследить степень взаимосвязи и влияние одного фактора на другой	низкая точность прогноза (не учитываются новые факторы)

Новым прорывом в стратегическом планировании стала сбалансированная система показателей (ССП) - это система стратегического управления и оценки, связывающая стратегические цели и всеобъемлющие показатели. Концепция была предложена Дэвидом Нортоном и Робертом Капланом. Идея была проста: что измеряете, то и получаете. ССП оценивает работу компании на основе четырех сбалансированных параметров: финансы, взаимоотношения с клиентами, внутренние бизнес-процессы, обучение и повышение квалификации персонала.[2].

Идеальной модели и метода планирования не существует. Какие инструменты для планирования выбрать решает только сама организация, исходя из находящихся в ее распоряжении ограниченных трудовых, информационных и финансовых ресурсов.

Святослав Бирюлин - директор компании Sapiens Consulting считает планирование и прогнозирование главным двигателем развития предприятия. Долгосрочные планы должны основываться не только на интуиции и креативной идеи, но и на выборе научных инструментов. Важность составления планов сравнивает с детской головоломкой про слона и жирафа. Пропущенный элемент в цепи и нарушение строгой последовательности ведет к краху бизнеса. Создание детального плана - один из шести шагов к достижению успеха.[1].

Джеймс Уотт – со-основатель культовой Шотландской пивоварни BrewDog, автор книги «Бизнес для панков» напротив, придерживается позиции, что планирование — это всего лишь слепые догадки и предлагает впустую не тратить на это время: невозможно уследить за стремительными переменами в мире и ускоренном темпом жизни. Его девиз, на котором построен бизнес - «сначала действуйте, а потом оценивайте результаты».[4].

Таким образом, рассмотренные общие модели и методы планирования обуславливают важность их использования как инструмента управления развитием предприятия. В этом просматривается роль планирования в достижении главной цели, направленной на оптимальное использование возможностей предприятия на основе создания планов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

64. Бирюлин С., Как определить стратегию развития компании // Секрет фирмы. 14 мая 2015. URL: <https://secretmag.ru/business/methods/strategiya-birulin.htm> (дата обращения 06.11.2017).

65. Роберт С.К., Нортон П.Д./ Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М: «Олимп-Бизнес», 2003. С.10.
66. Стрелкова Л.В., Макушева Ю.А./ Внутрифирменное планирование: учебное пособие. М.: «Юнити», 2011. С.71-76.
67. Холявко Анна, «Бизнес для панков»: Как начать дело без денег и чёткого плана // Секрет фирмы. 06 февраля 2017. URL: <https://secretmag.ru/business/management/biznes-dlya-pankov.htm> (дата обращения 06.11.2017).
68. Чумакова М.В., Современное состояние процессов планирования на предприятии // Молодой ученый. — 2016. — №20. — С. 451-457 URL: <https://moluch.ru/archive/124/34207/> (дата обращения 07.11.2017).
69. Эскиев М. А., Ялмаев Р. А., Аслаханова С. А. Японская модель государственного управления // Молодой ученый. — 2015. — №23. — С. 696-698. URL: <https://moluch.ru/archive/103/22820/> (дата обращения 07.11.2017).

САНКЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА НИЖЕГОРОДСКУЮ ОБЛАСТЬ

Ярилин О.А.

НИУ РАНХиГС г. Нижний Новгород

Одной из самых острых проблем экономики РФ на 2014-2017 годы является проблема введения экономических санкций на ряд отраслей российской экономики.

За период с 2014 по 2017 год, самая большая волна внешнеполитического воздействия посредством введения санкций, пошла на спад. С 6 марта 2014 года по 22 октября 2017 было наложено 134 санкции на государственные и частные компании, 206 - на юридические и частные лица от закрытия счетов в Европейских и Американских банках до ограничения на въезд в страны, наложившие соответствующие ограничительные меры.

Поводом для введения экономических санкций на РФ были следующие формальные причины:

- Поддержка Россией права Республики Крым на независимость;
- Вхождение Республики Крым в состав Российской Федерации, что рассматривалось Западными державами, как нарушение территориальной целостности Украины;
- Неисполнение условий Женевской конвенции от 17.04.2014

По прошествии некоторого времени мы можем видеть, что введенные санкции не только не повлекли должных негативных последствий для РФ, как прогнозировали западные экономисты, но и послужили толчком для развития

российской экономики. Эта же тенденция не обошла стороной и Нижегородский регион. Для снижения прямой зависимости продовольственного рынка от поставок импортной продукции из-за рубежа, импортозамещения и повышения самообеспечения региона основными продовольственными товарами, в Нижегородской области на данный момент реализуются порядка 8 экономически важных для региона программ. Если обратиться к официальной статистике, с полной уверенностью можно сказать, что несмотря на введенные ограничения, аграрный потенциал Нижегородской области возрастает, и в 2014 году стоимость продукции сельского хозяйства Нижегородской области составила 67100 млн.руб, что на 40% выше чем в 2012 году [1]. По производству сельхо-хозяйственных товаров Нижегородская область занимала 6 место среди областей и республик Приволжского федерального округа в 2014 год.

Ответ на введенные санкции против Российской Федерации не заставили себя долго ждать. Эмбарго, наряду с иными контрсанкционными мерами, вводилось Россией в отношении стран, введших ограничительные меры против российских юридических и физических лиц. Главный научный сотрудник Института прикладных экономических исследований РАНХиГС Василий Узун отмечает, что указы о введении эмбарго принимались с расчетом нанести экономический урон странам Запада, который был бы равен потерям России из-за введенных санкционных мер в отношении нашей страны. Ожидалось, что страны, против которых было введено эмбарго, потеряв Российский рынок, не способны будут найти другие площадки экспорта своих товаров и понесут значительные убытки [2]. Продуктовое эмбарго действительно показало себя достаточно эффективным инструментом внешнеэкономической защиты. К примеру, по сведениям немецкого издания «Bild» в 2014 года происходило существенное повышение цен на продукты питания. Финской же компании «Valio» приходилось прибегнуть к кардинальным мерам и сокращать штат работников в том же 2014 году. [3]

Однако, в результате персональных и спектральных санкций Запада был нанесен крупный удар по таким российским компаниям как Роснефть, Газпром, Сбербанк. Ряды российских банков были лишены части западных средств. Так же под вопросом стала возможность использования кредитных средств оплаты – Visa, SWIFT, MasterCard, вследствие чего была создана национальная платежная система МИР. МИР была создана для привлечения населения к использованию отечественной национальной платежной системы, как

альтернатива иностранным системам; она полностью соответствует мировым стандартам и функционирует в условиях введенных санкций.

В 2014 году ЦБ ввел политику "Плавающего курса рубля". Желание ЦБ ограничить Россию от максимального нанесенного ущерба от введения санкций, а также желание уменьшить уровень инфляции введением этой программы привело к рекордному падению курса рубля. [4]

Под санкционный список США попали такие Нижегородские промышленные предприятия как: ОАО "Буревестник" и ОАО "Нижегородский машиностроительный завод". Со стороны США санкции подразумевают блокировку деловых контактов, замораживание активов наших предприятий в американских банках, прекращение кредитования. «Что из себя представляют эти санкции - непонятно. У нашего предприятия отсутствует какие-либо счета в США, ни активов, ни кредитов не имеется», - говорит генеральный конструктор российского артиллерийского вооружения, генеральный директор ОАО "Буревестник" Георгий Закаменных. [5]

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

70. Московский экономический журнал 2/2016. <http://qje.su> [сайт]. URL: <http://qje.su/ekonomicheskij-analiz/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-2-2016-32/?print=print>
Wikipedia <https://ru.wikipedia.org> [сайт]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Российское_продовольственное_эмбарго_\(с_2014\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Российское_продовольственное_эмбарго_(с_2014))
71. Экономический информационный канал «Экономика и жизнь» <https://www.eg-online.ru/> [сайт]. URL: <https://www.eg-online.ru/article/325081/>
72. Научный журнал «Молодой ученый». <https://moluch.ru> [сайт]. URL: <https://moluch.ru/archive/114/30308/>
73. Новостной канал nn.mk.ru [сайт]. URL: <http://nn.mk.ru/articles/2014/07/29/nizhegorodskie-predpriyatiya-opk-popali-pod-sankcii.html>

Секция 5. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И РАЗВИТИЕ ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА В РФ

АНАЛИЗ ВЗАИМНОЙ ТОРГОВЛИ СТРАН-МИРОВЫХ ЛИДЕРОВ ПО ВВП ПО ППС

Алехина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Страны-лидеры по ВВП по ППС, как ключевые игроки мировой торговли, всегда привлекают особое внимание общественности. За их действиями следят, а успехи оценивают. Один из важнейших показателей активности стран - показатель внешнеторгового оборота и направление экспорта и импорта товаров и услуг.

В 2016 году в шестерке стран-лидеров по ВВП по ППС были Китай, США, Индия, Япония, Россия, Германия. Такое положение сохраняется за ними уже второй год. Доля этих стран в мировом ВВП достаточно велика (таблица 1).

Таблица 1

6 стран-лидеров по ВВП по ППС в 2014 году [4]

	ВВП по ППС в 2014 году (млрд. долл. США)	Доля в мировом ВВП (%)
Китай	17 630	17,71%
США	17 460	15,50%
Индия	7277	7,24%
Япония	4 807	4,35%
Германия	3621	3,33%
Россия	3 568	3,21%

Как видно из таблицы 1, Китай и США - явные мировые лидеры, значительно оторвавшиеся от других стран, за ними некоторое промежуточное место занимает Индия, затем примерно на одном уровне находятся Япония, Германия и Россия.

Таблица 2

Внешнеторговый оборот стран-лидеров по ВВП по ППС в 2016 году
[2, 46 с.]

Страны	Китай	США	Индия	Япония	Германия	Россия
Внешнеторговый оборот (млрд. долл. США)	4301	4034	795	1506	2724	806

Очевидно, что эти страны – гиганты производства. Но куда же поступает весь этот произведенный продукт? Рассмотрим внешнеэкономическую активность этих стран и их сальдо внешнеторгового оборота (таблица 2).

Как видно из таблицы 2, страны-лидеры по ВВП не всегда занимают лидирующие позиции по внешнеторговому обороту.

Далее проведем анализ взаимных отношений лидеров в области мировой торговли по данным внешнеторговой активности приведенным в таблице 3.

Таблица 3

Взаимная внешнеторговая активность стран-лидеров по ВВП по ППС в 2014 году [3]

Страна	Экспорт в страны-лидеры по ВВП по ППС (млрд. долл. США)	Импорт в страны-лидеры по ВВП по ППС (млрд. долл. США)	Внешнеторговый оборот в страны-лидеры по ВВП по ППС (млрд. долл. США)	Доля внешнеторгового оборота в страны-лидеры по ВВП по ППС (млрд. долл. США) во внешнеторговом обороте страны (%)
Китай	1576	1132	2708	66,83%
США	1207	1932	3139	82,83%
Германия	1237	1115	2352	87,76%
Япония	529,47	508,25	1037,72	68,59%
Россия	387,57	231,3	618,87	76,88%
Индия	163,55	214,76	378,31	48,69%

Активнее всех взаимодействуют между собой, конечно же, США и Китай. Китай в США импортирует продукции на 466,7 млрд. долл. США, а экспортирует продукции на 159,84 млрд. долл. США. Также Китай активно торгует с Японией: импорт составил 162,84 млрд. долл. США, а экспорт - 181,72 млрд. долл. США. Германия активно торгует с США и Китаем, а Япония – с Китаем и США.

Наименее активными как в мировой торговле, так и во взаимной торговле стран-лидеров по ВВП по ППС оказались Индия и Россия (таблица 2).

Из таблицы 3 видно, что у России в торговле с этими странами преобладает, как ни странно, экспорт, а у Индии – импорт. Доля торговли с этими странами во внешнеторговом обороте у России велика - 76,88%, а у Индии составила меньше 48,69%, то есть даже меньше половины.

Во внешнеторговом обороте США также преобладает импорт, а доля внешнеторгового оборота с этими странами в общем внешнеторговом обороте страны составила 82,83%. Также США стала самым активным игроком в торговле этих стран, обогнав Китай.

Ведущим экспортером этой шестерки стал Китай: экспорт в эти страны составил 1576 млрд. долл. США. Однако невелика доля внешнеторгового оборота с этими странами во внешнеторговом обороте Китая - она составила 66,83%. Это обусловлено тем, что КНР помимо этих стран, также активно торгует с Латинской Америкой и Азией.

В результате проведенного анализа можно отметить, что не все страны-лидеры по ВВП по ППС активно участвуют в мировой торговле. Более того, как видно из таблицы 3, они торгуют не только между собой, но и с другими странами. Самыми активными игроками во взаимной торговле не обязательно становятся лидеры по внешнеторговому обороту, а ВВП страны мало влияет на внешнеэкономическую активность стран. Большее влияние на нее оказывают политические режимы и взаимоотношения стран.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мировая экономика: Учебник. / Под ред. Ю.А. Щербанина. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 519 с.
2. International Trade Statistics 2015 [Электронный ресурс] URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2015_e/its2015_e.pdf - 170 с.
3. Gedvis [Электронный ресурс]. URL: <https://viz.ged-project.de/> (Дата обращения: 17.11.2017)
4. Total-Rating [Электронный ресурс]. URL: <http://total-rating.ru/1138-vvp-stran-mira-po-pps-za-2014-god.html> (Дата обращения: 16.11.2017)

УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ С УЧАСТНИКАМИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

Акулова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Проблема качественного взаимодействия таможенных органов с участниками внешнеэкономической деятельности всегда была актуальной как в рамках Таможенного союза ЕАЭС, так и по всему миру. Это обусловлено следующими причинами:

1. Модернизация предоставления услуг в таможенной сфере является ключевой потребностью международного предпринимательства, заинтересованного в упрощении и ускорении процедур [6];
2. Создание условий для ускорения товарооборота через таможенную границу является одной из основных задач таможенных органов [1, ст.6], что означает непосредственную заинтересованность Таможенного союза ЕАЭС построении благоприятных отношений с участниками ВЭД;
3. Эффективное взаимодействие сторон в рамках таможенного дела поможет избежать появления конфликтов (или сократить их последствия), которые обычно возникают вследствие защиты совершенно противоположных интересов таможенных органов и участников ВЭД [6];
4. Успешное взаимодействие с таможенными органами может повысить доверие к ним, а также произвести хорошее впечатление на внешнеэкономические сделки в целом со стороны участников ВЭД;
5. Создание благоприятных отношений между таможенными органами и участниками ВЭД может значительно повысить вероятность дальнейшего сотрудничества.

Цель работы: доказать эффективность процессного подхода в управлении взаимодействием таможенных органов с участниками внешнеэкономической деятельности.

Прежде всего, определим, что является процессным подходом. Процессный подход – это одна из концепций управления, в соответствии с которой вся деятельность организации рассматривается как набор процессов [2]. Данный подход ориентирован на облегчение процедуры управления и сокращение времени на выполнение функций. Он базируется на пяти основных принципах:

- принцип взаимосвязи, в рамках которого таможенный орган – это сеть процессов, связанных между собой;
- принцип востребованности, указывающий на то, что каждый таможенный процесс должен иметь цель и востребованный внутренним или внешним потребителем результат;

- принцип документирования, в соответствии с которым вся процессуальная деятельность таможенного органа должна иметь стандартизированную документальную базу, что в дальнейшем поможет улучшить процессы, которые его характеризуют, и результаты его функционирования;
- принцип контроля, определяющий чёткие границы процесса, показатели, которые его характеризуют, и результаты его функционирования;
- принцип ответственности за процесс, который устанавливает возможность выполнения процесса несколькими специалистами, но закрепляет ответственность за результаты только за одним из них.

Процессный подход подразумевает рассмотрение любой работы, в том числе таможенного оформления и таможенного контроля, в виде совокупности более мелких процессов [3].

Рассмотрим основные элементы системного подхода на примере таможенной процедуры экспорта (рисунок 1), в рамках которой раскроем функции и значение каждого элемента во взаимодействии таможенного органа и участника внешнеэкономической деятельности.

Входом процесса является элемент, который терпит изменения в ходе операции. В нашем случае это товар Таможенного союза. Выход процесса – это предвкушаемый результат, а именно – присваивание товару статуса иностранного, предназначенного для нахождения за пределами таможенной границы. Потребитель, то есть участник ВЭД, – это заинтересованное в получении выходного элемента лицо, а поставщиком процедуры является таможенный орган. Для достижения конечного результата совершается ряд взаимосвязанных действий (проверка таможенной декларации и сопутствующих ей документов, проверка уплаты пошлин и конечное оформление процедуры), которые невозможны без определённых ресурсов в виде международных договоров, таможенного законодательства, материально-технической базы таможенного органа и т.д.

Процессный подход к управлению таможенными органами позволяет более оперативно решать возникающие в ходе их деятельности вопросы и воздействовать на конечный результат, а также создает условия для детальной проработки, идентификации, организации взаимодействия и обеспечения качества таможенных функций [3]. Например, для сокращения времени, которое тратится на таможенные процедуры, используется электронное декларирование. В России 99,98% всех деклараций на товары подаются в электронной форме через сеть «Интернет», о чем свидетельствуют данные Федеральной таможенной службы за январь-октябрь 2017 года [4].

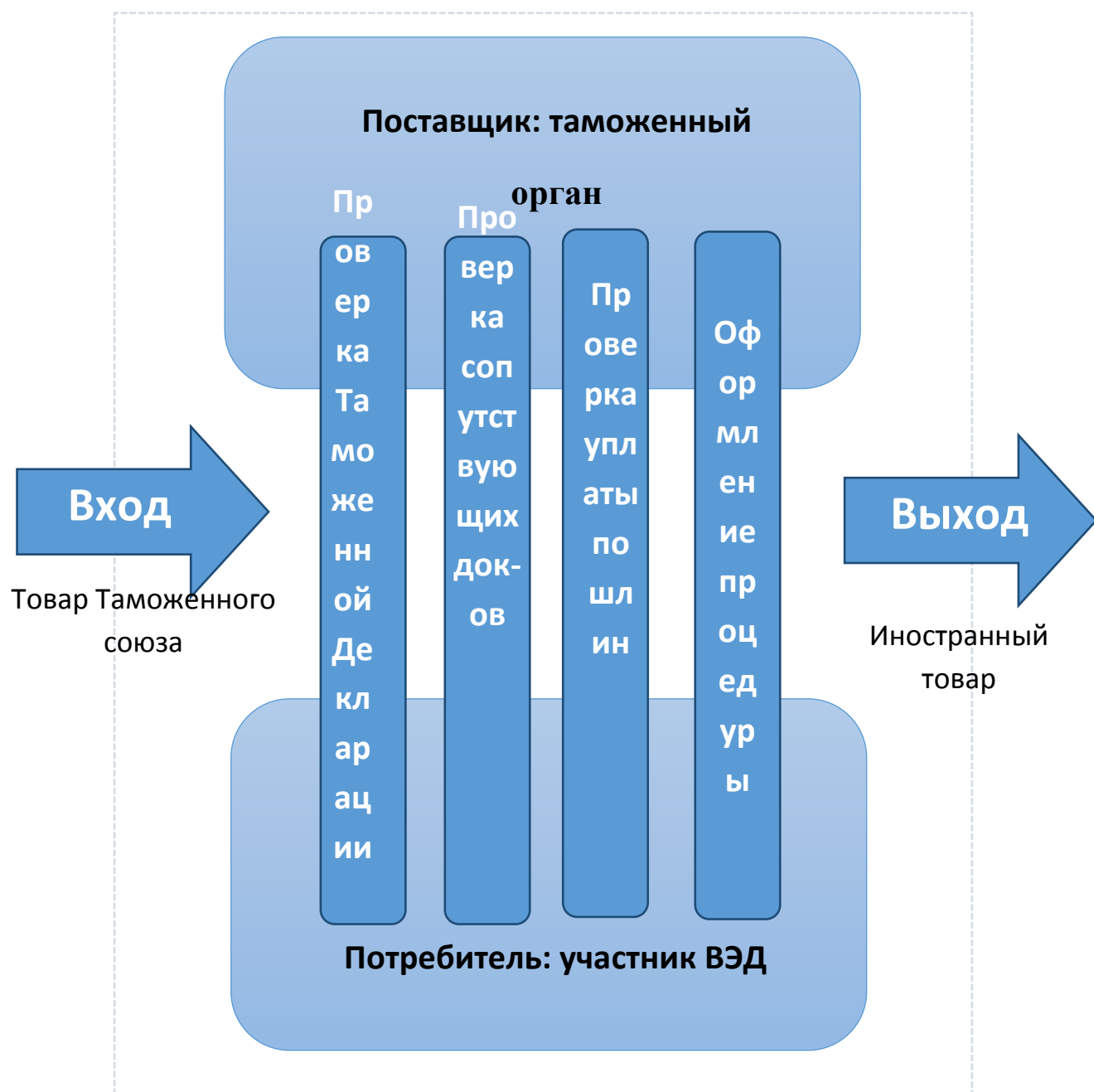


Рисунок 1. Элементы системного подхода на примере таможенной процедуры экспорта

Для упрощения таможенных операций также используется удаленный выпуск товаров, который является результатом внедрения электронного декларирования. Взаимосвязь этих двух процессов можно проследить на примере деятельности Приволжского таможенного управления и его субъектов:

Таблица 1.

Удаленный выпуск в ПТУ

Наименование таможни	Кол-во ДТ, выпущенных по технологии удаленного выпуска		Доля от общего декларационного массива (%)		2016 к 2015, %
	2015	2016	2015	2016	
Башкортостанская	16 349	18 173	77,9	81,3	111,2
Нижегородская	12 871	9 380	14,7	10,1	72,9
Оренбургская	219	177	4,0	2,5	80,8
Пермская	1 153	908	3,7	2,6	78,8
Самарская	3 740	3 109	8,2	7,4	83,1
Саратовская	2 358	3 536	8,6	12,7	150,0
Татарстанская	11 353	21 247	19,4	34,2	187,1
Ульяновская	16	0	0,2	0	0
Итого по ПТУ	48 059	56 530	16,9	19,0	117,6

С применением технологии удаленного выпуска принято решение по 56,6 тыс. товарным партиям, что составило около 19% от декларационного массива региона, и что на 17,6% выше показателя 2015 года (таблица 1). Основная доля применения технологии удаленного выпуска приходится на взаимодействие между таможенными органами ПТУ и участниками ВЭД [5].

Важным примером взаимодействия таможенных органов и участников ВЭД является создание и реализация совместных инвестиционных проектов (таблица 2). По состоянию на 1 января 2017 года таможенными органами Приволжского региона в перечень реализуемых внесено 37 инвестиционных проектов (далее – ИП). По тридцати четырём из них (92% проектов Перечня) были составлены Дорожные карты.

Таблица 2.

Взаимодействие ПТУ с участниками ВЭД

Наименование таможни	Кол-во ИП, внесенных таможней в Перечень	Дорожная карта согласована, проект сопровождает ся	Проведение рабочих встреч, согласование Дорожных карт	Проект находится на стадии согласования	ИП на стадии завершения
Башкортостанская	7	7			
Татарстанская	4	4			
Нижегородская	3	2			1
Оренбургская	4	2	1		1
Пермская	1	1			
Самарская	6	4		2	

Саратовская	8	2			6
Ульяновская	4	4			
Итого по ПТУ	37	26	1	2	8

Согласно статистическим данным Приволжского таможенного управления, 73% (27 ИП) всех ИП связаны с ввозом оборудования для промышленного производства; 13% (5 ИП) нацелены на импорт оборудования и материалов для агропромышленного комплекса; 5% (2 ИП) – для комплексных инвестиционных проектов. 1 ИП (3%) – ориентирован на освоение месторождений полезных ископаемых.

Подводя итог, можно сказать, что процессный подход является довольно эффективным в рамках управления таможенной деятельностью. Реализация его принципов позволяет упорядочить процессы, сократить сроки исполнения операций, а также устранить избыточные процедуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Таможенный кодекс Таможенного союза: текст с изменениями и дополнениями на 2017 год. – Москва: Эксмо, 2017. – 192 с. (статьи 6, 212-214).
2. Проект «Менеджмент качества» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kpms.ru/General_info/Process_approach.htm (дата обращения: 21.11.2017).
3. Олькова В. Г., Семенова Н. К. Управление деятельностью таможенных органов на основе процессного подхода // Молодой ученый. — 2016. — №29. — С. 464-467. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/133/37429/> (дата обращения: 22.11.2017).
4. Официальный сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 20.11.2017)
5. Официальный сайт Приволжского таможенного управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ptu.customs.ru/index.php> (дата обращения: 20.11.2017).
6. Зражаев Н.С. Совершенствование теоретического положения по взаимодействию таможенных органов и участников ВЭД в рамках Таможенного союза // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/ru/---ep15-01/1396-a>

ПЕРИОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА И ЕГО СОСТОЯНИЕ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ

Афони́на М.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Начало развития таможенного дела можно отнести к 3-2 вв. до н.э. Возникновение таможенного дела принято связывать с образованием Древнерусского государства.

Возникновение таможенного дела можно разделить на основные периоды (таблица 1).

Таблица 1.

Периоды развития таможенного дела

Период	Характеристика
6-7 в.	Зарождаются торгово-пошлинные отношения, которые необходимо регулировать.
8 в.	Первая половина 12 в. - делается упор на развитие внешнеторговых отношений.
конец 12 - середина 13 в.	Происходит экономический и политический кризис, из чего следует, что система регулирования внешней торговли, путем пошлинных обрядностей, которая сложилась ранее, не увенчалась успехом.
половина 13 - начало 15 в.	Развитие таможенных отношений, вследствие развития ремесленного производства, живописи, архитектуры. Укрепление власти феодалов.
15-17 в.	«Периодом реформ», характеризующийся политическим объединением русских земель, зарождением всероссийского рынка. Таможенное дело начало набирать обороты.
18 в.	«Период реформ» - завершение. Появляются таможенные управления, создается первый протекционистский тариф России в 1724 году, появляются различные документы, регламентирующие внешнеторговые отношения.
19 в.	Принят фритредерский таможенный тариф.
конец 19 - начало 20 в	Зарождение «таможенной войны», принятая протекционистская теория не смогла себя оправдать.
1921-1991	Происходит реорганизация, в виде переход от протекционизма к государственной монополии на внешнюю торговлю.
октябрь 1991-2003	Переименование «Государственного таможенного контроля» в «Федеральную таможенную службу». Принятие нового Таможенного кодекса, отвечающего требованиям Всемирной торговой организации.
2003-2012	Вступление во Всемирную Торговую Организацию.
2012-2015	Вступление в Евразийский Экономический Союз.
1 января 2017 года	Вступила в силу новая редакция товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского Экономического Союза.
1 января 2018 года	Вступит в силу Таможенный Кодекс Евразийского Экономического союза.

Таможенное дело развивается динамично, но есть свои недостатки (рисунок 1).

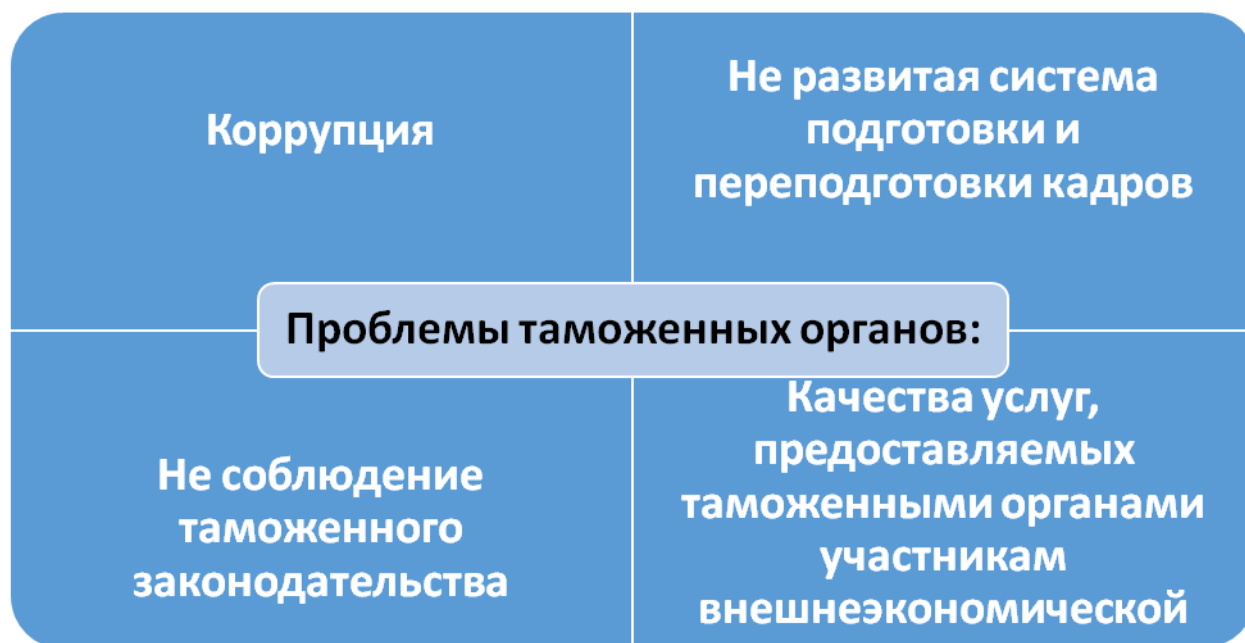


Рисунок 1. Проблемы таможенных органов

Если подразделять проблемы по значимости, то наиболее приоритетные из них:

1. Высокий уровень коррупции в таможенных органах Российской Федерации.

Эта проблема всегда будет находиться на первом месте. Не смотря на то, что за нарушение Таможенного Законодательства таможенным органом, предусмотрено серьезное наказание, государственно служащие не перестают брать взятки. Решением данной проблемы, может стать ужесточение наказания, путем изъятие незаконно полученных денежных средств и наложения пятикратного штрафа, так же лишение свободы, дабы коррупционеры не смогли воспользоваться не законно полученными денежными средствами.

2. Не развита система подготовки и переподготовки кадров для таможенных органов Российской Федерации, особенно специалистов в области управления и контроля.

Рассмотрим данную проблему, на основе последних значимых событий, а именно присоединения Крыма. Был создан Крымский федеральный округ, если учитывать особый статуса Крыма, то необходимы отдельные Региональные Таможенные Управления с подчиненными таможнями. Самым оптимальным решением данной проблемы является добавление численности таможенных органов. Но так как для этого требуется финансирование, на данный момент, проблема решается, путем перераспределения уже имеющихся государственных служащих, отправлением их в командировки.

3. Несоблюдение таможенного законодательства.

Необходимо сокращать количество преступлений в области таможенного дела, бороться с контрабандой оружия, наркотиков, и других товаров, которые запрещены к ввозу в Российскую Федерацию. Согласно статистике за 2016 год, таможенными органами было возбуждено 2031 уголовное дела, что превышает количество возбужденных дел в 2015 году (1890 дел). Решение данной проблемы требует ужесточения законодательства.

4. Таможенным органам необходимо улучшать качество услуг, предоставляемых таможенными органами участникам внешне экономической деятельности.

Таможенно-тарифные меры регулирования являются своего рода инструментами регулирования государственной политики в сфере внешней торговли.

Таможенное дело регулируется как на законодательном уровне, так и на национальном, наднациональном, таможенными соглашениями и на других уровнях. Таможенное законодательство является, основой для ведения как внешне - торговой деятельности, так и внутренней торговли. Где есть внешняя торговля, там есть внешняя политика. Как правило, она определяет стратегию таможенного дела и является одним из рычагов, с помощью которого то или иное государство влияет на внешнюю торговлю [3].

Таможенные органы, регулирующие внешнеэкономическую деятельность, формируют основную доходную часть бюджета Российской Федерации. Уместным будет привести статистику доходов Российской Федерации за 2016 год. Согласно Министерству Финансов, в 2016 году, доход Российской Федерации составил 13.5 триллиона рублей, из которых ровно треть бюджета, сформировано за счет таможенных органов. Таможенные органы в 2016 году перечислили в бюджет Российской Федерации 4.5 триллиона рублей [2].

На сегодняшний день дорожная карта, созданная 6 сентября 2012 года, которая была разработана Минэкономразвития России, претерпела изменения. В дорожной карте «Совершенствования таможенного администрирования», подробно расписаны методы совершенствования и улучшения работы таможенных органов, акцентировано внимание на пополнении бюджета и развитие внешнеторговых отношений с различными странами [1,4].

Таможенное дело развивается и сегодня. В таможенном деле есть свои недостатки, но, тем не менее, можно с уверенностью сказать, что таможенное дело сформировалось как основа для регулирования внешнеэкономической деятельности. В дальнейшем таможенное дело будет претерпевать изменения,

связанные с изменениями условий внешнеэкономической деятельности и международными отношениями на глобальном уровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Костин А.А., Костина О.В. Совершенствование института таможенного контроля в проекте Таможенного кодекса ЕАЭС // Таможенные чтения – 2015.
2. <http://www.eurasiancommission.org/ru/Pages/default.aspx> – официальный сайт Евразийской Экономической Комиссии.
3. Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2012 № 2575-р «О Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года».
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 14.12.2005 №2225-р «Об утверждении концепции развития таможенных органов Российской Федерации».

ВЛИЯНИЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ

Барсуک Е. С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Научно-технический прогресс (НТП) играет важную роль в развитии экономики каждой страны. Именно он является основным средством повышения эффективности производства. При помощи НТП обеспечивается экономический рост, решаются социальные задачи государства.

Сегодня экономика любого государства подвержена влиянию глобализации. В результате мир преобразовывается в единую глобальную систему. И, безусловно, НТП воздействует на деятельность всех хозяйственных субъектов в этом процессе. Как результат, мы видим увеличение общей производительности, повышение качества изготавливаемой продукции и оказываемых услуг, рациональное использование природных ресурсов.

Многие связывают НТП с понятием инновационного процесса, который затрагивает науку, технику, экономику, предпринимательство и управление. Таким образом, происходит объединение всего комплекса отношений: производства, обмена, распределения и потребления.

Научно-технический прогресс также связан с понятием инвестиционного процесса. Финансирование проектов является важной составляющей на этапе их реализации. По размерам абсолютных расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) можно судить

о том, насколько сильно страна уделяет внимание развитию научно-технического потенциала.

В России данная ситуация обстоит не лучшим образом. В последние время происходит сокращение затрат на исследования и разработки. Доля НИОКР в статье расходов крупных отечественных компаний значительно меньше, чем у их иностранных конкурентов.

Внутренние затраты на НИОКР по приоритетным направлениям Российской Федерации представлены в виде рисунка 1 [1].

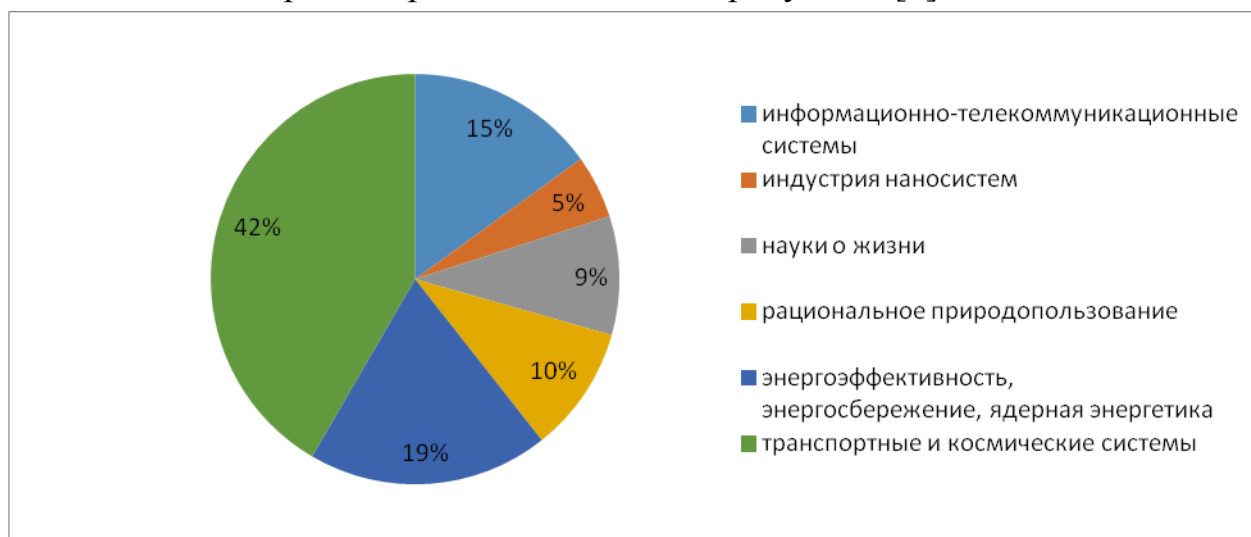


Рисунок 1. Внутренние затраты на НИОКР по РФ по приоритетным направлениям развития науки и техники за 2016 г.

Из рисунка 1 видно, что больше часть расходов идет на развитие транспортной и космических систем, затем на энергосбережение и ядерную энергетику и на информационно-телекоммуникационные системы.

Россия не является лидером среди стран по внутренним затратам на НИОКР. Лидерство в этой области принадлежит Соединенным Штатам Америки. Их затраты составляют более 500 млрд. долларов США, что в несколько раз больше, чем в Германии, Корее, Франции, Великобритании вместе взятых.

Если рассматривать внутренние затраты на НИОКР в процентах от ВВП в целом, то результаты представлены в таблице 1 [1].

Таблица 1.

Затраты на НИОКР в процентах от ВВП по странам

Год	2014	2015	2016
Южная Корея	4.29	4.29	4.36

Израиль	4.11	4.3	4.2
Япония	3.4	3.59	3.45
США	2.8	2.74	2.82
Китай	2	2.1	2.9
Россия	1.03	1.07	1.1

Из таблицы 1 следует вывод, что лидирующими странами по отношению затрат на НИОКР в процентах от ВВП являются Южная Корея, Израиль и Япония, в которых данный показатель в 3-4 раза больше, чем в нашей стране.

В России промышленность и инфраструктура находятся на стадии развития. Происходит постепенная модернизация производства, заменяется устаревшее оборудование, разрабатываются компьютерные техники полного цикла. Большое внимание уделяется разработке эффективных стратегий производства.

Наша страна богата природными ресурсами. И большую часть экспорта составляют именно они. РФ является лидером в газовой промышленности и играет важную роль в энергообеспечении. Значительную долю российского экспорта занимают топливно-энергетические товары.

Проблема развития отечественного производства является наиболее актуальной. И на сегодняшний день уже есть результаты по разработке производственных технологий, которые представлены в таблице 2 [1].

Таблица 2.

**Разработанные передовые производственные технологии
по группам передовых производственных технологий в целом по России**

	2013	2014	2015	2016
Разработанные передовые технологии, всего	1434	1419	1404	1542
Проектирование и инжиниринг	425	446	358	402
Производство, обработка и сборка	518	508	550	509
Автоматизированная транспортировка материалов и деталей, а также осуществление автоматизированных погрузочно-разгрузочных операций	23	25	12	35
Аппаратура автоматизированного наблюдения и/или контроля	138	111	117	162
Связь и управление	207	203	235	288
Производственная информационная система	69	67	85	84

Интегрированное управление и контроль	54	59	47	62
---------------------------------------	----	----	----	----

Из таблицы видно, что большое внимание уделяется именно области производства и обработки, проектирования и инжиниринга, так как именно продукты этих отраслей в меньшей степени являются конкурентоспособными на мировом рынке. Как следствие ощущается острый недостаток в автомобильной продукции, высокотехнологичном оборудовании и приборах. В общей структуре импорта [3] России первое место занимает продукция машиностроения (в том числе – автомобилестроения). Далее следуют продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье для их производства и продукция химической промышленности, каучук, что говорит о недостаточном уровне развития сельского хозяйства и пищевой промышленности. Из этого следует вывод, что нужно преодолевать технологическое отставание в областях экономики.

Что же касается структуры экспорта, то она представлена в виде рисунка 2 [2].

Также следует отметить сферу IT-технологий. В эпоху информационных технологий, эта сфера деятельности приобретает все большую популярность. Одной из тенденций развития этой области является замедление сокращения расходов на IT. Также происходит сокращение ввоза иностранной продукции. Уже в следующем году ожидаются положительные сдвиги. Все большее развитие получают технологии больших данных и аналитики, решения в области интернета и высокотехнологичного оборудования, которое позволяет реализовывать подобную инфраструктуру [4].

Правительство проводит политику импортозамещения, максимально заменяя зарубежные товары российскими аналогами. Для того чтобы защитить отечественные компании, государство использует тарифные и нетарифные методы внешней торговли, которые помогают сократить импорт иностранной продукции.

На сегодняшний день отечественная продукция не является достаточно конкурентоспособной на мировом рынке. Поэтому целью является развитие существующих достижений в области науки и техники и выявление конкурентоспособных производств. Необходимо сокращать экспорт природных ресурсов и увеличивать долю высокотехнологичной продукции. Поэтому проблема расширения инструментов, способных эффективно проводить инвестиционную и инновационную деятельность, является особенно актуальной.

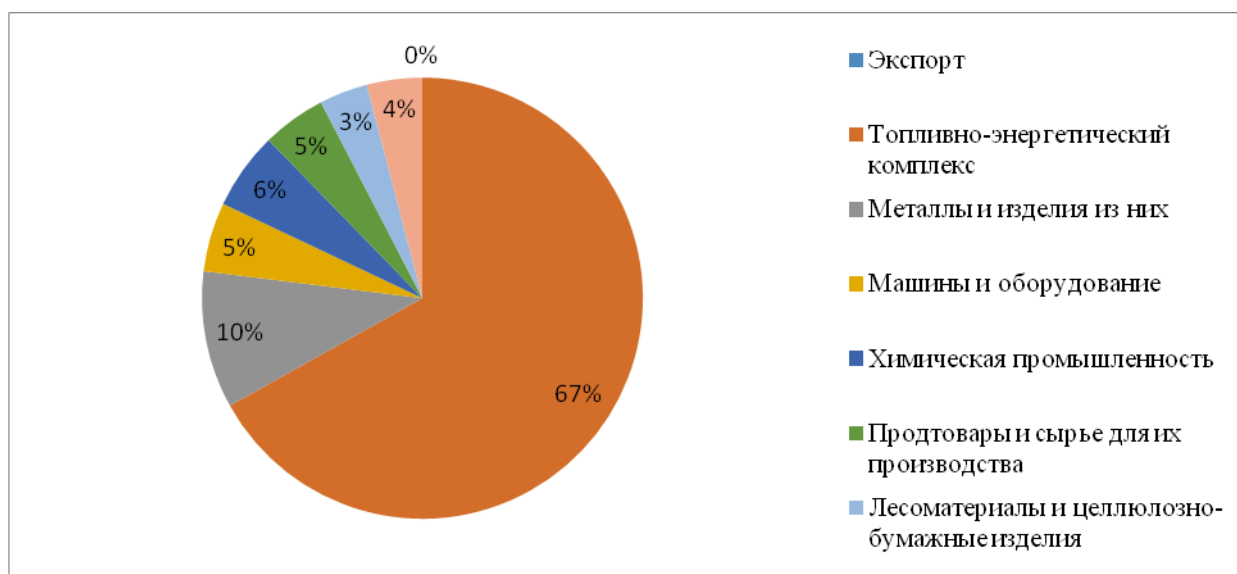


Рисунок 2. Товарная структура экспорта РФ за 2016 г.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Наука. Инновации. Информационное общество: 2016: краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, Ю.Л. Войнилов, Н.В. Городникова, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2016.
2. http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=25834&Itemid=1981
3. <http://data.trendeconomy.ru/>
4. http://www.cnews.ru/reviews/rynok_it_itogi_2016

РОЛЬ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ В ПОДГОТОВКЕ И ПРОВЕДЕНИИ ЧМ-2018

Блинова К.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Совсем недавно, а именно в 2014 году прошла зимняя Олимпиада в Сочи – событие, грандиозно представившее нашу страну на мировой арене. И вот уже следующим летом нам предстоит вновь доказать, что Россия не случайно выбрана организатором такого масштабного мероприятия, как Чемпионат мира по футболу.

В настоящее время идет активная подготовка и модернизация принимающих городов. Не теряет своей актуальности и нацеленность на вопросы безопасности, которыми на первых этапах занимаются таможенные

органы.

В марте этого года Владимир Булавин, руководитель ФТС, подписал приказ о создании оперативного штаба Федеральной таможенной службы России по координации деятельности таможенных органов при совершении таможенных операций и проведении таможенного контроля в отношении товаров, перемещаемых участниками и гостями чемпионата мира по футболу FIFA 2018 и Кубка конфедераций FIFA 2017 в России [1].

Штабы таможенных управлений и таможен будут действительно непосредственно в период подготовки и проведения мероприятий в области спорта. От них будет зависеть согласованность действий с организаторами и координаторами ЧМ-2018 в России и другими заинтересованными государственными органами и организациями.

Кроме того, ФТС установит инспекционно-досмотровые комплексы на стадионах, где будут проходить матчи в 2018 году.

Дело в том, что два года назад данный комплекс обнаружил 0,85 т гашиша, что был замурован в стрелу экскаватора. Именно по этой причине ИДК — это мощное оружие против контрабанды и террора.

Стоит отметить, что на время проведения матчей выделяют 10 инспекционно-досмотровых машин, которые сканируют при помощи рентгена автомобили и различные крупногабаритные грузы [2].

В мае 2017 года Коллегия ЕЭК приняла решение об упрощении порядка временного ввоза техоборудования и спортивного инвентаря, которые будут предназначены для обеспечения работы тех лиц, которые связаны с организацией, судейством, прессой на чемпионате мира по футболу. К этой же категории относятся и футбольные команды. Причем данное решение не имеет распространения на иные спортивные состязания.

Кроме того, решением утвержден упрощенный порядок заполнения декларации на товары и транзитной декларации. Появилась возможность использования в качестве деклараций транспортных, коммерческих и иные документов. Предусмотрели также отдельный классификатор для подобного рода оборудования. Это поможет уменьшить издержки организаторов и участников чемпионата, сделает проще ввоз и вывоз инвентаря и позволит оптимизировать действия таможенных органов в осуществлении таможенного контроля.

Коллегия ЕЭК одобрила и проект распоряжения Совета Комиссии «Об актах ЕЭК по вопросам регулирования общих рынков лекарственных средств и медицинских изделий в рамках ЕАЭС», где сформирован перечень из 25

нормативных актов, которые планируется принять в 2017-2019 годах.

На заседании Коллегии Комиссии также одобрили проект распоряжения Совета ЕЭК, предполагающий создание такой рабочей группы, которая обязана будет определить принципы, методы и технологии идентификации различных групп товаров (и путем маркировки контрольными знаками в том числе). Рабочая группа и привлекаемые к этому делу эксперты должны изучить потенциал действующих национальных систем идентификации и возможности их координирования через портал ЕЭК [3].

В этом году также одним из важнейших направлений является транспортное обеспечение ЧМ-2018. В преддверии чемпионата проводится целая программа по строительству и реконструкции объектов транспортной инфраструктуры в 11 принимающих городах, в число которых входит и Нижний Новгород. Вводятся новые маршруты автобусов; строятся две станции метро, которые ведут прямо к стадиону, где будут проходить матчи; реконструируются железнодорожный вокзал и подземные переходы; расширяется аэропорт. Все это требует контроля над безопасностью и комфорта в использовании.

В октябре состоялось заседание рабочей группы Росавиации, где обсудили готовность аэропорта «Стригино» к Чемпионату мира по футболу в 2018 году. Пресс-службой аэропорта было заявлено, что в дни игр количество взлетно-посадочных операций увеличится до 20 в час, а пропускная способность терминала вырастет до 1600 пассажиров в час.

В ходе совещания также поставили следующие задачи: разработать маршруты движения клиентских групп, согласовать с администрацией города график работы аэропорта с основными мероприятиями (доставлять болельщиков через определенные интервалы времени).

Стоит отметить, что в новом терминале аэропорта установлено 37 кабин паспортного контроля. Сейчас его пропускная способность составляет 740 человек в час, что практически в два раза больше, чем раньше. Это лишний раз подчеркивает, что в 2018 году пропускная способность аэропорта лишь увеличится.

Что касается старого терминала аэропорта «Стригино», то его планируется снести сразу после окончания футбольных матчей в 2018 году [4].

Таблица 1.

Пассажиропоток аэропорта [5]:

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Пассажиропоток	376 799	461 424	747 165	917 424	1 131 874	952 078	779 500

Подводя итог, стоит отметить, что таможенные органы играют одну из важнейших ролей в обеспечении безопасности страны на период Чемпионата мира по футболу, в связи с чем и принимаются ими необходимые меры для решения поставленных задач, помогающие сделать непростой процесс таможенного контроля более удобным для всех его участников.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт Федеральной таможенной службы Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <http://www.customs.ru> (дата обращения: 23.11.2017)
2. Портал о таможне [Электронный ресурс] URL: <https://customs.news/tamozhennaya-sluzhba-zajmyotsya-dosmotrom-na-stadionah-na-chm-2018> (дата обращения: 22.11.2017)
3. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/2-05-2017-1.aspx> (дата обращения: 22.11.2017)
4. Официальный сайт международного аэропорта Стригино [Электронный ресурс] URL: <http://goj.aero> (дата обращения: 23.11.2017)
5. Википедия – Стригино (аэропорт) [Электронный ресурс] URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Стригино_\(аэропорт\)#Пассажиропоток](https://ru.wikipedia.org/wiki/Стригино_(аэропорт)#Пассажиропоток) (дата обращения: 21.11.2017)

БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ TOYOTA НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

Звонилова О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Успех компании Toyota как на японском рынке, так и на международном заключается в стремлении производить продукцию высокого качества. Японцы верят, что нет предела совершенству, поэтому они постоянно борются за повышение качества производимой продукции. Такое отношение может быть выражено одним словом: «Кайзен», что означает «постоянное улучшение», и является ключом, который направляет их к идеалу. В настоящей статье

представлены стратегии компании Toyota, которые помогают завоевать господство на международных рынках.

Toyota Motor Corporation – многонациональная компания, выпускающая легковые, грузовые и коммерческие автомобили, автобусы, штаб-квартира которой находится в Тоёта (Япония). Toyota является одним из трех крупнейших азиатских автопроизводителей, конкурирующих с США на мировом рынке, наряду с компаниями Nissan Motors и Honda Motor. Также компания Toyota предоставляет финансовые услуги через свою дочернюю компанию Toyota Financial Services Corporation (TFSC) и осуществляет работу по другим направлениям. Автомобильная продукция реализуется под названиями Toyota, Scion и Lexus. Компании Toyota принадлежит контрольный пакет акций японской автомобилестроительной компании Daihatsu Motor и крупнейшему изготовителю грузовых автомобилей и автобусов Hino Motors, а также Denso – крупнейшей машиностроительной корпорации, специализирующейся на производстве автомобильных комплектующих.

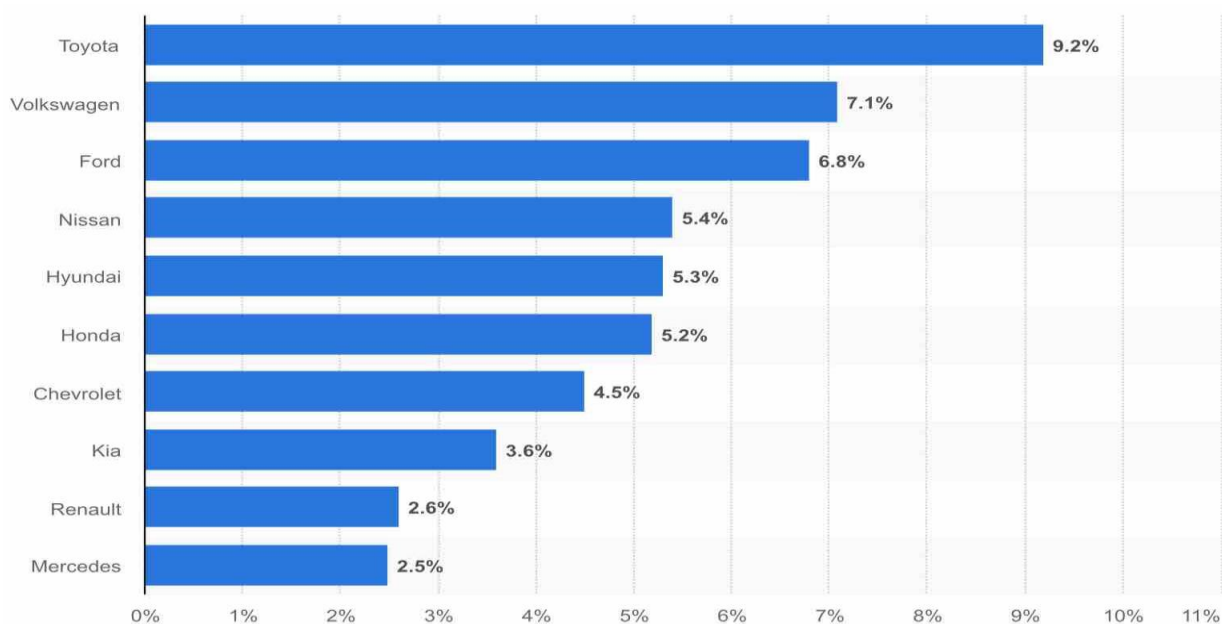
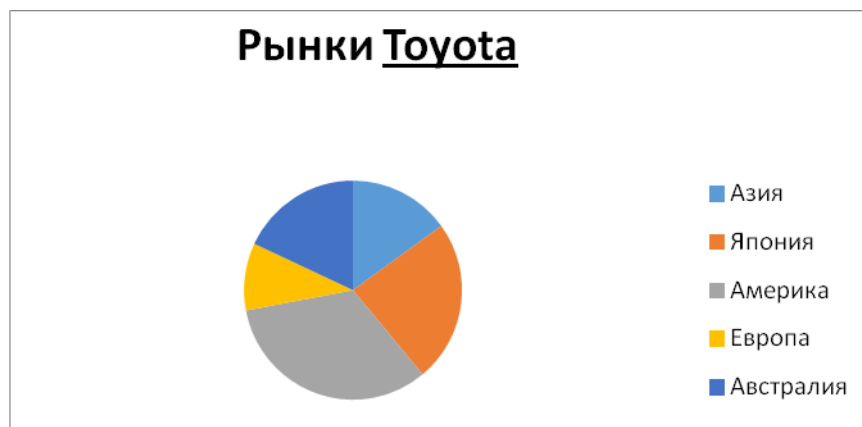


Рисунок 1. Доля мирового автомобильного рынка крупнейших мировых автопроизводителей в 2016 году

В 2016 году чистая прибыль компании Toyota составила 2173 млрд. иен, что на 140 млн. иен больше по сравнению с 2015 годом. Toyota ведет свой бизнес во всем мире с 53 зарубежными компаниями-производителями в 28 странах и регионах мира. Toyota имеет значительную долю на рынке США, Европы, Африки и Австралии. Компания имеет производственные и сборочные

заводы в Японии, США, Канаде, Индонезии, Польше, Турции, Франции, Бразилии и во многих других странах мира. Первоначально компания считалась региональным автопроизводителем. Тем не менее, Toyota развеяла этот миф за последние несколько десятилетий, завоевав большую долю рынка, особенно в США и Европе. На схеме представлены ключевые рынки Toyota на 2016 год.

Схема 1.



Японские инвесторы рассматривают Европейский рынок с целью удержания лидирующих позиций на мировой арене.

Toyota Motor – первый по величине мировой производитель автомобилей, который имеет шесть заводов и три фабрики на «старом континенте», в Великобритании, Франции, Польше, Турции и Чешской Республике, включают в общей сложности 317 тыс. сотрудников. На любой точке земли компания приносит годовую прибыль в миллион евро от заключения контрактов.

В Европе продажи автомобилей составили 0,84 млн. единиц или около 15% от общего объема продаж консолидированных автомобилей. Данные по европейским продажам также включают Западную Европу и Россию. В 2014 году было 17 производственных единиц японских автомобильных объектов в Европейском союзе, где производилось 1,3 миллиона автомобилей. По оценкам, эти инвестиции создали 200 000 новых рабочих мест.

Японские компании инвестируют также и в Россию, где открыто два завода: в Санкт-Петербурге завод выпускает Toyota Camry и Toyota RAV4, и на Дальнем Востоке – Toyota Land Cruiser Prado.

Несмотря на высокие продажи в Западной Европе, общеевропейские продажи Toyota снизились из-за падения продаж в России.

Северная Америка является крупнейшим рынком для Toyota, на долю которого приходилось около 33% от общего объема продаж консолидированных автомобилей в 2016 году. В течение финансового года

компания продала 2,8 миллиона единиц автомобилей в Северной Америке. В то время как Toyota наблюдала незначительное замедление на других ключевых рынках, включая Японию, Азию и Европу, за последние пару лет Северная Америка оставалась могучей страной с высокой рентабельностью.

Высокие продажи автомобилей и доходы от Северной Америки в основном были обусловлены сильным спросом на внедорожники. К данной категории относятся такие модели, как RAV4 и Lexus NX, которые и сыграли решающую роль для компании.

В 2016 году Toyota превзошла компанию Ford по продажам в США, находясь на втором месте после компании General Motors. Однако уже к концу 2016 года Toyota удастся стать мировым лидером по продажам автомобилей, потеснив при этом сильнейшего гиганта General Motors. Японский производитель продал 9,51 млн. единиц продукции, что на 0,25 больше по сравнению с его конкурентом. Компания General Motors – лидер автомобильного сектора, который поддерживал свои позиции в течение 8 десятилетий.

Причина, по которой Toyota становится мировым лидером – заинтересованность США к топливосберегающим транспортным средствам, что является уникальной и неповторимой технологией Японии.

На 2009 компания Toyota поставила для себя цель – продать 10,4 миллионов транспортных средств, это цифры установила бы новый рекорд в автомобильной промышленности, а также компании удалось бы побить предыдущее достижение General Motors, когда в 1978 году компания продала 9,55 миллионов транспортных средств по всему миру. Однако глобальный экономический кризис нарушил планы всех компаний, включая Toyota.

Гонка между компаниями General Motors и Toyota наблюдалась не только по количеству проданных автомобилей. Также с точки зрения показателя рентабельности, который указывал на значительное отставание компании General Motors по сравнению с Toyota, так как последняя компания, в свою очередь, инвестировала значительные средства в исследования и разработки новых моделей, что и обуславливало ее превосходство.

Toyota также имеет большое влияние в азиатских странах, таких как Индонезия, Малайзия, Филиппины, Тайвань и Индия. За 2016 финансовый год, продажи автомобилей в Азии составили 1,3 млн. единиц, т.е. около 15% от объема продаж консолидированных автомобилей в мире.

В начале 2010 года Toyota начала производство гибридного автомобиля Toyota Camry на австралийском рынке. В данной модели используется

одновременно двигатель внутреннего сгорания (ДВС) и электродвигатель. Ежегодно на заводе юго-восточной Австралии производилось приблизительно 10.000 единиц машин.

Toyota стала первым производителем, который выпускает автомобили с гибридной системой. Компания рассчитывала на растущий спрос на такие транспортные средства с гибридной системой, так как наблюдалось резкое увеличение цен на топливо.

Компания Toyota и большинство других японских производителей использует стратегию «Кайзен», что означает непрерывное улучшение, управление, деловую активность, производительность, конкурентоспособность и непосредственное участие всего штата компании, что оказывает огромное влияние на уровень качества продукции.

Toyota – мировой лидер в научных исследованиях и известна своими передовыми технологичными новинками.

Безопасность – приоритет для Toyota. Продвинутые электронные системы динамической стабилизации автомобиля помогают удерживать контроль над транспортным средством. Каждый автомобиль разрабатывается с учетом требований безопасности, используя передовое компьютерное моделирование и краш-тесты. Кузов и шасси разрабатываются таким образом, чтобы защитить от внешнего воздействия и обеспечить максимальную безопасность пассажира.

Используя в своих интересах возможности мирового рынка, Toyota учитывает особенности каждого рынка. Лозунг компании: «думай глобально, действуй локально» подразумевает осуществление бизнеса в глобальных масштабах, и в то же время, адаптацию к требованиям местных потребителей. Успех Toyota как на японском, так и на международных рынках, свидетельствует о производстве продукта высокого качества, постоянном совершенствовании, использовании новых технологий, регулярном выпуске новых моделей, а также должном внимании к окружающей среде и заботе о потребителе.

Учитывая глобальную стратегию компании, выпуск уникальной продукции, проведение исследований, непрерывное повышение качества, технологические инновации, а также уважение к потребителям во всем мире, можно смело утверждать, что Toyota Motors Company завоевала целый мир.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт «statista.com» в режиме доступа:
<https://www.statista.com/statistics/316786/global-market-share-of-the-leading-automakers/>

2. Официальный сайт «<http://marketrealist.com>» в режиме доступа: <http://marketrealist.com/2016/05/toyota-became-worlds-largest-automaker/>

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ, ПОЗИЦИЯ ГОСУДАРСТВА НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Касаткина О.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В статье предоставлен анализ структуры и динамики внешней торговли Китая, его главных торговых партнеров, а также рассмотрена экономическая ситуация в государстве по итогам первой половины 2017 года. Актуальность темы обусловлена важной ролью, которую играет современный Китай на мировой арене. Цель исследования – провести анализ показателей внешней торговли КНР и на его основе охарактеризовать экономику страны на современном этапе.

В конце 20 века Китай неожиданно для всех государств мира стал набирать обороты внешней торговли и занял значимое место на мировом рынке. Уже в начале 21 века КНР являлась:

- первой мировой индустриальной сверхдержавой по объёмам промышленного производства;
- космической державой;
- ядерной державой.

Экономика страны и по сей день растёт, в 2016 году она заняла 2 место в мире по объёму ВВП. Стоит так же отметить, что в этом же году Китай являлся крупнейшим в мире экспортёром, его объёмы составили 14.3% мирового экспорта, а крупнейшим торговым потоком экспорта товаров в данный период являлся экспорт из Китая в США, который составил 385 млрд. долларов или 2.63% экспорта мира [1].

Главными торговыми партнёрами государства на протяжении долгого времени являются: США, Южная Корея, Гонконг, Япония и Германия.

В 2016 году экспорт КНР был представлен следующими товарными группами (рис. 1):

1. 85 – Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для

записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, их части и принадлежности (550 млрд. долл.).

2. 84 – Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части (345 млрд. долл.).
3. 94 – Мебель; постельные принадлежности, матрацы, основы матрацные, диванные подушки и аналогичные набивные принадлежности мебели; лампы и осветительное оборудование, в другом месте не поименованные или не включенные; световые вывески, световые таблички с именем (87 млрд. долл.).
4. 61 – Предметы одежды и принадлежности к одежде, трикотажные машинного или ручного вязания (74 млрд. долл.).
5. 62 – Предметы одежды и принадлежности к одежде, кроме трикотажных, машинного или ручного вязания (72 млрд. долл.).

Структура экспорта, 2016 год

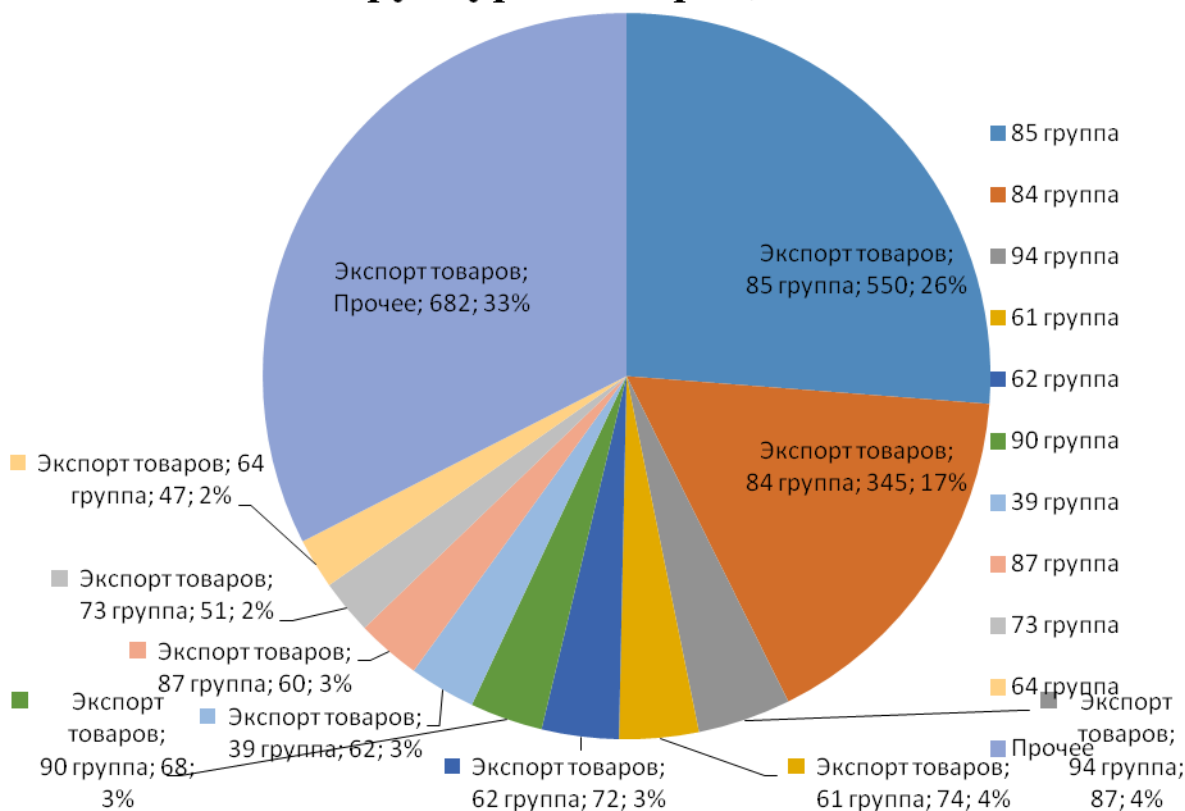


Рисунок 1. Структура экспорта, 2016 год. Рассчитано по [2].

В то время, как импорт в основном состоял из следующих товарных групп (рис. 2):

1. 85 – Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, их части и принадлежности (412 млрд. долл.).

2. 27 – Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки; битуминозные вещества; воски минеральные (176 млрд. долл.).
3. 84 – Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части (145 млрд. долл.).
4. 90 – Инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, прецизионные, медицинские или хирургические; их части и принадлежности (94 млрд. долл.).
5. 26 – Руды, шлак и зола (94 млрд. долл.).

Структура импорта, 2016 год

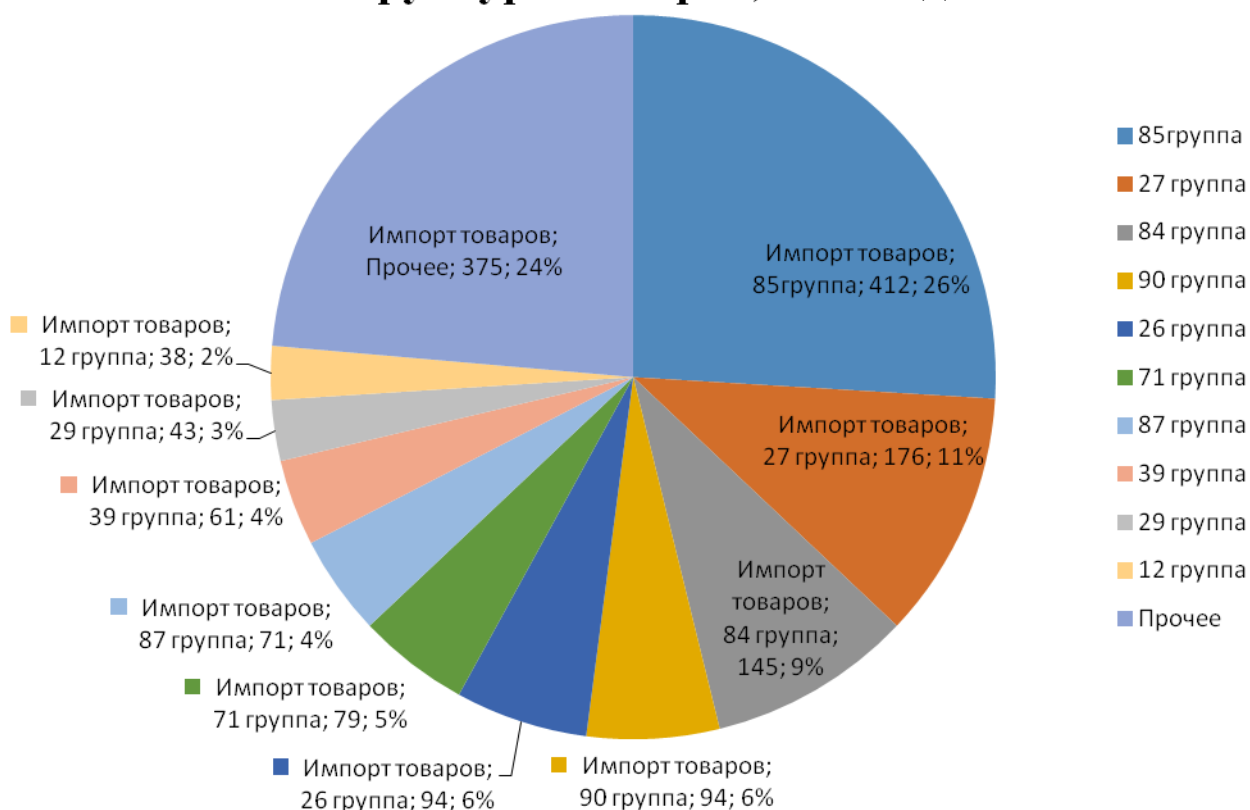


Рисунок 2. Структура импорта, 2016. Рассчитано по [2].

Рассмотрим динамику внешней торговли государства, а также выявим некоторые факторы, так или иначе влияющие на её показатели.

С 2010 по 2014 год шёл непрерывный рост объёмов экспорта и импорта, это было обусловлено планомерным развитием экономики государства и наращиванием объёмов производства товаров. В 2015 году рост прекратился и, напротив, приобрёл отрицательное значение, однако сальдо внешней торговли и по сей день является положительным, что, несомненно, хороший показатель для китайской экономики (табл. 1).

Таблица 1

Динамика экспорта и импорта КНР (цепной метод), 2010 – 2016 гг.

Год	Экспорт, млрд. долл.	Темп роста экспорта	Темп прироста экспорта	Импорт, млрд. долл.	Темп роста импорта	Темп прироста импорта
2010	1578	-	-	1396	-	-
2011	1898	1.203	20.28%	1743	1.249	24.86%
2012	2049	1.080	7.96%	1818	1.043	4.30%
2013	2209	1.078	7.81%	1950	1.073	7.26%
2014	2342	1.060	6.02%	1959	1.005	0.46%
2015	2273	0.971	-2.95%	1680	0.858	-14.24%
2016	2098	0.923	-7.70%	1588	0.945	-5.48%

Рассчитано по [3].

Снижение темпов роста было обусловлено следующими причинами:

- обвал фондовых рынков в 2015 году;

Народный Банк КНР принял решение снизить курс национальной валюты относительно доллара для нормализации экономики, а если помнить, что 80% валютных доходов государства дает именно экспорт, то сразу становится понятно, как данное событие отразилось на внешней торговле страны.

- экономическое вмешательство;

Влияние государства на экономику достаточно велико, отчего рынок не способен к саморегулированию. Как говорил Милтон Фридман, решение проблемы правительством – обычно так же плохо, как и сама проблема, а зачастую делает её ещё хуже [4].

- инновации.

На современном этапе национальная экономика Китая претерпела некоторые изменения, а именно перешла на новую модель своего развития. Если ранее весь упор уделялся исключительно на производство и инвестирование, то сейчас главное внимание смещается в сторону инноваций. На этом фоне снизился темп роста экономики страны в целом, что незамедлительно оказало своё влияние на внешнюю торговлю.

По результатам первой половины 2017 года во внешней торговле наметился рост, а также стабилизировалась общая экономическая ситуация в стране. За первое полугодие экспорт увеличился на 8.5%, импорт – на 18.9%. Данный прирост торговли стал неожиданным как для Китая, так и для всего мира. В конце 2016 года в это верилось слабо. Подавляющее большинство

китайских экономистов полагало, что депрессивное состояние внешней торговли в 2017 году будет сохраняться [5].

Сейчас экономика страны претерпевает большие изменения, которые, возможно, продлятся ещё какое-то время. Этот фактор оказывает на внешнюю торговлю очень сильное влияние, так как именно сейчас китайский рынок как никогда подвержен воздействию извне. По планам правительства КНР на ближайшие годы, внешняя торговля, как и экономическая ситуация в целом, будет находиться в довольно стабильном состоянии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мировой Экспорт товаров в 2016 году [Электронный ресурс] // TrendEconomy. URL: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/commodity_h2 (дата обращения: 17.11.2017)
2. Экспорт и импорт товаров из Китая в 2016 году [Электронный ресурс] // TrendEconomy. URL: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/h2?kf=kfv_trade_h2&time_period=2016&commodity=TOTAL&reporter=China&trade_flow=Export,Import&partner=World&indicator=nw,tq,tv,tv_prev_change_rel (дата обращения: 17.11.2017)
3. Uncomtrade ANALYTICS [Электронный ресурс] – URL: <https://comtrade.un.org/labs/data-explorer/> (дата обращения: 17.11.2017)
4. Friedman, Milton An Economist's Protest. – Thomas Horton & Daughters, 1975. – 318 с.
5. Цыплаков Сергей. Внешняя торговля Китая пытается обрести былую уверенность [Электронный ресурс] // ИнтерФакс. URL: <http://www.interfax.ru/business/574489> (дата обращения: 19.11.2017.)

КОНТРАБАНДА – УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ!

Кириллова Н.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной проблемы обусловлена угрозой экономической безопасности государства путем нелегального ввоза товаров на территорию страны.

Международная торговля является одним из движущих факторов развития мировой экономики. Ежедневно экспортируется и импортируется большое количество товаров в разных странах. Для анализа состояния, тенденции развития и динамики внешней торговли Российской Федерации, а

также контроля за поступлением таможенных платежей в федеральный бюджет таможенные органы ведут сбор и обработку сведений о перемещении товаров через таможенную границу. Например, в сентябре 2017 года стоимостной объем импорта России товаров из стран дальнего зарубежья составил 17 332.4 млн. долларов США и по сравнению с августом 2017 года снизился на 11.0 процентов [1].

Перемещение товаров через таможенную границу во всех случаях связано с соблюдением субъектами внешнеэкономической деятельности определенных условий и требований, установленных законодательством. Но эти условия и требования не всегда соблюдаются.

В соответствии с Таможенным кодексом ТС термин «импорт» взаимозаменяется понятием «выпуск для внутреннего потребления», который обозначает таможенную процедуру, при которой на территории ТС иностранные товары находятся и используются без ограничений по их пользованию и распоряжению [2]. Импорт – учётный показатель официальной таможенной статистики, который содержит данные как о торговле по реальным, так и по заниженным ценам. Последняя ситуация описывает «серый импорт».

Суть «серого импорта» — имитация легальной деятельности предпринимателей, при которой товары, которые провозятся в страну с занижением тарифных платежей за счет недостоверного декларирования, приобретают статус легальных. Но если рассматривать данное понятие с точки зрения Таможенного и Уголовного кодексов, то можно назвать «серый импорт» простым словом – «контрабанда» [3], несмотря на то, что ввозится оригинальный товар, и за рубежом он на абсолютно законных основаниях был произведен и реализован самим правообладателем, либо третьим лицом с его согласия.

Конечно же, на современном этапе существует достаточно много схем «серого импорта», самыми популярными из которых являются: занижение таможенной стоимости товаров, количества ввозимого товара; также намеренное недостоверное декларирование товаров, а именно неверное описание, изменение года изготовления, страны происхождения, кода ТНВЭД на товар и подделка документов на купленный товар. Состав участников определяет используемая схема серого импорта, которая зависит от каждого конкретного случая: в одном случае достаточно предпринимателю договориться с таможней, в другом используются подставные фирмы

однодневки, делающие путь товара от производителя к потребителю непрозрачным.

Несмотря на то, что из-за данных манипуляций в Таможенный бюджет поступает меньше тарифных платежей, российские импортеры пытаются найти себе оправдание. По их мнению, они используют «серые схемы» по причине неоправданно жесткого контроля государственными органами за таможенными и валютными операциями. Кроме того, серые схемы значительно экономят время и нервы, а главное – деньги, избегая всей этой громоздкой бюрократической волокиты.

Однако, прибегая к данным схемам и рассчитывая на везение, пытаюсь тем самым упростить таможенные процедуры и уменьшить затраты, связанные с уплатой таможенных пошлин, товар, который они импортируют по «серой схеме», является контрафактным товаром. То есть нарушается установленный таможенным законодательством порядок перемещения товаров через таможенную границу. В связи с этим данное перемещение является незаконным и рассматривается по делу «контрабанда». По итогам работы за 2016 год таможенными органами Российской Федерации возбуждено 2 235 уголовных дел. Из общего числа уголовных дел по статье 229.1 Уголовного кодекса Российской Федерации (контрабанда наркотических средств, психотропных веществ или аналогов, растений, содержащих наркотические средства, психотропные вещества или их прекурсоры) возбуждено 342 дела (399); по статье 226.1 УК РФ (контрабанда сильнодействующих, ядовитых, отравляющих, взрывчатых, радиоактивных веществ, огнестрельного оружия или его основных частей, взрывных устройств, боеприпасов, оружия массового поражения, средств его доставки, иного вооружения, иной военной техники, стратегически важных товаров и ресурсов, культурных ценностей либо особо ценных диких животных и водных биологических ресурсов) – 528 дел (544); по статье 200.2 УК РФ (контрабанда алкогольной продукции и (или) табачных изделий) – 32 дела (25); по статье 200.1 УК РФ (контрабанда наличных денежных средств и (или) денежных инструментов) – 60 дел (88) (диаграмма 1).

Диаграмма 1.



Примером может служить знаменитое «Хоргосское дело» - громкое уголовное дело в Казахстане 2013 года, когда из 36 тысяч фур, которые по данным китайской стороны, отправились в Казахстан, по дороге «исчезли» 30 тысяч. То есть задекларировано было менее 20% проехавших через таможенную границу грузовиков. Сборы со всех «пропавших» грузов поступали не в бюджет страны, а в карманах коррупционеров.

В настоящее время проблема фальсификации и контрафакта приобрела национальные масштабы и ставит под угрозу экономическую безопасность государства. Ответственность взяла на себя Федеральная таможенная служба (ФТС), которая законодательно регулирует ввоз на территорию РФ фальсифицированной и контрафактной продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сайт ФТС России
2. "Таможенный кодекс Таможенного союза" (ред. от 08.05.2015)
3. Статья 188 УК РФ от 13-06-96 63-ФЗ (ред. от 14-03-2002)
4. "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017)
5. Интервью ChinaLogist с руководителем компании «ВЭД Агент» Александром Дегтяревым об изменениях внешнеэкономической деятельности в связи с приказом № 280 ФТС «О повышении эффективности контроля таможенной стоимости в рамках применения системы управления рисками», который вступил в силу 16 февраля.
6. Статья таможенного представителя «САННА-ЛИТЕР Таможенный Брокер»
7. <http://chinalogist.ru/book/articles/analitika/ottenki-serogo-importa>
8. <http://all-import.ru/notes/osobennosti-peremeshheniya-tovarov-cherez-tamozhennuyu-granicu-pri-importe/>

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ПАРТНЕРСТВА «ТАМОЖНЯ-БИЗНЕС» НА ОСНОВЕ РАМОЧНЫХ СТАНДАРТОВ ВТО

Кочеткова А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Мировая торговая система – это необъятная система взаимных торговых связей, контролировать которую крайне сложно. Из-за этого данная она нередко подвергается различным преступным посягательствам, что наносит ущерб мировой экономике в целом. И стремительное развитие современных технологий только способствует этому.

В связи с этим перед таможенными службами, так как именно они являются государственными организациями, контролирующими международные грузовые потоки и управляющими ими, поставлена серьезная задача - повышение безопасности мировой цепи поставок товаров и способствование социально-экономическому развитию посредством сбора доходов и облегчения торговли.

Следует отметить, что работа над этой глобальной проблемой уже начата. Всемирная таможенная организация (ВТО), которая является единственной межправительственной организацией в сфере таможенного дела, разработала режим, который позволит повысить безопасность международной торговли и облегчить ее. Данный режим представляет собой набор принципов и стандартов, которые имеют название Рамочные стандарты безопасности и облегчения мировой торговли.

Рамочные стандарты имеют две «опоры»: система соглашений между таможенными службами и партнерских отношениях между таможенными службами и предпринимательским сообществом [2].

Обе эти «опоры», несомненно, важны. Но, по моему мнению, именно развитие прочных, доверительных, откровенных отношений между таможенными службами и предпринимательским сообществом является самым важным звеном в выстраивании качественной и безопасной системы мировой торговли. Как бы слажено ни работали все таможенные службы мира, огромная ответственность лежит именно на частных компаниях. Без их заинтересованности и участия в разработке режима повышения уровня безопасности и ускорения и облегчения международной торговли, таможенные службы никогда не смогут добиться поставленных целей. Они не в состоянии проследивать абсолютно каждый торговый путь вплоть от производителя до

покупателя в мельчайших подробностях. Ведь товар не всегда находится под таможенным контролем. Например, в пункте загрузки контейнеров, на погрузочных площадках зарубежного изготовителя, а также по мере передвижения контейнера между узлами цепи поставок товаров. Именно в этих промежутках процесса перемещения товара ответственность на себя должны брать компании.

Таким образом, частные компании должны взять на себя задачу по обеспечению высокой степени гарантий безопасности тех моментов товарных поставок, что касаются непосредственно их. Таможенные службы, со своей стороны, будут предоставлять компаниям различного вида льготы. Они могут быть в форме оптимизации издержек цепи поставок товаров за счет эффективного решения вопросов безопасности, повышения репутации организации, расширения деловых возможностей, ускоренного прохождения грузов незначительного риска через таможню, более полного понимания таможенных требований и более тесный контакт между компанией и таможенной службой.

ВТО разработало 6 стандартов, позволяющие вывести партнерские отношения «таможня-бизнес» на новый уровень.

Стандарт 1 – Партнерство

Он заключается в совместном определении и документальной фиксации соответствующих партнерских мер по повышению безопасности, которые будут реализовываться. Совместно подготовленный документ о партнерстве между таможней и компанией должен содержать конкретно сформулированные и проверяемые процессы.

Стандарт 2 - Безопасность

Его суть в использовании компаний в своей деятельности наиболее эффективных методов обеспечения безопасности.

Стандарт 3 - Предоставление полномочий

Таможенные службы должны тесно сотрудничать с бизнес-партнерами с целью определения совместных выгод, которые могут быть получены за счет совместного участия в безопасной цепи поставок товаров.

Стандарт 4 - Технология

Этот стандарт предполагает обеспечение сохранности груза и контейнеров посредством использования современных технологий.

Стандарт 5 - Коммуникация

В соответствии с ним таможенные службы должны постоянно отслеживать реализацию программы «таможня-бизнес» и обсуждать все

возникающие вопросы, сомнения и спорные моменты с торговыми партнерами и всеми участниками международной цепи поставок товаров.

Стандарт 6 – Облегчение

Таможенные службы должны стремиться к принятию или изменению положений и внедрению процедур, способствующих упрощению таможенного оформления, как для облегчения торговли, так и для выявления грузов повышенного риска с целью принятия адекватных мер [2].

Данные стандарты были приняты генеральными директорами Таможенных служб, представляющих Членов ВТО в июне 2005 года на Ежегодной сессии Совета Всемирной таможенной организации в Брюсселе.

Через год в Российской таможенной академии состоялся международный семинар-совещание «Рамочные стандарты безопасности и содействия мировой торговле», организованный Управлением таможенного сотрудничества ФТС России. Методическую и практическую помощь участникам совещания оказывали эксперты Всемирной таможенной организации – Саймон Роялс и Сами Гардемейстер, представители таможенных служб Великобритании и Финляндии [3].

Наша страна в действительности начала работу над программой повышения уровня безопасности и упрощения торговых операций.

Согласно Рамочным стандартам, частная компания, согласившаяся следовать требованиям таможенных служб, касающихся обеспечения безопасности, обретают статус уполномоченного экономического оператора (УЭО). Определение УЭО сформулированное ВТО: УЭО – это сторона, задействованная в международном перемещении товаров, выступающая в любой из функций, которая была одобрена национальной таможенной администрацией или от ее имени, как функция, соответствующая стандартам безопасности цепи поставок товаров ВТО или эквивалентным стандартам [2].

В РФ шагом к реализации рамочных стандартов ВТО стало создание реестра УЭО в 2010 году. Но, к сожалению, данная программа на сегодняшний день все еще находится в начальной стадии развития.

Во-первых, она действует только на территории России. Сфера ее действия не распространяется даже на страны ЕАЭС.

Во-вторых, как показывает статистика, на территории РФ программа также не находит широкого распространения. Данные ФТС России свидетельствуют о том, что на 01.07.2017 года в реестре УЭО всего 158 российских компаний имеют действующее свидетельство, подтверждающее их статус [5].

Все это говорит о том, что на данном этапе у России не получается заинтересовать торговых партнеров в совместной работе над совершенствованием торговых процессов.

В первую очередь это связано с проблематичностью присвоения статуса УЭО. В настоящее время программа УЭО действует в 69 странах. Посмотрев условия присвоения статуса в таких государствах, как США, Канада, Китай и в странах ЕС, можно увидеть, что они значительно отличаются от тех, что приняты в нашей стране. Если в зарубежных странах упор делается на детальную проверку документов участников программы, на их способности использования современных технологий для обеспечения безопасности данных и на предоставлении ими информации о своих торговых стратегиях [4], то в нашем государстве условия имеют денежную основу, так как для получения статуса УЭО компания должна предоставить обеспечение уплаты таможенных пошлин и налогов на сумму 1 миллион евро, так же у нее должны отсутствовать неисполненные или просроченные обязанности по их уплате [1]. Подобных требований нет ни в одном крупном государстве, использующем программы УЭО. Их требования действительно приближены к Рамочным стандартам ВТО, в отличие от наших отечественных.

Также не побуждает российские компании примкнуть к данной программе малое количество упрощений и низкая степень их важности. Главная идея упрощений зарубежных государств ускорение товарных процессов, посредством сокращения количества проверок товарных партий и документации, уменьшения набора данных, ускорение процесса таможенного оформления [4]. В РФ таких упрощений не предусмотрено.

Следовательно, перед ФТС России стоит важная задача по развитию программы УЭО для начала на территории государства, затем по продвижению ее в ЕАЭС, а после рассматривать возможность ее интегрирования в мировое пространство. Российской программе УЭО следует с большей внимательностью отнестись именно к аспекту безопасности – выставлять больше требований к компаниям по обеспечению документальной безопасности с использованием современных технологий и безопасности при хранении, транспортировке товара. Также таможенные органы не должны терять связь с бизнес-партнерами, всегда быть готовыми к обсуждению вопросов, представляющих интерес для обеих сторон, проводить консультации и тренинги, с целью оказания помощи компаниям, которые собираются вступить в программу, и предлагать партнерам выгодные условия сотрудничества, т.е. большее и разнообразное количество упрощений. Можно

предположить, что только так возможно вывести внешнеэкономическую деятельность нашей страны на новый уровень.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Таможенный кодекс Таможенного союза: текст с изменениями и дополнениями на 2017 год. – Москва: Эксмо, 2017. – 192 с. (статьи 38-41).
2. Рамочные стандарты безопасности и облегчения мировой торговли [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wcoomd.org/~media/50518838DCAD4D4B9600B3E94F37C663.ashx> (дата обращения: 13.10.2017).
3. Программа «Колумб» в действии [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=4045:Программа%20«Колумб»%20в%20действии&catid=40:2011-01-24-15-02-45 (дата обращения: 18.10.2017).
4. Некрасов Д.В. Административно-правовой статус уполномоченного экономического оператора [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://teloneum.ru/wp-content/uploads/2015/09/Д.В.-Некрасов_УЭО_зарубежный-опыт.pdf (дата обращения: 22.10.2017)
5. Реестр уполномоченных экономических операторов [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ved.customs.ru/index.php?id=1690&Itemid=1971&option=com_content&view=article (дата обращения: 23.10.2017).

МИРОВОЙ РЫНОК АУТСОРСИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Красильная П.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

По данным многих исследований и наблюдений, аутсорсинг является одним из самых перспективных направлений развития рынка услуг. Причин, по которым одни компании передают определённый набор функций другим компаниям достаточно много. Основная из них: аутсорсинг положительно влияет на работу организации в целом, оптимизирует деятельность предприятия и на долгое время обеспечивает их конкурентоспособность. Ученые Института аутсорсинга в США (Outsourcing Institute, USA) неоднократно исследовали эффективность этого явления и выявили ряд функций, наиболее часто передаваемых компаниями на аутсорсинг. К ним относятся: ведение бухгалтерского учёта, транспортные услуги, переводческие услуги, обеспечение функционирования офиса, обеспечение безопасности.

Помимо того, что аутсорсинг обеспечивает конкурентное преимущество, он позволяет сократить внутренние издержки предприятия, а также обеспечить высокое качество работ за счёт высококвалифицированных сотрудников поставщика услуг аутсорсинга.

В последнее время спрос на услуги аутсорсинга растёт как внутри страны, так и за рубежом. Современная высококонкурентная среда, в которой работают современные предприятия, является мощным стимулом для фирм к использованию аутсорсинга. Кроме того, экономическая глобализация облегчает фирмам процесс поиска на открытом глобальном рынке возможностей использования аутсорсинга вместо выполнения некоторых функций самостоятельно.

Роль практики аутсорсинга в процессе экономической глобализации является ведущей, по мнению многих международных консалтинговых компаний. Большинство стран стремятся к приобретению статуса привлекательного объекта для аутсорсинг бизнес-процессов. К примеру, в последние годы особое внимание уделяется укреплению позиций стран Юго-Восточной Европы в качестве привлекательных платформ для аутсорсинга и, в самом деле, большинство новых государств-членов ЕС уже получили инвестиции для реализации аутсорсинг-проектов.

Самым распространённым и эффективным видом аутсорсинга как в России, так и за рубежом является ИТ-аутсорсинг (ИТО). Этот вид предполагает делегирование внешней специализированной компании решение вопросов, связанных с разработкой, внедрением и сопровождением информационных систем как целиком на уровне инфраструктуры предприятия (сопровождение оборудования или ПО), так и объёмов работ, связанных с развитием и/или поддержкой функционирования отдельных участков системы (программирование, хостинг, тестирование и т. д.).

По итогам 2015 года TAdviser (крупнейшая в России база знаний о технологиях, ИТ-проектах и профессионалах отрасли) зафиксировал рост российского рынка ИТ-аутсорсинга на 15%, объём рынка достиг 76,2 млрд. рублей. По итогам 2016 года и в 2017 году ожидается аналогичная динамика, в соответствии с рисунком 1.

TADVISER

**Динамика российского рынка
ИТ-услуг и ИТ-аутсорсинга, млрд руб.**

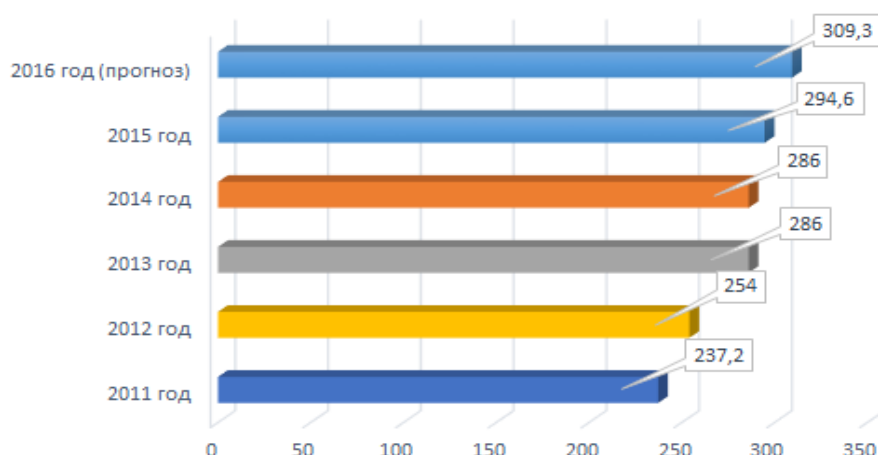


Рисунок 1. Динамика российского рынка ИТ-услуг и ИТ-аутсорсинга [2].

Сегмент ИТ-аутсорсинга можно назвать одним из самых перспективных направлений для ИТ-рынка в современных экономических условиях. ИТ-аутсорсинг, а также все остальные виды аутсорсинга имеют многочисленные преимущества и позволяют компаниям удачно реализовать основную цель их предпринимательской деятельности, получая при этом выручку в многократном размере, в соответствии с таблицей 1. Более того, помимо окупаемости и значительной прибыли от аутсорсинг-проектов, этот процесс затрагивает целый ряд социально-экономических проблем, таких как безработица и потеря рабочих мест.

Таблица 1.

Выручка компаний на рынке ИТ-аутсорсинга в 2014-2015 годах [2]

№	Компания	Выручка от проектов за 2015 г., тыс. руб.	Выручка от проектов за 2014 г., тыс. руб.	Динамика 2014-2015, %
1	Ланит	12 028 504	9 932 704	21,1
2	Мауког	10 629 440	10 893 023	-2,4
3	Инфосистемы Джет	5 768 890	5 176 863	11,4
4	Крок	5 321 294	4 641 763	14,6
5	ICL Services	3 765 775	3 218 574	17,0
6	AT Consulting	2 201 431	1 075 562	104,7
7	Амтел-Сервис	1 847 000	336 000	449,7
8	АМТ-Груп	1 142 227	933 190	22,4
9	АйТи	980 000	885 000	10,7
10	БФТ	858 656	796 444	7,8
11	Астерос	752 708	901 649	-16,5
12	СимбирСофт	82 694	64 329	28,5

TAdviser 2016

В мировой практики на сегодняшний день к ИТ-аутсорсингу прибегают такие крупные компании как Procter & Gamble и General Motors (Beulen et.al.,

2005). Основные причины их выбора в пользу аутсорсинг-проектов: финансовые сбережения, стратегическая направленность, доступ к передовым технологиям, улучшение уровня обслуживания, доступ к специализированным экспертным знаниям и организационная политика (Belcourt, 2006). Что касается мирового экономического лидера США, то самым известным примером использования аутсорсинга является американская авиакомпания Virgin America. Ремонт и обслуживание самолетов, доставку багажа, бронирование билетов, обеспечение пассажиров питанием и множество других функций в Virgin America выполняют не штатные сотрудники, а временные работники или сторонние подрядчики, именно поэтому с размером выручки этой организации не может конкурировать ни одна другая авиакомпания Америки.

Международный аутсорсинг может обеспечить потенциально выгодные результаты, ориентированные на любые гибкие альтернативы для решения внутриорганизационных проблем (например, улучшение внутренних бизнес-процессов за счет приобретения управленческих ноу-хау от развитых бизнес-организаций, имеющих стратегические интересы при передаче своей деятельности странам-поставщикам). В частности, оценка влияния аутсорсинга на развитие людских ресурсов может быть проведена в отношении повышения квалификации, специализации труда и эффективности деловой активности. Этот процесс предполагает стабилизацию тенденции перехода аутсорсинга от краткосрочной управленческой тактики к долгосрочной стратегической перспективе, на основе которой могут быть установлены стратегические партнерские отношения между отечественными поставщиками и иностранными аутсорсерами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Электронная статья Associate Prof. Matilda Alexandrova, PhD «INTERNATIONAL OUTSOURCING: INCENTIVES, BENEFITS AND RISKS FOR THE COMPANIES IN SEE COUNTRIES» в режиме доступа: «<http://www.asecu.gr/files/RomaniaProceedings/02.pdf>»
2. Официальный сайт «TADVISER Государство. Бизнес. ИТ.» в режиме доступа: «[http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:ИТ-аутсорсинг_\(рынок_России\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:ИТ-аутсорсинг_(рынок_России))»
3. Электронная статья Луцкая Н. В., Лончих П. А. «АУТСОРСИНГ В РОССИИ И США (ОБЗОР ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ АУТСОРСИНГА)» в режиме доступа: «<https://cyberleninka.ru/article/n/autsorsing-v-rossii-i-ssha-obzor-tendentsiy-i-perspektiv-autsorsinga>»
4. Официальный сайт «Intelligent enterprise» в режиме доступа: «<https://www.iemag.ru/analytics/detail.php?ID=21402>»

5. Официальный сайт «Астра. Партнёрство Профессионалов Аутсорсинга» в режиме доступа: <http://www.astra-partners.ru/index.php/item/562-autsopsing-v-possii-pealynoe-znachenie-i-pepspektivy-pazvitiya-statyya-assotsiatsii-astpa-v-zhupnale-chief-time>»

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА КАКАО-БОБОВ В КОТ Д'ИВУАРЕ

Куасси Я.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Кот-д'Ивуар является крупнейшим производителем и экспортером какао-бобов на мировом рынке, его доля составляет 41% от общемирового объема (1650 млн. Тонн в 2015-2016 годах). Производство какао способствовало созданию порядка 15% ВВП страны в 2015 году, и составило около 37% экспорта Кот-д'Ивуара в этом же году. По данным Международного валютного фонда (МВФ 2015g: 24), экспорт страны в 2015 году возрос почти на 14%, при увеличении экспорта какао на 12%. Сегодня около 1,3 миллиона человек учувствуют в производстве какао [Int 1, 5, 12].

Спрос на какао-бобы в мире неуклонно растет, при этом производительность труда остается относительно постоянной. Увеличение предложения какао-бобов может быть достигнуто только путем преобразования районов тропических лесов в плантации какао. Цена какао никогда не бывает особенно высокой. Несмотря на то, что Кот д'Ивуар является крупнейшим производителем какао в мире, правительство не участвует в установлении цены какао на мировом рынке. Цена устанавливается без какого-либо прямого отношения к издержкам производства фермеров. Экономика Кот-д'Ивуара чрезвычайно чувствительна к колебаниям цены на какао-бобы на мировом рынке и изменению климатических условий. С целью повышения степени влияния на ранке данного товара правительство Кот-д'Ивуара, после 20 лет либерализации рынка, в 2012 году реформировало сектор какао, создав Национальный совет сектора какао, отвечающий за управление, регулирование, развитие и стабилизацию цены на какао-бобы. Национальный совет сектора какао ввел механизм продажи по предвосхищению, то есть систему предварительной продажи 70-80% прогнозного урожая. Основными целями совета сектора какао являются:

- ❖ установление гарантированной цены для производителей;
- ❖ улучшение внутреннего маркетинга рынка;

❖ реорганизация производства, повышение производительности и качества.

Совет сектора какао создан постановлением правительства № 2011-481 от 28 декабря 2011г. и установил правила маркетинга (коммерциализации рынка какао под руководством Министерства сельского хозяйства (технические вопросы) и Министерства экономики и финансов (финансовые вопросы)).



Рисунок 1. Динамика цен покупки какао-бобов у производителей (франк. сфа)

Правительство Кот-д'Ивуара разработало систему стабилизации сбыта в секторе какао, внедряя механизм стабилизации цен покупки какао-бобов с сезона 2012-2013 гг. Целью государственной политики является предоставление гарантии производителям в получении фиксированной цены на каждый сезон продаж, составляющей не менее 60% от таможенной цены. На рисунке 1 видно, что после внедрения системы государственного регулирования, цена покупки какао-бобов производителями на рынке стабилизируется. Экспорт какао-бобов осуществляется на аукционе через электронные торги с помощью компьютеризированной системы. Для управления рисками работа каждого контракта регулируется депозитом.

Коммерческие операции на аукционе через электронную почту начались в 2012 году. Каждый сезон Совет сектора какао и операторы рынка определяют среднюю таможенную цену. Цена рассчитывается с учетом затрат, производимых экспортерами. Сумма, превышающая расчетную цену, возвращается экспортером Совету сектора какао и наоборот, любая операция ниже дает финансовую поддержку от Совета. Взаимосвязь между внешним и

внутренним рынком осуществляется через справочную таможенную цену и затраты на покупку какао-бобов (сбор продукции, транспортировка продукта на упаковочные установки, обработка и хранение продукта, обработка и экспорт продукции, доставка продукта), которая позволяет стабилизировать цены производителям какао. Система внешней коммерциализации экспорта какао основана на следующих принципах:

1. Предлагаемый механизм основан на принципе предварительной продажи 70-80% урожая в предстоящем сезоне.
2. Остальные 20-30% урожая продаются во время сезона.
3. Все продажи осуществляются по электронной почте в системе электронных торгов.
4. 80% продаж осуществляются местными производителями какао и только 20% - международными торговыми операторами.
5. Все контракты конвертируются в евро и франки сфа.
6. Конверсия курса на сеанс продаж устанавливается заранее.
7. Для гарантии надежности системы все контракты подлежат поручительству и депозиту.
8. Каждому оператору предоставляется 6 дней, для предоставления депозита.
9. Средняя цена продажи определяется до начала каждого сезона.
10. Цена покупки какао-бобов определяется после проверки себестоимости экспортеров.

В настоящее время в Кот-д'Ивуаре действует единая экспортная пошлина на какао-бобы. Она составляет 22 %. Кроме экспортной пошлины, существуют другие платежи:

- регистрационный налог – 3.32 % от таможенной цены,
- Совет кофе-какао – 1.194 % ,
- Сбор в Инвестиционный фонд в сельской местности – 0,535%,
- В сельскохозяйственный инвестиционный фонд – 0,461%,
- За мешки для производителей – 0,210 %.

Для защиты местных компаний запрещены следующие действия:

- предоставление концессии в зоне покупки или создание монопольного положения в этой зоне;
- монопольное осуществлении деятельности по покупке или экспорту какао;
- злоупотребление доминирующим положением в деятельности по покупке и экспорту какао;

- создание монополий или злоупотребление доминирующим положением в отношении промышленной или служебной деятельности, связанной с деятельностью сектора какао, которые могут повлиять на его эффективность или конкурентоспособность.

Неблагоприятный опыт либерализации данного рынка показал, что при отсутствии механизма регулирования производства какао-бобов, практически невозможно поддерживать гарантированную цену на покупку продукции у производителей, тем более что производители вынуждены продавать свой товар после сбора урожая, не имея возможности сохранить его. Каждый участник доставляет продукт с места производства до заводов за свой счет. По этой причине Совет сектора какао должен обеспечить оптимальную цену, чтобы прекратить также экспорт какао в Гану и остановить контрабанду.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. http://www.conseilcafecacao.ci/docs/Intervention_du_Directeur_General_Adjoint.pdf.
2. <http://veille-ci.com/Cacao-Nouvelles-redevances-et.html>
3. <http://www.conseilcafecacao.ci/>
4. Renforcer la compétitivité de la production de cacao et augmenter le revenu des producteurs de cacao en Afrique de l'Ouest et en Afrique centrale.
5. <https://stud-baza.ru/mirovoy-ryinok-kakao-bobov-referaty-selskoe-hozyaystvo>.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗОЛОТА

Куракин О.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Золото – один из важнейших финансовых инструментов, и это при том, что с 1971 года отменён золотой стандарт, и ни одна мировая валюта не связана с ним. Наибольшую стабильность золото показывает во времена экономической нестабильности, что будет видно в дальнейшем анализе.

Так же, как у товарного рынка, любого другого рынка, на рынке золота присутствует спрос и предложение. Спрос формируется в основном ювелирной промышленностью, центральными банками стран мира, производителями электроники и частными инвесторами. Ими же формируется и предложение, только прибавляются граждане, которые купили ювелирные изделия и могут продать их как ювелирные изделия или же могут сдать их в ломбард как лом.

Спрос и предложение на рынке золота представлено в таблице 1.

Таблица 1. Спрос и предложение на мировом рынке золота

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Предложение										
Золотодобыча	2538	2467	2651	2775	2868	2883	3077	3172	3209	3222
Лом	1029	1388	1765	1743	1704	1700	1303	1158	1172	1268
Спрос										
Ювелирные изделия	2474	2355	1866	2083	2091	2061	2610	2469	2395	1891
Промышленность	492	479	426	480	471	429	421	403	365	354
В т.ч.										
электроника	345	334	295	346	343	307	300	290	258	254
медицина	58	56	53	48	43	39	36	34	32	30
прочее	89	89	79	86	85	83	85	79	76	70
Розничные инвестиции	448	937	866	1263	1616	1407	1873	1163	1162	1057
В т.ч.										
слитки	238	667	562	946	1247	1056	1444	886	876	787
монеты	211	270	304	317	369	351	429	278	286	271
Государственные сектор, сальдо	-484	-235	-34	77	457	544	409	466	436	257

Источник: GFMS, Thomson Reuters

На январь 2017 года объем золота в международных резервах стран мира и международных организациях оценивается в 32612,3 тонн.

10 стран с наибольшими резервами золота и крупнейшие международные организации представлены на рисунке 1.

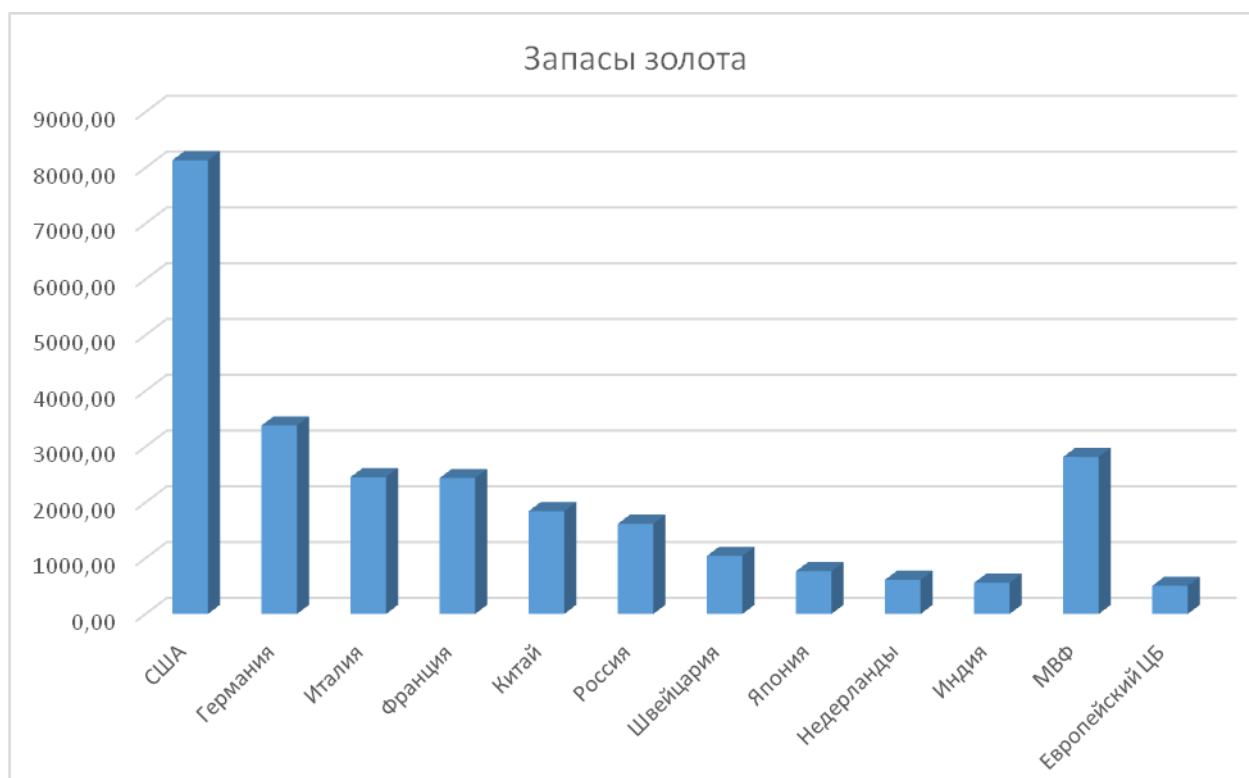


Рисунок 1. Страны с наибольшими золотыми резервами и международные финансовые организации с золотыми резервами
(составлено автором на основе данных с сайта <http://goldomania.ru>)

Но не стоит забывать о золоте, которое хранится у населения. Так, например, по данным, одной из известных команд анализирующей рынки драгоценных металлов, GFMS в 2003 году общий запас золота вне центральных банков и международных организаций был распределён следующим образом:

- 1) Ювелирные изделия из золота – 79 тысяч тонн;
- 2) Золото в электронике и медицине – 17 тысяч тонн;
- 3) Инвестиции в золото (монеты и слитки) – 24 тысячи тонн.

Для полноты анализа рассматриваем период за последние неполные 10 лет, с 1 января 2007 года по сегодняшний день.

Для наглядности представим динамику изменений стоимости золота на мировом рынке (по данным Лондонской биржи) за рассматриваемый период в виде графика на рисунке 2.

В 2008 году стоимость золота значительно колебалась в связи с волной мирового экономического кризиса. По этой причине большинство видов инвестиций, в том числе вложения в акции и облигации, стали слишком непредсказуемы, то есть более рискованными. Этот факт стал неким толчком для роста цены на золото, который начался с 2009 года и продолжился до 2011 года.



Рисунок 2. Стоимость золота с 01.01.2007 по 23.11.2017
(Источник: <http://investfunds.ua>)

Этот период закончился резким скачком цен на золото вверх, самым большим за рассматриваемый период, с начала июля 2011 года по 22 августа этого же года. За это время на Лондонской фондовой бирже цена на золото выросла на 394 доллара США или на 26,6%. Этому послужила ситуация в Соединённых Штатах Америки, где государственный долг достиг планки, установленной Конгрессом. Последствием всего этого мог стать технический дефолт Соединённых Штатов.

2 августа 2011 года — дата, которую рассчитали некоторые известные аналитики, возможного дефолта США, но Конгресс принял законопроект об увеличении лимита государственного долга, и дефолт не состоялся.

Также нельзя обойти стороной самое крупное падение цен на золото, которое случился сразу после резкого роста, вызванного возможным дефолтом Соединённых Штатов Америки. Это произошло 24 августа 2011 года. В этот день стоимость золота на Лондонской фондовой бирже упала на 106 долларов США. Произошло такое падение на фоне стремления инвесторов зафиксировать свою прибыль в результате предшествующего рекордного роста и их переходу к более доходным и рискованным активам.

Плавное снижение стоимости золота после сентября 2012 года было вызвано монетарной политикой Соединённых Штатов Америки (QE-3), которая вопреки ожиданиям не оказала значительного влияния на рынки акций и недвижимости США. После нескольких увеличений количественного смягчения рынки активизировались, но ситуация с золотом только ухудшилась. Данные обстоятельства заставили инвесторов, в том числе и крупных, начать нервничать.

В апреле 2013 года ситуация на рынке золота накалилась ещё больше в связи с публикацией нескольких инвестиционных банков рекомендации продавать золото.

После этого в СМИ появился слух о том, что Центральный банк Кипра собирается продать часть своих золотых запасов в рамках оказания помощи банковскому сектору. Этот слух оказался последней каплей в чаше терпения инвесторов.

Следствием выше перечисленных событий стала паническая распродажа золотых резервов банками и инвестиционными фондами.

Скачок цен на золото в период с 30 сентября 2016 года по 4 ноября 2016 года объясняется напряженностью на фоне предстоящих выборов в Соединённых Штатах Америки. Падение цен после выборов связано с неопределённостью того, какую политику будет проводить новый президент США Дональд Трамп.

Что касается рынка золота в Российской Федерации, то он представлен в основном Банком России. Последние 10 лет Центральный Банк РФ из года в год повышает свои резервы золота. Стоимость, так же как и общий запас, ежегодно растёт, исключением является 2014 год, в котором был резкий спад курса рубля по отношению к доллару. В отчёте GFMS было предположено, что в 2017 году ЦБ РФ продолжит закупать золото, при этом величина закупок составит рекордные для России 250 тонн золота. И, судя по ежемесячным показателям золотого резерва России, этот прогноз может осуществиться. Данные по резервам золота РФ, его приросту и стоимости представлены в таблице 2.

Таблица 3.

Золотой резерв РФ

Дата	Прирост	Масса		Стоимость, в млрд. \$
		в тоннах	в унциях	
01.01.2007	14,62	401,48	12,91	8,164
01.01.2008	48,86	450,34	14,48	12,012
01.01.2009	69,24	519,58	16,70	14,533
01.01.2010	129,45	649,03	20,50	22,382
01.01.2011	139,59	788,62	25,35	35,798
01.01.2012	98,34	886,96	28,39	44,697
01.01.2013	70,80	957,76	30,79	51,039
01.01.2014	77,45	1035,21	33,28	39,990
01.01.2015	172,98	1208,19	38,84	46,089
01.01.2016	206,35	1414,54	45,48	48,563
01.01.2017	200,65	1615,19	51,90	60,194
01.02.2017	29,95	1645,14	52,89	62,935
01.03.2017	10,29	1655,43	53,22	66,862
01.04.2017	24,67	1680,10	54,02	67,569
01.05.2017	7,19	1687,29	54,25	68,653
01.06.2017	19,47	1706,76	54,87	69,295
01.07.2017	9,08	1715,84	55,17	68,770
01.08.2017	13,56	1729,40	55,60	70,037
01.09.2017	14,90	1744,30	56,08	73,499
01.10.2017	34,56	1778,86	57,19	73,603
01.11.2017	22,34	1801,20	57,91	73,704
01.01.2018 (прогноз)	250	1865,19	58,01	74,228

Источник: статистическая бюллетень Банка России

Прогнозировать дальнейшее поведение стоимости золота крайне затруднительно из-за того, что золото сильно зависит от стабильности экономики, спроса на золото как Центральными банками, так и для ювелирных украшений в крупных странах (например, Индии и Китае), от геополитической неопределённости и поведения инвесторов. Так, например, американские инвесторы выводят свои активы из золота и переносят их на фондовые рынки, при этом их китайские коллеги поступают наоборот, увеличивая свои запасы золота, скупая золотые слитки и монеты. Вместе с китайскими инвесторами

золото начали приобретать и Центральные Банки стран мира, в том числе и Центральный Банк Российской Федерации.

В ходе анали за мирового рынка золота было доказано утверждение, которое было представлено в начале статьи, о его важности для мировой экономики и о том, что оно является надежнейшим активом во времена экономической нестабильности. Были представлены причины резких взлётов и падений цен на золото. Также была представлена основная часть рынка золота России в виде изменений золотого резерва России за последние 10 лет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Статистическая бюллетень Банка России – М., 2007-2016 гг. №1-12, 2017г №1-11.
2. Отчет Thomson Reuters GFMS. URL: <http://thomsonreuters.ru/2017/04/survey-gfms-2017> (дата обращения: 25.11.2017)
3. Мировой рынок золота URL: <http://www.ereport.ru/articles/commod/gold.htm> (дата обращения: 25.11.2017)
4. Золото (\$/унц, Лондон): архив значений URL: <http://investfunds.ua/markets/indicators/zoloto-london/> (дата обращения: 25.11.2017)
5. Золотой запас стран мира URL: http://www.goldomania.ru/menu_002.html (дата обращения: 25.11.2017)

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Макаров И. А.

*Нижегородский институт управления – филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы*

Мировая экономика — многоуровневая, глобальная система хозяйствования, объединяющая национальные экономики стран мира на основе международного разделения труда посредством системы международных экономических отношений [1].

Мировая экономика постепенно справляется с кризисом, имеются предпосылки выхода на устойчивую траекторию развития. Развитые страны вполне последовательно и логично продолжают укреплять свои позиции в мировой системе экономических координат, понимая, что уровень и качество жизни сегодня в значительной степени зависит от того, насколько эффективно используется потенциал мирохозяйственных связей [2].

Для современного этапа развития мировой экономики характерны следующие основные особенности и тенденции, которые будут представлены ниже.

Открытая экономика — национальная экономическая система, направление развития которой определяется тенденциями, действующими в мировом хозяйстве.

Когда внешнеторговый оборот страны достигает примерно 25% ВВП, начинается стимулирующее влияние внешнеэкономических связей на развитие ее экономики. Открытая экономика обеспечивает разумную доступность внутреннего рынка для притока иностранного капитала, товаров, технологий, информации, рабочей силы. Разумная открытость национальной экономики должна базироваться на трех основных принципах: *эффективности, конкурентоспособности, национальной безопасности.*

Основным и неразрывно связанным с двумя другими является принцип эффективности, реализуемый, прежде всего, за счет международной специализации и кооперации.

Глобализация — растущая экономическая взаимозависимость стран всего мира в результате возрастающего объема и разнообразия трансграничных транзакций товаров услуг и международных потоков капитала, а также все более быстрой и широкой диффузии технологий.

Основной причиной неравномерного развития мировой экономической системы является складывающаяся система международного разделения труда и специализации. Развитые страны сегодня выступают поставщиками безграничных нематериальных ресурсов — информации, технологий, наукоемкой продукции, капитала. Развивающиеся страны являются поставщиками ограниченных материальных ресурсов — природного сырья, ресурсоемкой и энергоемкой продукции. В этих условиях развитые страны обладают совершенным механизмом приумножения богатства, увеличение потребления их ресурсов на мировых рынках порождает в этих странах рост человеческого капитала, производительности труда, развития науки и новых технологий.

Для развивающихся стран все попытки догнать развитые страны через производство полуфабрикатов и экспорт сырьевых ресурсов оказываются заранее обреченными на неудачу. Продукция этой группы стран постоянно обесценивается по сравнению с продукцией развитых стран [3].

Главной причиной возникновения транснациональных корпораций считается интернационализация производства и капитала на основе развития

производительных сил, перерастающих национально-государственные границы. Важнейшими факторами в формировании и развитии международных корпораций являются вывоз капитала, а также стремление противостоять жесткой конкуренции в международном масштабе. Важными стратегическими мотивами при выходе компании на зарубежные рынки являются поиск природных ресурсов, снижение издержек производства и доступ к потребителям на зарубежных рынках.

Региональная экономическая интеграция предполагает сотрудничество отдельных стран в целях более эффективного использования их ресурсов благодаря созданию благоприятных условий для осуществления эффективной предпринимательской деятельности одновременно на рынках нескольких стран (региональных рынках). Такое сотрудничество нескольких государств приводит к созданию отдельных блоков. Например, созданы Евросоюз (ЕС), Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Содружество Независимых Государств (СНГ), Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА).

Таким образом, можно подытожить выше сказанное тем, что основные тенденции в развитии международной экономической системы являются:

- открытость экономики;
- глобализация мирового хозяйства;
- транснационализация производства и капитала;
- региональная экономическая интеграция.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Информационный портал <https://ru.wikipedia.org> [сайт]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Мировая_экономика (дата обращения: 22.10.2017)
2. Щербанин Ю.А. Мировая экономика: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика» / Ю.А. Щербанин. — 4-е изд. — 3 с.
3. Шимко, П. Д. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П. Д. Шимко; под ред. И. А. Максимцева. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 32 с.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ

Мартакуш Башар Мохаммад

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Вопрос о роли страхового рынка в рыночной экономике актуален вообще, и на сегодняшний день, в частности. Она вытекает из функций страхования в современной рыночной экономике, основной из которых является рисковая, будучи функцией возмещения ущерба, наносимого случайными, имеющими вероятностный характер наступления событиями. Этого не могут обеспечить никакие другие сферы народного хозяйства и звенья финансово-кредитной системы.

При возникновении крупных природных или техногенных катастроф, охватывающих огромные территории, нарушающих производство сотен предприятий, угрожающих жизни тысяч жителей, возмещение соответствующего ущерба через систему страхования имеет позитивные макроэкономические последствия. Направление средств государственного бюджета на возмещение ущерба от катастроф, аварий и т.п.

Роль страхования в экономике заключается в том, что оно обеспечивает непрерывность, бесперебойность и сбалансированность производственного процесса. Страхование способствует оптимизации макроэкономических пропорций общественного воспроизводства. Именно из-за способности страхования оказывать влияние на макроэкономические процессы в развитых странах оно считается одним из стратегических секторов экономики. Кроме того, важным стратегическим фактором являются также огромные инвестиционные ресурсы страховых компаний (особенно по страхованию жизни), которые во многом предопределили макроэкономические пропорции развития ведущих государств мира.

Отдельно следует отметить роль в национальной экономике долгосрочного страхования жизни - носителя *сберегательной* (накопительной) функции. Резервы по страхованию жизни служат источником долгосрочных финансовых ресурсов. Роль компаний по страхованию жизни на рынке инвестиций чрезвычайно высока, так как они в развитых странах обеспечивают большой и стабильный приток инвестиционных ресурсов в экономику

- Инвестиционный потенциал долгосрочного страхования жизни позволяет поддерживать в национальной экономике способность к устойчивому экономическому росту независимо от циклических колебаний

- Социально-экономическую стабильность в обществе обеспечивает социальная роль страхования: гарантируя гражданам возмещение ущерба при гибели имущества и потере дохода

Мировой страховой рынок представляет собой часть глобального финансового рынка, на которой предлагаются услуги по страхованию. Если

страховое дело как вид деятельности возникло около 400 лет назад, то интеграция национальных страховых рынков началась ближе к концу XX века. Сейчас мировой рынок страхования постепенно восстанавливает свои позиции, несколько пошатнувшиеся после финансового кризиса 2008 года.

В страховую деятельность вовлечены миллионы людей, продукты на мировом страховом рынке приобретают миллиарды жителей планеты. Если в 2010 г. общий объем страховых премий составил 4,3 трлн. долл., то в 2012 г. – уже 4,613 трлн. долл.

Лидером на мировом страховом рынке последнее десятилетие остаются США – в позапрошлом году их доля составила 27,55%. Кроме них особое место на мировом рынке страхования занимают Япония, Великобритания, Китай и Франция.

Мировой рынок страхования принято делить на рынки страхования жизни и других страховых продуктов. На рынке страхования жизни также лидируют США, Япония и Великобритания. Наиболее развит этот сегмент в Люксембурге, Гонконге и Ирландии, в которых на долю страхования жизни приходится свыше 83-85% рынка.

Из крупных организаций, уже давно вышедших на мировой страховой рынок и лидирующих на нем, можно отметить компании Japan Post Holdings (Япония, специализация – личное страхование), AXA (Франция, страхование здоровья и жизни) и Berkshire Hathaway (США, страхование имущества и ответственности).

Таблица 1.

Регион	Объем страхово й премии, млн. долл. США	Темп роста за последний год, %	Доля мировог о рынка	Преми я на одного жител я, долл. США	Доля страховани я в ВВП, %
Азия, всего	1252376	-0,7	27,22	295,2	5,18
Африка	69938	5,6	1,52	63,7	3,01
В том числе развивающиеся страны Азии	411521	7,3	8,94	112	3,02
В том числе Япония и другие развитые страны	793332	-4,3	17,21	3691	10,9

Всего в мире	4601169	0,2	100,00	645	6,13
Западная Европа	1544285	1,2	33,56	2861	7,59
Океания	89371	7,3	1,95	2369	5,25
Северная Америка	1391105	-1,6	30,23	3957	7,46
Центральная и Восточная Европа	75712	0,8	1,65	235	1,95
Южная Америка	178022	5,7	3,87	291	3,01

Объём собранной страховой премии всеми страховыми компаниями мира вновь составил примерно 4,6 трлн. долларов США, практически не изменившись по сравнению с 2012 и 2011 годами [1,2]. В 2015 году для страховых компаний существенно подорожало перестрахование из-за девальвации рубля. Что же касается влияния внешнеполитических и экономических санкций в отношении России, то если в октябре 2014 года Росбизнесконсалтинг говорил о том, что они носят лишь символический характер, оказывающий влияние на имидж и деловую репутацию, и что при этом сохраняется неопределённость относительно того, какие именно санкции и каким образом повлияют на российский страховой рынок [3], то уже в апреле 2015 года стало понятно, что эти санкции поставили российских страховщиков перед необходимостью поиска новых перестраховщиков крупных рисков и подталкивают их к развитию сотрудничества с новыми партнёрами из Азии, Африки и Латинской Америки [3]. Для решения проблемы с невозможностью перестрахования крупных рисков у зарубежных перестраховщиков из-за санкций Министерство финансов России и Центральный Банк России договорились о создании государственной перестраховочной компании, которая заработала в октябре 2016 года под названием Национальная перестраховочная компания (позже была переименована в Российскую национальную перестраховочную компанию, РНПК). Оплаченный уставный капитал размером 21,3 млрд. руб. и гарантии Банка России до 71 млрд. руб. позволяют РНПК страховать очень крупные риски. При этом все страховые организации обязаны предлагать РНПК в перестрахование не менее 10% доли всех передаваемых в перестрахование рисков. При этом РНПК не вправе отказаться от перестрахования «санкционных рисков» - т.е. страховых рисков по объектам или от организаций, включенных в санкционные списки Евросоюза.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Количество страховых компаний сократилось на 6,4 %. РосБизнесКонсалтинг. 23 октября 2014
2. Китайская ёмкость для санкций. ЦБ и страховщики ищут возможности для перестрахования российских рисков. Коммерсантъ. 6 апреля 2015
3. Страховой рынок в 2014 году: вызовы и перспективы. Юргенс Игорь Юрьевич. Президент Всероссийского союза страховщиков

ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДЕКЛАРИРОВАНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Матвеева Е.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В стратегии развития таможенной службы в Российской Федерации планируется полный переход к электронному декларированию до 2020 года, а также создание ЦЭД – центров электронного декларирования, которые возьмут на себя все обязанности по созданию деклараций.

Электронное таможенное декларирование [1] - это возможность подачи электронной формы таможенной декларации и осуществления процедуры таможенного декларирования товаров удаленно. Безусловно, такой способ декларирования в разы быстрее своего бумажного аналога. Электронное декларирование поможет уменьшить срок оформления таможенной декларации до 20 часов, а также осуществлять некоторые процедуры в автоматическом режиме. Таможенный контроль может проводиться в данном случае в автоматическом режиме с помощью особого программного обеспечения.

По данным ФТС [2] за первое полугодие 2017 года было подано 3 268 288 деклараций, из них 3 267 637 – электронные, что составляет 99, 98 % от общего числа. Это существенно превышает результаты предыдущих лет по самому объему декларирования и проценту электронного декларирования (рисунок 1).

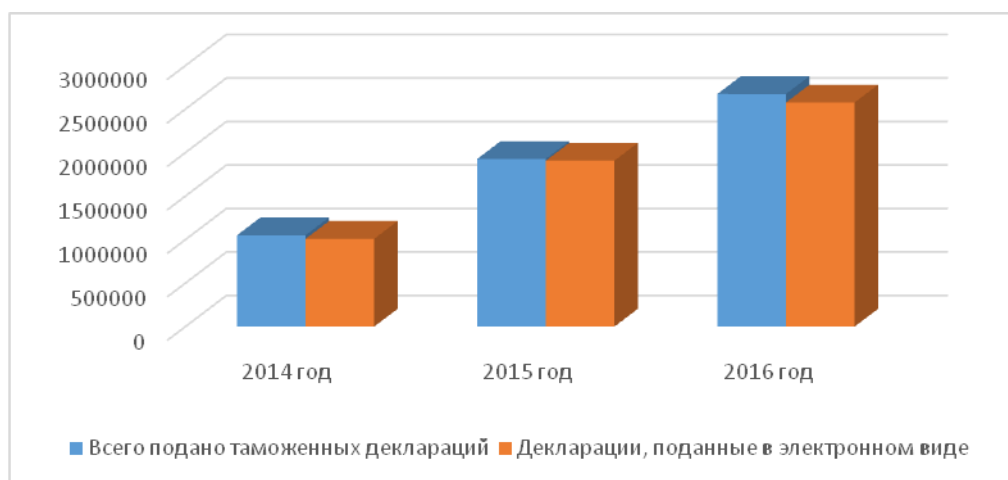


Рисунок 1. Объем декларирования по данным ФТС

Вместе с активным использованием электронного декларирования, введенного в 2014 году, более ярко просматриваются и его проблемы. Цель данного исследования – выявить их, наглядно продемонстрировать и предложить пути решения.

Основным недостатком является не отлаженная в совершенстве система межведомственного обмена информацией [3]. Приведем наглядный пример, декларант получает разрешительные документы в соответствующем органе, где они выдаются. Юридическую силу данные документы имеют только на бумаге. Соответственно, когда декларант будет подавать электронную декларацию, ему придется предоставить бумажный экземпляр разрешительных документов. Фактически декларант дублирует свои данные дважды. В такой ситуации теряется основной критерий электронного декларирования – быстрота и удобство.

Для разрешения данной проблемы и дальнейшего развития электронного декларирования как приоритетной задачи ФТС следует увеличивать информирование соответствующих органов о применении электронных документов, а также электронных подписей и печатей. Разумеется, для этого потребуется некоторое время.

Второй проблемой электронного декларирования является человеческий фактор, а точнее человеческий аспект. Инспектор, особенно проработавший несколько лет, не может переложить свою ответственность на безликую машину. Он не видит перед собой привычных бумаг с печатями, начинает сомневаться в правильности работы электронной системы. Электронная подпись не воспринимается им как аналог чернил на бумаге. Этот аспект касается не только работников, но и участников ВЭД. В связи с этим поступает множество претензий в адрес ФТС за длительность и непрозрачность

получения электронной цифровой подписи. Своеобразная перестройка логики мышления человека тоже требует времени. Для этого следует сделать максимально прозрачной и простой процедуру электронного декларирования, а также получения электронной подписи. Также необходимо продемонстрировать наглядно, что электронная система умеет распознавать ошибки и недостатки декларирования с большей точностью, чем человек.

Еще одной проблемой является нежелание самих декларантов оформлять декларацию в электронном виде. Например, налоговая служба требует [4] бумажную декларацию для обоснования применения нулевой ставки НДС. Декларанты в таком случае не видят никакой выгоды в электронном декларировании.

Наконец, еще одной проблемой электронного декларирования является программное обеспечение, необходимое для этого. Поскольку около 40% участников ВЭД осуществляют декларирование не более одного раза, электронное декларирование предстает для них сложной системой, в которой приходится разбираться с помощью подручных средств или официальных инструкций, написанных с использованием профессиональных терминов. Большинство участников ВЭД обращаются в таком случае к бумажному декларированию и впоследствии внешнеэкономическую деятельность не возобновляют.

В связи с этим следует усовершенствовать программное обеспечение для подачи электронной декларации, упростить доступ участника ВЭД к средствам электронного декларирования.

Безусловно, электронное декларирование – отличный шаг к быстрому и качественному оформлению таможенных деклараций, который неплохо себя продемонстрировал в течение нескольких лет работы. И все же в механизме его работы существует несколько довольно явных проблем, которые необходимо решить ради дальнейшего развития таможенного дела, в том числе ускорения процесса декларирования и удобства участников ВЭД.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Джабиев А.П. и др. Основы таможенного дела: учебник для вузов // Издательство Юрайт, 2017. — 392 с.
2. <http://www.customs.ru/index.html> (дата обращения 30.09.2017)
3. Соболев И.В., Полежаева Н.В. Проблемы электронного декларирования // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2011. - №1. – с. 22
4. <https://www.nalog.ru/rn77/> (дата обращения 30.09.2017)

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ

Муханбеткалиев А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В XX веке глобализация мирового хозяйства приобрела всемирный охват. К концу XX - началу XXI века лидерами этого процесса стали высокоразвитые индустриальные страны Западной Европы, США, Япония, Канада. К сожалению, в процессах глобализации Россия и страны СНГ занимают невыигрышную позицию. В то время как высокоразвитые страны становятся центральной силой в мировом хозяйстве, Россия рискует оказаться в положении экономической периферии. В данной работе предложены рекомендации, направленные на укрепление положения нашей страны в мировом экономическом сообществе.

По мнению автора, есть три ключевых направления во внешнеэкономической деятельности, работа в которых будет способствовать всестороннему укреплению экономики России и росту ее влияния в международной торговле.

Во-первых, следует обратить внимание на экономическое взаимодействие со странами Содружества Независимых Государств (СНГ). Общее прошлое этих стран может послужить мощной платформой для тесного торгово-экономического сотрудничества. Первые шаги в этом направлении уже были предприняты: 29.05.2014 г в городе Астана был подписан договор об учреждении Евразийского Экономического Союза (ЕАЭС) [1]. Этот союз является международной организацией региональной экономической интеграции. На текущий момент в него входят пять стран: Россия, Белоруссия, Казахстан, Кыргызстан и Армения. Фактически данная организация стала первым значительным экономическим объединением в этом регионе. Основными целями ЕАЭС являются формирование общих внешних таможенных границ, единой внешнеэкономической политики, тарифов и цен [1].

Пока ЕАЭС является очень молодым интеграционным объединением, но потенциально оно может стать аналогом Европейского Союза (ЕС). Однако для этого должно быть проведено огромное количество комплексных мер, таких как стандартизация и гармонизация законодательства стран-участниц, создание общей образовательной базы для подготовки высококвалифицированных

кадров для стран союза и т.д. Укрепление и развитие ЕАЭС является фундаментальным условием для работы в следующем предложенном автором направлении.

Во второй половине XX века страны Восточной Азии совершили невероятный рывок. Особенного внимания заслуживает Китайская Народная Республика (КНР). Объем ее ВВП превышает 11 трлн. долларов и составляет примерно 15.4% мирового ВВП [2].

Сотрудничество с КНР является вторым направлением внешнеэкономической деятельности. В последнее время участились разговоры о разработке совместных региональных проектов. Наиболее известный из них – предложенный в 2010-х годах Китаем проект «Один пояс – один путь» [3]. Этот проект представляет собой создание глобальной транспортной и инвестиционной инфраструктуры. «Один пояс, один путь» подразделяется на два проекта – «Экономический пояс Шелкового пути» и «Морской Шелковый путь XXI века». Если второй проект не представляет никакого интереса для России, то первый подразумевает непосредственное участие России в его реализации. Его основной целью является формирование евро-азиатского торгово-экономического пространства и трансконтинентального транспортного коридора. Китай планирует построить железнодорожное сообщение между его восточными провинциями и Западной Европой, что позволит экспортировать товары в Европу гораздо быстрее, дешевле и в еще больших объемах. На данный момент прорабатываются три варианта маршрутов: северный, центральный и южный. Северный маршрут проходит через Казахстан, РФ, а оттуда разветвляется еще в двух направлениях: первое – в страны Скандинавского полуострова, второе – через Беларусь, Польшу в страны Западной Европы вплоть до Португалии [3]. Данный маршрут в отличие от двух других является самым реализуемым с точки зрения политической обстановки и наличия инфраструктуры – по сути маршрут проходит через территорию ЕАЭС. Это открывает огромные перспективы как для союза в целом, так и для стран-участниц отдельно. Благодаря данному проекту ЕАЭС может стать полноправным участником и партнером тандема ЕС-Китай, что приведет к огромному притоку инвестиций, укреплению положения России и всего ЕАЭС в мировой торговле.

Третье направление внешнеэкономической деятельности, по мнению автора, является самым очевидным, но в то же время самым сложным, так как очень тесно связано с политической деятельностью России – это нормализация отношений со странами Евросоюза (ЕС). За последние годы Россия довольно

успешно адаптировалась к западным санкциям, но, несмотря на это, санкции принесли достаточно большой урон экономике страны. Тем не менее, ровно то же самое можно сказать и относительно европейских коллег – с экономической точки зрения санкции обоюдно невыгодны для обеих сторон.

Страны Евросоюза являются очень емким и обширным рынком. В предыдущие годы они были главным торговым партнером РФ – на их долю приходилось около 45-50% от всего товарооборота России [4]. В период с 2004 по 2012 год товарооборот между странами увеличился в 2.5 раза, однако с 2013 года он стал стремительно сокращаться. С 2013 по 2016 год он снизился почти на 27% [4]. В связи с проводимой Китаем экономической политикой, Россия может еще больше сократить торговые взаимоотношения с ЕС или же стать равноправным партнером в назревающем торговом тандеме Китай - Россия (ЕАЭС) - Евросоюз, который принесет огромные выгоды всем его участникам.

В ближайшее время в мировой экономике будут формироваться новые перспективные направления международного сотрудничества и интеграции. Россия должна присоединиться к ним и продолжить наращивать влияние в мировой торговле, что позволит нашей стране вновь стать признанным лидером.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Евразийская экономическая комиссия: официальный сайт. URL: <http://www.eurasiancommission.org>
2. Глобальный рейтинг стран и территорий мира по показателю валового внутреннего продукта. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gdp/rating-countries-gdp-info>
3. Проект "Один пояс, один путь". Досье. URL: <http://tass.ru/info/4383152>
4. Отношения Россия-ЕС. Сферы сотрудничества. Торговля. URL: <https://russiaeu.ru/ru/torgovlya>

АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ОБОРОТА РОССИИ

Пантелеева К.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях современной экономики России одним из основных вопросов стал процесс перехода от сырьевой структуры экспорта к экспорту готовой продукции. Для этого необходимы важнейшие преобразования экспортно-

ориентированных отраслей экономики. Также экономика России в целом ориентирована на расширение экспорта.

Для того чтобы понять, какие ожидаются перспективы развития экономики России, необходимо проанализировать экспорт и импорт за последние годы.

По данным Федеральной таможенной службы в 2016 году внешнеторговый оборот России составил 471,2 млрд. долларов, что на 11,2% меньше показателя 2015 года, что и демонстрирует рисунок 1, где представлена динамика внешней торговли России в 2015-2016 годах [4].

Эти изменения можно объяснить падением цен на нефть, сокращением спроса со стороны Китая, снижением курса рубля к доллару, а также сокращением производства во многих обрабатывающих отраслях. Так произошло существенное падение показателей импорта и экспорта [1].

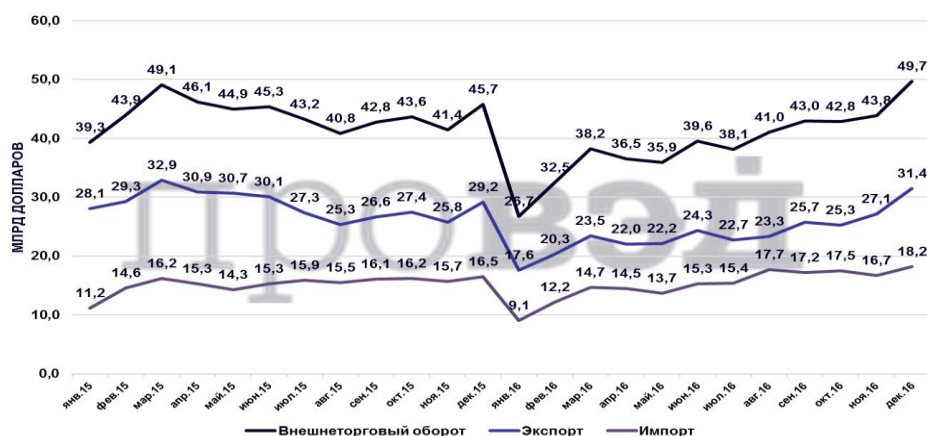
Анализируя 2017 год, необходимо отметить, что за период январь-май внешнеторговый оборот значительно увеличился на 28,8% относительно аналогичного периода в 2016 и составил 220,4 млрд. долларов США.

Что же касается экспорта, то в 2016 году в стоимостном выражении он сократился на 17% и составил 285,49 млрд. долларов. В течение года можно было наблюдать спад почти на 37,2%. Причиной тому стало падение цен на нефть и газ.

Объем импорта в 2016 году также снизился. В стоимостном выражении он составил 183,6 млрд. долларов, что меньше на 0,3%, чем в 2015.

ДИНАМИКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ В 2015-2016 ГГ.

(МЛРД ДОЛЛАРОВ)



ИСТОЧНИК: ФТС

Рисунок 1. Динамика внешней торговли России в 2015-2016 годах

Однако физические объемы экспорта продолжали увеличиваться, несмотря на снижение стоимости. В отношении импорта, как стоимостные, так и физические показатели продемонстрировали снижение: падение курса рубля, сокращение объемов ввоза автотранспорта, электрогенераторов, текстиля, продовольствия.

На объемы поставок значительно повлияли продовольственное эмбарго на продовольствие из США и Европы, а также запрет на ввоз сельскохозяйственной продукции из Турции [2].

В 2017 году ситуация обстоит иначе. В период январь-май можно наблюдать увеличение экспорта 30,1%, который составил 138,5 млрд. долларов США.

Основой российского экспорта в январе-мае 2017 года в страны дальнего зарубежья традиционно являлись топливно-энергетические товары, удельный вес которых в товарной структуре экспорта в эти страны составил 67,4% (в январе-мае 2016 года – 61,9%). По сравнению с периодом январь - май 2016 года, стоимостный объем топливно-энергетических товаров возрос на 43,0%, а физический – на 3,6%. Среди товаров топливно-энергетического комплекса возросли физические объемы экспорта угля каменного на 11,1%, газа природного – на 10,2%, дизельного топлива – на 4,3%, сырой нефти – на 2,4%. Вместе с тем снизились физические объемы экспорта автомобильного бензина на 24,1%, а керосина – на 17,9%. В стоимостном выражении экспорт также увеличился, где лидирующей оказалась отрасль металлургии.

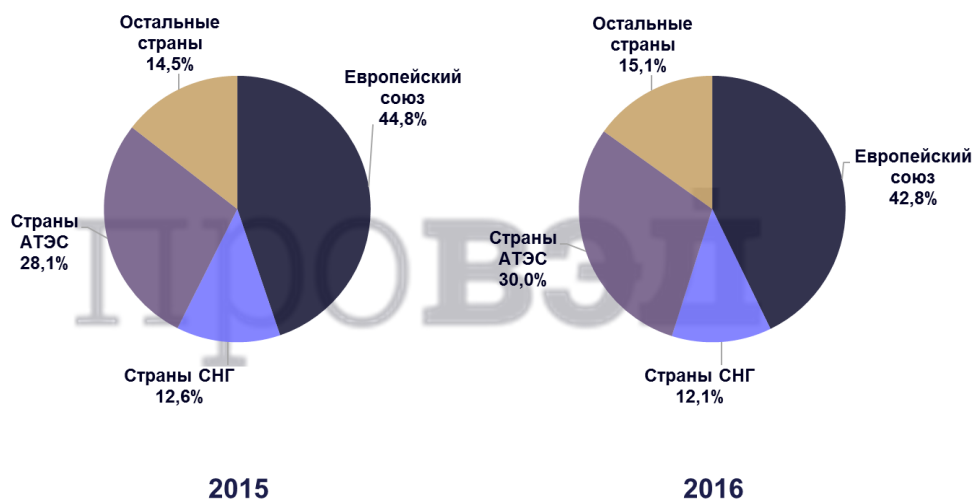
На январе-марте 2017 года импорт России составил 81,9 млрд. долларов США, значит, по сравнению с тем же периодом 2016 года увеличился на 26,6%. Около 50% приходится на машины и оборудование. Затем следуют химическая продукция и продовольственные товары.

Для определения основных партнеров России по экспорту и импорту необходимо рассмотреть страновую структуру внешней торговли за последние годы.

Для сравнения показателей 2015 и 2016 года, данные приведены на рисунке 2 [4].

СТРУКТУРА ВНЕШНЕТОРГОВОГО ОБОРОТА РОССИИ ПО ГРУППАМ СТРАН В 2015, 2016 Г.

(%)



ИСТОЧНИК: ФТС

Рисунок 2. Структура внешнеторгового оборота России по группам стран в 2015-2016 гг.

Таким образом, доля товарооборота с Европейским Союзом снизилась на 2%, стран СНГ на 0,5%, а со странами АТЭС увеличилась на 1,9% [3].

Что же касается 2017 года, то в период январь-май основное место во внешней торговле занял Европейский Союз, как крупнейший экономический партнер страны. На его долю пришлось 44,6% всего товарооборота, когда в 2016 году было 43,9%. Затем доля в 12,2% пришлась на страны СНГ, далее следуют страны ЕАЭС с 8,7% и страны АТЭС с 29,8%. В отличие от Европейского Союза, объемы товарооборота в другие страны увеличился незначительно или остался прежним.

Рассмотрев товарооборот со странами дальнего зарубежья, можно выделить Китай (31,1 млрд. долларов США), Германию (19,2 млрд. долл. США), Нидерланды (16,9 млрд. долл. США), Италию (9,3 млрд. долл. США), США (8,7 млрд. долл. США, Республику Корею (7,8 млрд. долл. США) и т.д.

Итак, на основании анализа экспорта и импорта России можно сделать вывод, что хотя в последние годы можно наблюдать относительно стабильную ситуацию в отношении внешнеторгового оборота по группам стран, показатели экспорта продолжают сильно варьироваться. Одной из основных проблем,

влияющих на данную нестабильность, является сырьевая составляющая в товарном экспорте России. Таким образом, зависимость экономики России от сырьевого экспорта и конъюнктуры на мировом рынке сырьевых и энергетических ресурсов оказывает негативное влияние на российскую экономику, уровень жизни и репутацию страны на мировом рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

74. Ломакин В.К. Мировая экономика: Учебник. / В.К. Ломакин. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 671 с.
75. Николаева И.П. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник для бакалавров / И.П. Николаева, Л.С. Шаховская. - М.: Дашков и К, 2016. - 244 с.
76. Пономарева Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебное пособие / Е.С. Пономарева, Л.А. Кривенцова. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 287 с.
77. Электронный ресурс Федеральной Таможенной Службы: сайт. URL: <http://www.customs.ru/>

РАЗВИТИЕ ВЭД И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СВЯЗЕЙ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ (НА ПРИМЕРЕ РФ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ)

Петров М.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Для успешной торговли и дальнейшего развития внешнеэкономических связей с любым субъектом ВЭД необходимо владеть представлением о нормативно-правовой базе, регулирующей его, иными словами знать «правила, по которым предстоит играть». С этого и начнём.

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности Великобритании производится с применением нетарифных, таможенно-тарифных мер, технических барьеров (а именно стандарты, нормы и правила), а так же с помощью других регуляторов, таких как страхование и кредитование экспортных поставок и др. Основным документом, регулирующим деятельность таможенных органов Соединённого Королевства, является Таможенный кодекс ЕС 1992 г.[2].

В настоящий момент банковское и валютное регулирование в Англии производится двумя государственными органами, ведущим из которых

является МинФин Великобритании. В его функции входит подготовка предложений и обеспечение реализации политики правительства Великобритании в области финансов и экономики, развитие международных финансовых отношений Великобритании, налоговая политика. «Банк Англии» исполняет функции ГосЦентробанка.

На данный момент в Соединённом Королевстве числится 10 свободных экономических и 48 предпринимательских зон. В Великобритании предпринимательская зона – территория, специально ограниченная государством, с целью стимулирования экономической активности, на которой до этого наблюдался экономический спад. Обычно каждая территория имеет специализацию или же индивидуальные режимы освоения, например, на территории одних находится бизнес- или научные парки (Alconbury Enterprise Campus), другие специализируются на промышленности (Ayelsbury Vale) и т.д.[4].

Деловой климат Великобритании признан одним из лучших по всему миру, а саму страну по праву считают мировым центром бизнеса, в то время как Лондон – ведущим финансовым центром. Страна является как крупным мировым экспортером, так и импортёром товаров и услуг (экспорт – 2.8%, импорт -3.7% от мирового оборота). Львиная доля сделок глобального финансового рынка по-прежнему заключается в Лондоне (37% оборота). В Соединённом Королевстве сосредоточены штаб-квартиры почти 70% международных компаний [4].

Ключевыми моментами, обуславливающими особую заинтересованность в поддержании внешнеэкономических связей с Великобританией являются следующие:

1. Великобритания – одна из самых лучших мировых площадок для ведения бизнеса с точки зрения политической и экономической стабильности, даже несмотря на «Brexit»;
2. Так же Великобритания – наиболее благоприятное место в Европе для нового бизнеса;
3. Конкурентоспособный налоговый режим;
4. Признанная по всему миру эффективная система права;
5. Наименьшие барьеры для предпринимательства в мире;
6. Соединённое Королевство – лидер в области инноваций
7. Развитая инфраструктура;

Получить доступ на рынок Великобритании можно следующими способами:

- осуществление экспортно-импортных операций;

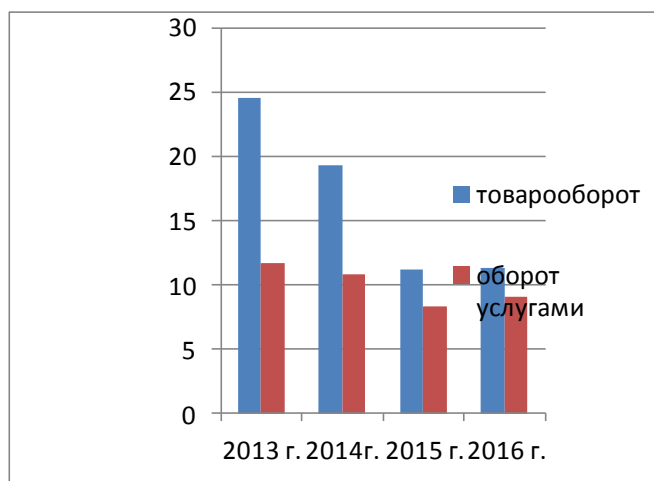
- обеспечение коммерческого присутствия на рынке Великобритании, включающее регистрацию компаний, филиала, учреждения представительства зарубежной компании;

В этой стране не имеется целевых барьеров для иностранных участников по движению капитала или вывозу прибыли из страны. Для осуществления деловой активности на территории страны действует единый нормативный правовой режим, устанавливающий для всех компаний и их представительств общие условия регистрации, не зависящие от национального и других признаков. К запрещенным к импорту товарам в Соединённое Королевство относятся: автоматические ножи, фальшивые монеты и купюры, говядина, выросшая на гормональных препаратах, радиоприёмники АМ-сигналов, ядовитые и токсичные материалы. Так же Великобритания – участник Вассенаарского Соглашения по контролю экспорта товаров двойного назначения, Австралийской группы по контролю за распространением химического и биологического оружия, а так же Группы поставщиков ядерного оборудования, выступающей за нераспространение ядерных технологий [2].

Так же для развития и поддержания экономических связей необходимо владеть основными элементами структуры экспорта и импорта в ВЭД РФ и Великобритании.

Динамику развития товарооборота и оборота услугами за период с 2013 по 2016 год представим в виде гистограммы. Как мы можем наблюдать, общий объём торговых отношений снизился к 2015 г. в силу действия санкций в сторону РФ [3]. Период 2015-2016 г. судя по графику можно назвать «стагнацией». Дальше мы сможем наблюдать невидимое воздействие Brexit'a.

Гистограмма 1.



Во втором квартале 2017 года товарооборот РФ с Великобританией составил сумму чуть выше 3 млрд. долл. США, на 25% больше по сравнению с аналогичным отчётным периодом в 2016 году. Из него на экспорт пришлось 2 млрд. долл. США, что на 34% больше по сравнению с 2016 годом. Импорт же увеличился на 9.91%, и составил сумму, чуть большую, чем 1 млрд. долл. США. Соответственно сальдо торгового баланса между странами составил приблизительно 1 млрд. долл. США, что на 72.5% больше аналогичного отчётного периода прошлого года. За второй квартал 2017 года наблюдался рост экспорта в сырьевых товарных группах и некоторых изделиях из них. Кроме того, на них приходится «львиная доля» экспорта РФ в Великобританию – в общей сумме 82%. Но так прослеживался спад в объёмах экспорта по чёрным металлам, ядерным реакторам и остальным единицам, принадлежащим к ТН ВЭД 84 [4].

Большие показатели в приросте говорят о большей заинтересованности компаний Соединенного Королевства в сотрудничестве с предприятиями из России, хоть пока преимущественно и в сырьевой сфере. К примеру, английская компания “British Petroleum” (“Bi-Pi”) приходится одним из основных зарубежных инвесторов в нефтяной комплекс РФ, а англо-голландский концерн “Shell” сотрудничает с отечественными компаниями сразу по нескольким проектам в сфере разведки и добычи нефти и газа в РФ. Крупная британская компания “Unilever” так же расширяет свою инвестиционную деятельность на территории нашей страны, вкладывая средства в получении новых мощностей по производству чая, маргарина и др. пищевых продуктов [5].

Несмотря на продление санкций, британские компании продолжают работать с российскими фирмами. К числу приоритетных и перспективных отраслей для сотрудничества российских компаний на британском рынке относят как сырьевые, так и несырьевые отрасли [1]. К последним, как к наиболее перспективным относят поставки на британский рынок российского оборудования и комплектующих для летательных и космических аппаратов, спутникового, авиационного и др. видов оборудования, продукции неорганической химии, удобрений, частей для турбореактивных двигателей, бумаги и картона, разработок в области безопасности и кибербезопасности, антивирусной защиты.

Весомый вклад в развитие биполярного сотрудничества могут внести услуги. Имеются перспективы для расширения экспорта из РФ не только традиционных видов услуг, таких как бизнес, транспортные и туристические

услуги, но и те, что относят к «новому эшелону»: финансовые, коммуникационные, страховые, информационные, инженерные. Очень важной фигурой для инвестиционного сотрудничества двух стран является новая криптовалюта, именуемая bitcoin, так как она набирает всемирную популярность. Несмотря на подводные камни, которые хранит в себе биткоин (у большинства потенциальных инвесторов есть сомнения о стабильности данной валюты, так как она не закреплена золотом и не централизована) ряд мировых компаний (Сбербанк, IBM, Банк Англии и др.) собираются адаптировать её.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. URL:<http://rbbf2017.ru/> - Российско-британский бизнес форум 2017г.
2. <https://www.rus.rusemb.org.uk/index> - посольство РФ в Соединённом Королевстве Великобритании и Северной Ирландии.
3. <https://www.finam.ru/analysis> - Статья «"Брекзит" и торгово-экономические отношения России и Великобритании» в редакции сайта Finam.
4. <https://tpprf.ru/> - Торгово-Промышленной палаты РФ.
5. <http://www.bbc.com/russian> - Статья «"Брексит" глазами СМИ России: "закат всей Европы", паника на рынках» Кирюхина Я., Служба мониторинга BBC.

ВЛИЯНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ТОРГОВЫЕ ПОТОКИ ЕАЭС

Решетникова Е.Р.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы влияния предпринимательской деятельности на торговые потоки в рамках ЕАЭС обусловлена следующими факторами:

- активные процессы интеграции России в ЕАЭС в настоящее время, вызванные притяжением ёмкого рынка Российской Федерации;
- всеобъемлющая глобализация, способствующая развитию международного предпринимательства;
- вступление в силу Таможенного кодекса Евразийского экономического союза 1 января 2018 года;
- разрастание рынков сбыта, мотивирующее предпринимателей производить операции за пределами государства;
- общая тенденция снижения объёмов взаимной торговли за последние годы в рамках ЕАЭС;

- рост масштабов предпринимательских структур различных по форме организации;
- подведение итогов по показателям торговых потоков в рамках ЕАЭС за 2017 календарный год.

Ряд вышеперечисленных факторов вызывает особый интерес к внешнеторговым потокам в рамках ЕАЭС, их динамике и роли международного предпринимательства в её формировании, а также обосновывает важность проблематики выбранного тезиса в области внешнеэкономической деятельности.

Государства-члены Таможенного союза (ТС) и Евразийского экономического союза (ЕАЭС) — Беларусь, Россия и Казахстан, а также присоединившиеся Армения и Кыргызстан — имеют значительное сходство, что в немалой степени предопределило их объединение в ЕАЭС.

Интеграционные процессы в рамках ЕАЭС характеризуются комплексным характером, и главная цель ЕАЭС состоит непосредственно в модернизации экономик стран-членов союза, росте производительности труда на базе разрабатываемых инновационных технологий, повышении конкурентоспособности продукции различных отраслей (прежде всего экспортных), что должно обеспечить в итоге рост доходов и благосостояния, качества жизни населения ЕАЭС [2].

Однако несомненными составляющими экономической характеристики стран являются их внешнеторговые потоки, которые, как нельзя лучше, отображают вес экономики государства-члена ЕАЭС в совокупности взаимной торговли между ними, определённую роль в формировании которых играет международное предпринимательство. В последнее время его влияние на экономические процессы становится всё весомее, отчасти это обуславливается тем, что предпринимательству на современном этапе просто необходима интернационализация деятельности в связи с ограниченностью ресурсов внутреннего рынка. Предпринимательские структуры разнообразных форм организации всё более распространяются на территории РФ и вносят свою лепту в динамику внешнеторговых потоков ЕАЭС, несмотря на геополитические процессы как в рамках союза, так и за его пределами, воздействие международного предпринимательства как на экономику отдельной страны, так и на мировую экономику в целом приобретает большую силу с каждым годом, о чём свидетельствует тот факт, что 500 крупнейших транснациональных компаний распоряжаются приблизительно 80% мирового валового продукта [3]. В связи с этим далее будут рассмотрены значения

показателей торговых потоков стран-членов ЕАЭС с учётом тенденций развития международного предпринимательства, а также проведён анализ упомянутых данных.

Начиная с 2014 года, взаимная торговля между государствами – членами ЕАЭС демонстрирует отрицательную динамику. Наиболее сложная ситуация была отмечена по итогам 2015 года [1]. В соответствии с данными статистики [6] наблюдается сокращение доли объёма взаимной торговли Армении, Беларуси и Кыргызстана в 2015 году по сравнению с 2014 годом, в то время как, Казахстан и Россия показывают увеличение доли объёма взаимной торговли в рамках ЕАЭС. Однако показатели всех стран улучшились к 2016 году. Как видно из представленной ниже диаграммы (рисунок 1), тенденцию сокращения доли стоимостного объёма экспорта в 2015 году у стран отображают показатели: у Армении снижение на 3%, Беларуси на 2%, Кыргызстана на 4%; повышение у Казахстана на 2%, России на 1%. Относительное повышение показателей экспорта происходит в 2016 году: у Армении на 3%, Беларуси на 3%, Казахстана на 1%, России на 1%, также стоит отметить, что уровень экспорта Кыргызстана остаётся на уровне 2015 года.

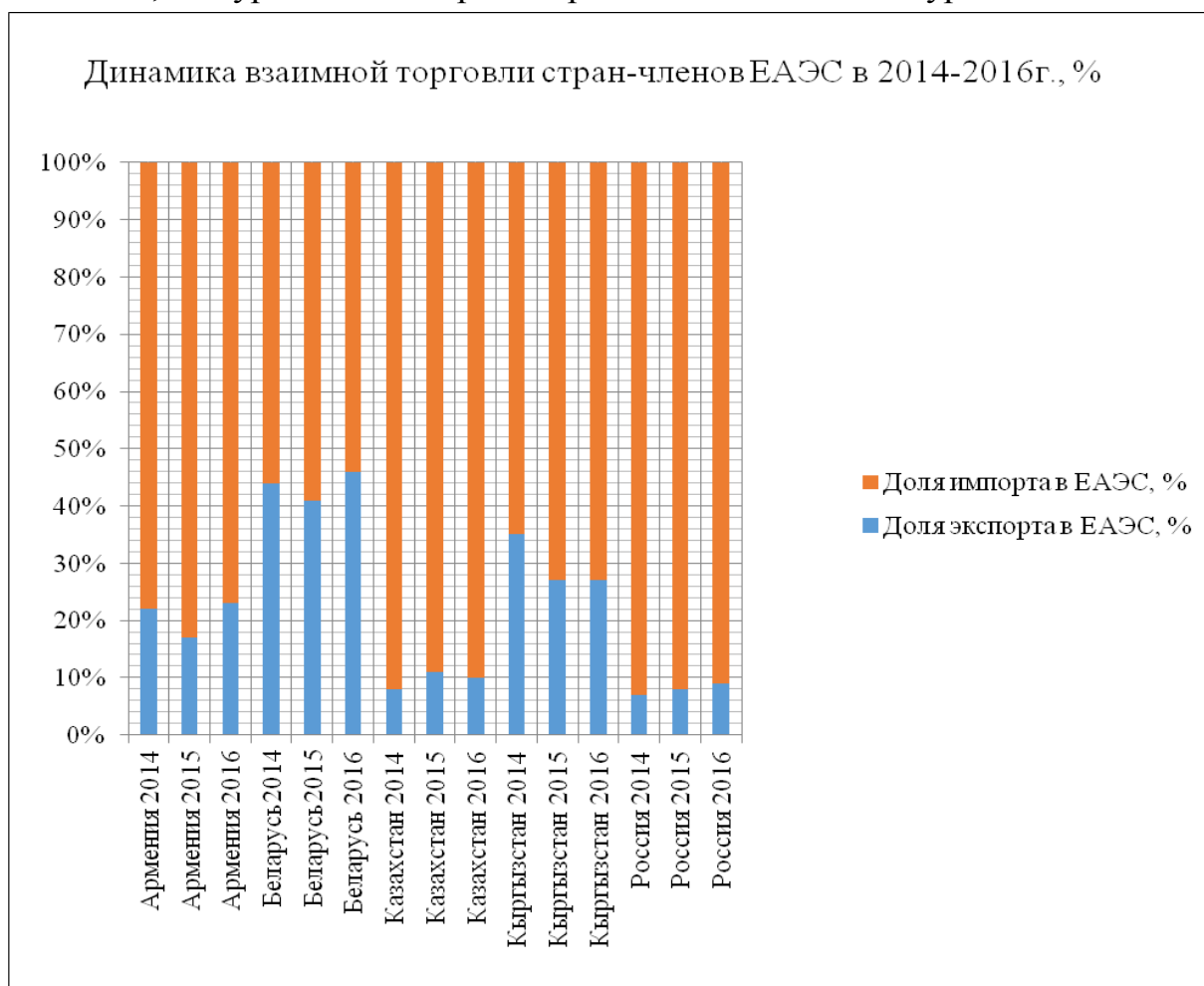


Рисунок 3.

Анализ динамики взаимной торговли по государствам–членам ЕАЭС показывает, что снижение объемов поставок товаров на общий рынок характерно для большинства потоков взаимной торговли [1].

Необходимо отметить, что изменения в данных показателях обусловлены рядом внешних и внутренних факторов, а именно: ценовым фактором, состоянием мировой торговли в целом, изменением курсов национальных валют, а также непосредственной макроэкономической ситуацией в Евразийском экономическом союзе.

Стоит отметить тот факт, что нельзя отобразить целостную обстановку без непосредственной оценки экспортных и импортных торговых потоков государств-членов ЕАЭС, которая будет рассмотрена на примере экспортных и импортных торговых отношений России со странами-членами экономического союза.



Рисунок 4.

Как видно из выше представленных данных (рисунок 2), финансовый результат от экспортных торговых сделок в 2015 году по сравнению с 2014 годом у России с Беларусью, Казахстаном и Кыргызстаном отражает тенденцию к сокращению на 4, 3.2 и 0.6 миллиарда долларов США соответственно. При этом показатели Армении в 2014 и 2015 годах остаются на одном уровне, что свидетельствует о стабильности экспортных торговых

отношений России с Арменией. Ситуацию в 2016 году можно охарактеризовать следующим образом: снижение показателей наблюдается у Казахстана и Кыргызстана на 0.8 и 0.2 миллиарда долларов США соответственно, повышение показателей можно наблюдать у Беларуси и Армении на 2 и 0.6 миллиарда долларов США соответственно. Стоит также отметить, что, несмотря на снижение и увеличение показателей, лидирующее место занимает Беларусь, особенно это наглядно отображено на фоне показателей Армении. Оценка экспортных торговых потоков России и стран-членов ЕАЭС лишь подтверждает данные динамики взаимной торговли по государствам-членам ЕАЭС.

Анализируя же импортные потоки государств-членов ЕАЭС в Российскую Федерацию (рисунок 3) можно сделать вывод о том, что наиболее высокие показатели в стоимостном выражении, имеющиеся у Беларуси и Казахстана, в 2016 году по сравнению с 2014 годом имеют тенденцию к снижению на 5 и 3 млрд. долларов США в соответственно, а страны с относительно низкими показателями Армения и Кыргызстан – к повышению на 0.2 и 0.9 млрд. долларов США соответственно, но только в 2015 году, к 2016 году наблюдается понижение показателей Кыргызстана на 0.5 млрд. долларов США, а в импортных потоках России и Армении наблюдается стабильность показателей.

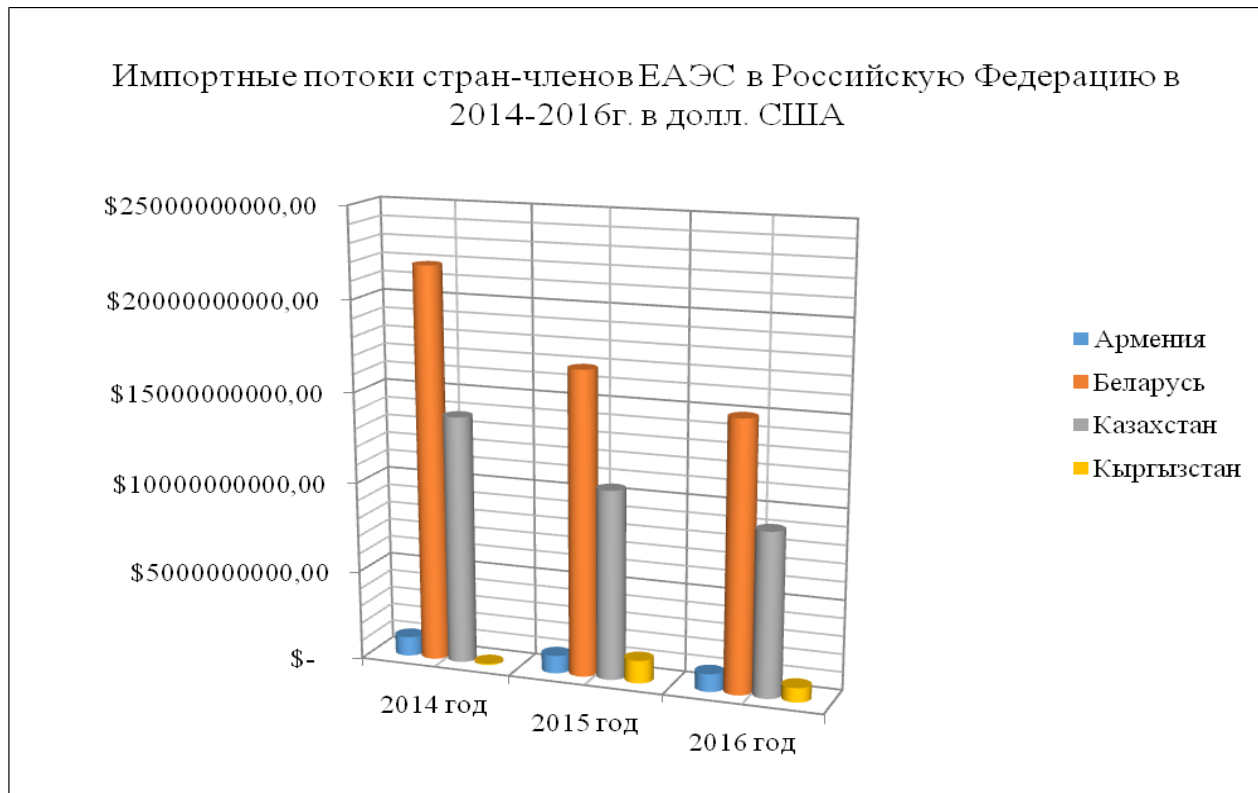


Рисунок 5

Таким образом, подводя итог анализа внешнеторговых потоков в рамках Евразийского экономического союза, следует отметить, что в период торговли

в 2014 и 2015 годах является общей тенденция снижения объёмов взаимной торговли, которая главным образом была определена Беларусью и Казахстаном, положительные же изменения показателей были достигнуты за счёт выхода на рынок союза, присоединившихся в 2015 году государств – Армении и Кыргызстана.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Распоряжение №1 Евразийского Межправительственного Совета от 07.03.2017г. г. Бишкек
2. Вьюнов В.Н., Филиппова М. Г., Мамедов Р. М., Коротовский В. В., Рзаева Е. А., Кофанов В. А. Некоторые перспективы и противоречия развития ЕАЭС // Молодой ученый. — 2016. — №8. — С. 520-523.
3. Рябинин Е.В. Современные тенденции развития международного предпринимательства // Статистика и экономика. 2015. №3. С.119-124
4. Матченко Е.А., Ткачук С.П. Проблемы развития субъектов предпринимательства в государствах — членах ЕАЭС в условиях санкций и геополитической напряженности // М.: Институт экономических стратегий РАН, 2016 г. 67 с.
5. Мигранян А.А. Россия в ЕАЭС к 2025 год // Экономика: Российский совет по международным делам [Электронный ресурс] 14.06.2017г. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/rossiya-v-eaes-k-2025-godu/> (дата обращения: 26.10.2017г.)
6. Информационно-статистические материалы// Статистический отдел Департамента по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс] URL: <https://comtrade.un.org/data/> (дата обращения: 26.10.2017г.)
7. Информационно-статистические материалы// Федеральная Таможенная Служба РФ [Электронный ресурс] URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 26.10.2017г.)
8. Информационные материалы// Евразийский Экономический Союз [Электронный ресурс] URL: <http://www.eaeunion.org/> (дата обращения: 26.10.2017г.)

КРИЗИСНЫЕ ЯВЛЕНИЯ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ РФ

Рудинский Р.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В статье представлен анализ динамики внешней торговли России в годы одного из крупнейших валютных кризисов в новейшей истории России. Данный кризис сильнее всего отразился на внешней торговле России из-за введения санкций, девальвации рубля, а также ответного эмбарго со стороны России. Актуальность темы обусловлена тем, что данный кризис нанес

серьезный ущерб российской экономике и изменил положение России на мировом рынке.

Кризис 2014 года сильнее всего отразился на одной из основных отраслей российской экономики – добыче нефти. Нефть является основным продуктом экспорта РФ в страны ближнего и дальнего зарубежья. Кризис же спровоцировал резкое падение цен на нефть и рост курса доллара. Возникли проблемы с инвестированием в данный сектор российской экономики, а также появился риск замедления реализации проектов по увеличению добычи и строительству новых энергопроводов. В результате финансового кризиса произошло сокращение государственных проектов в области инфраструктуры и строительства. Заметно кризис отразился и на банковской сфере. Большое количество частных банков обанкротилось.

Рассмотрим основные статистические показатели внешней торговли РФ в докризисное и кризисное время и на их основе сделаем выводы о российской экономике.

Крайне важным показателем является цена нефти (диаграмма 1). Она во многом определяет план государственного бюджета на год. Цена на нефть в 2014 году упала практически в 2 раза по сравнению с предыдущим годом. Это стало причиной колоссального падения доходов от экспорта, а также укреплению доллара, что в свою очередь нанесло урон по импорту.

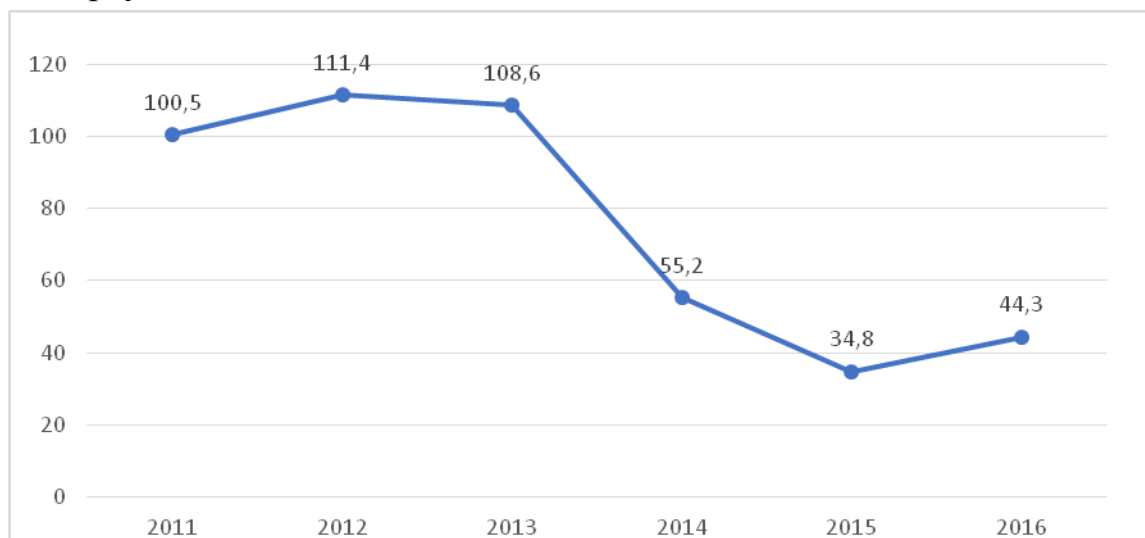
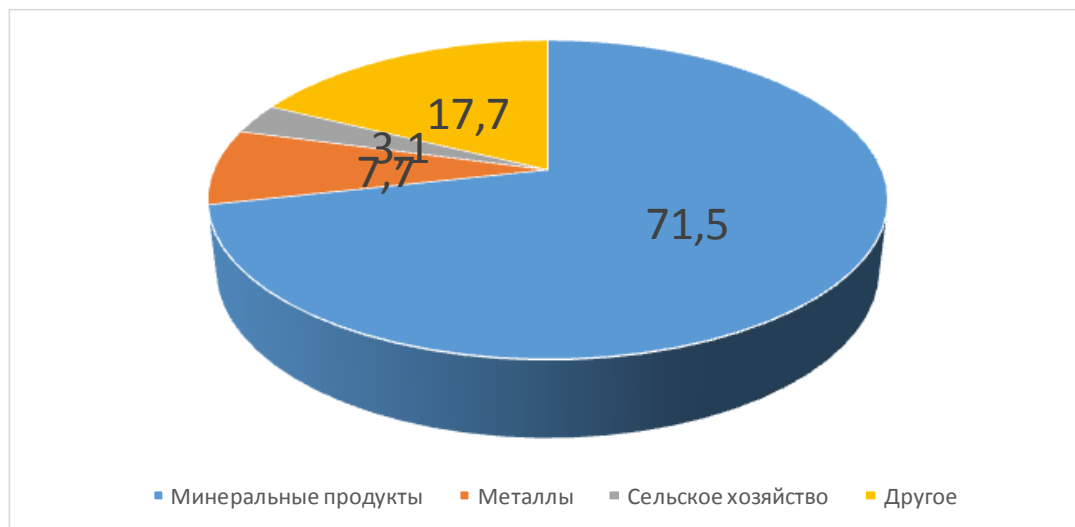


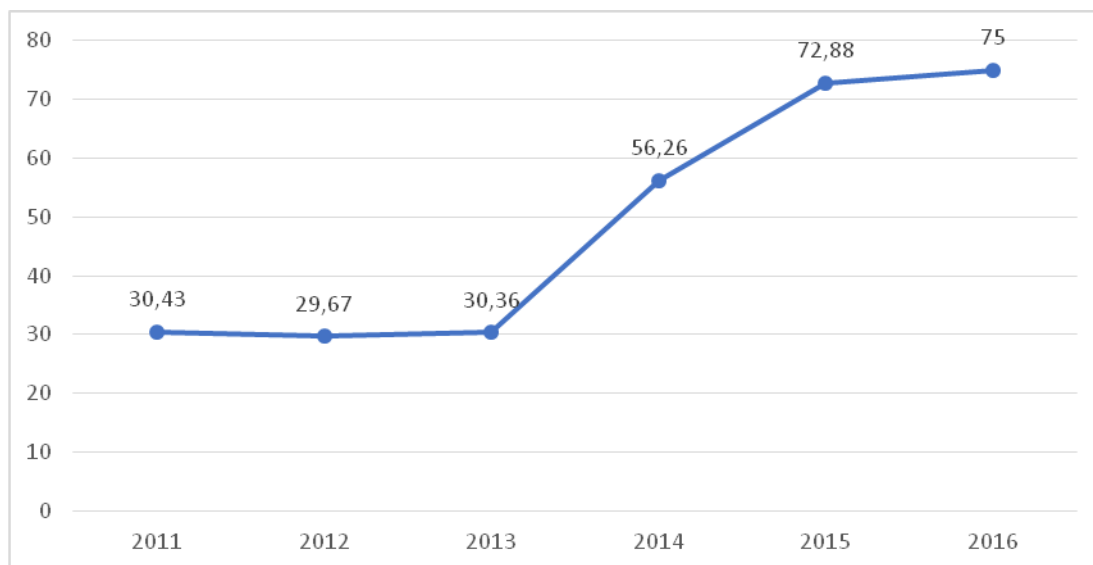
Диаграмма 1. Цена нефти (долл. / баррель)

Как следует из диаграммы 2, минеральные продукты (нефть, газ и др.) составляют более 2/3 общероссийского импорта, что говорит о неразвитой промышленности и других сферах экономики РФ. Конкурентоспособность российской экономики на данный момент обусловлена лишь природно-ресурсными преимуществами.

**Диаграмма 2. Структура внешней торговли
Российской Федерации, %**



Однако структура российской экономики такова, что многим импортируемым товарам (оборудованию, автомобилям) невозможно создать замену в нынешних условиях российской экономики



**Диаграмма 3. Динамика курса доллара
(по отношению к рублю)**

Объемы экспорта РФ сократились в 2015 году практически на 69% по сравнению с 2014 годом. В 2016 стоимость экспорта упала ещё сильнее и стала самой низкой с начала 00-хх. Связано это, прежде всего, с падением цен на основные товары (газ, нефть, металлы), а не с физическим сокращением объемов продаж. Также на дальнейшее снижение объемов экспорта повлияло

введение эмбарго против большого количества государств Основным продуктом экспорта в страны дальнего зарубежья остаются топливно-энергетические товары, удельный вес которых в товарной структуре экспорта в эти страны составил 71,5%.

Данный график является ещё одним подтверждением того, что российская экономика крайне зависима от цен на сырье.

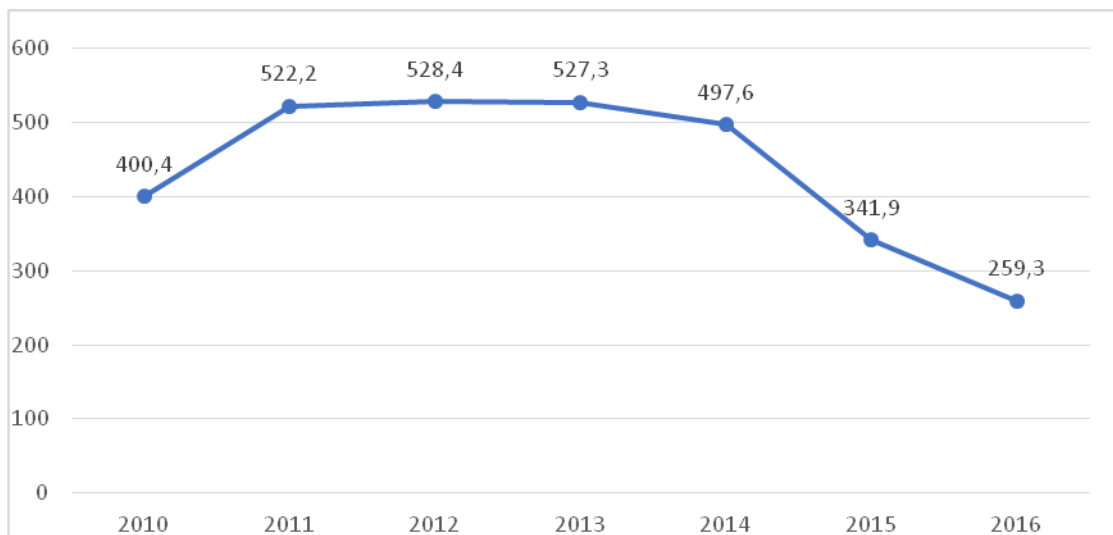


Диаграмма 4. Объемы экспорта, млрд. долларов

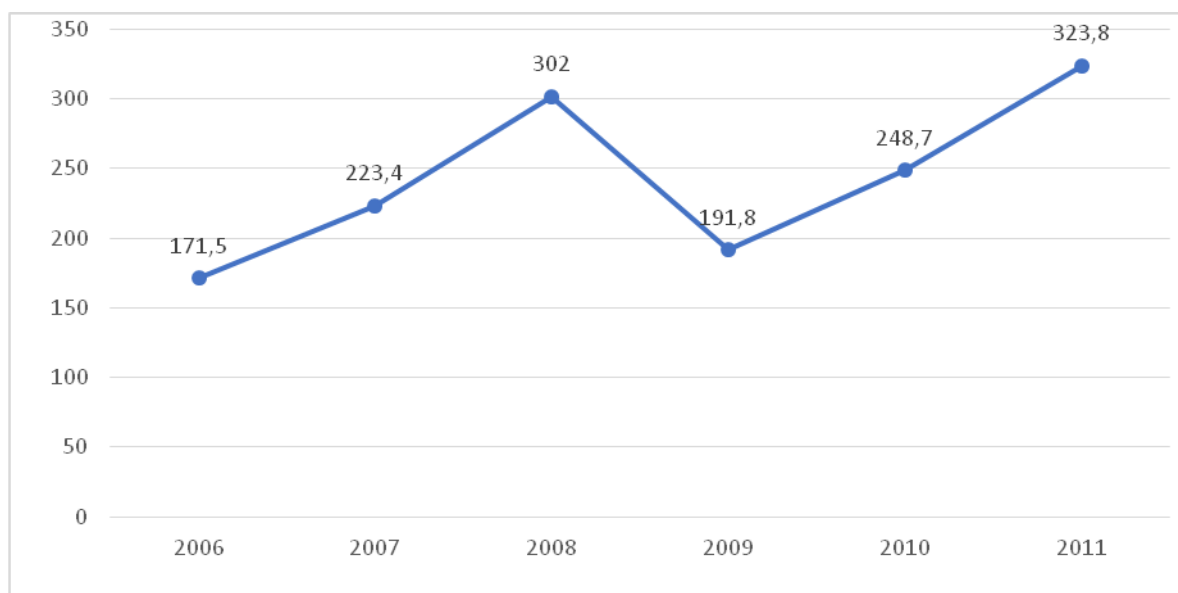


Диаграмма 5. Объемы импорта, млрд. долларов

Импорт России в 2015 года снизился на 63%. Ключевой проблемой снижения объемов импорта являются санкции, введенные против России в связи с действиями на Украине. Девальвация рубля также сыграла большую роль в снижении количества импортных закупок. В товарной структуре

импорта из стран дальнего зарубежья первое место занимает импорт машин и оборудования.

Подводя итоги вышеприведенной статистике, можно сделать несколько выводов о российской экономике

- Цена на нефть является фактором, определяющим доход страны от экспорта
- Крайняя уязвимость внешней торговли при колебаниях валютного курса
- Из-за неразвитой промышленности, страна вынуждена в основном торговать сырьем в первичном виде, а оборудование и машины закупать из-за границы, хотя их производство могло быть возможно и внутри страны, учитывая потенциал.
- Многие компании, опиравшиеся на реализацию импортной продукции, понесли большие убытки

Однако можно выделить и несколько положительных моментов в кризисе

- Российский производитель получил шанс повысить свою конкурентоспособность благодаря импортозамещению
- Малые и средние предприятия получили возможность для роста и развития из-за выросшего спроса на отечественный продукт
- Новые предприятия могут занять свою позицию на рынке, если смогут решить проблемы населения или других предприятий
- Постепенный отход от сырьевого экспорта и сдвиг в сторону переработки и производства

В результате данного кризиса, экономика России получила серьезный удар, однако смогла его выдержать и предпринять ответные меры. Данный кризис – это возможность отечественных предприятий доказать, что они могут производить товары и услуги уровня, сопоставимого с импортным. Уже сейчас заметны положительные изменения в такой сфере как сельское хозяйство. Если в будущем, Россия сможет снизить долю сырьевого экспорта в структуре внешней торговли, то экономика выйдет на совершенно другой уровень и сможет конкурировать с ведущими государствами мира.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Центробанк РФ - <https://www.cbr.ru>
2. Сайт министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru>
3. Экономическая статистика - <http://www.ereport.ru/>
4. Информационное агентство России - <http://tass.ru>
5. ФТС России - www.customs.ru/

РОЛЬ ОФШОРНЫХ ИНВЕСТОРОВ В СТРАНАХ БРИКС

Самсонова Д.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Инвестиции в офшорные зоны достаточно популярная и эффективная система сбережения денежных средств. Внутренние политические и экономические дисбалансы страны формируют риск, который может существенно лишить инвестора части капитала. Стремясь сберечь денежные ресурсы многие инвесторы (в основном крупные компании) регистрируют свой бизнес в налоговых гаванях, тем самым избегая экономико-политических рисков.

В приведенном исследовании отражается влияние инвестиций на экономическую конъюнктуру стран-участниц БРИКС.

В статье проанализирован приток и отток инвестиций с основных офшорных зон, политические причины влияния на движение инвестиций. А также работа раскрывает схемы движения капитала между БРИКС и офшорами.

Целью стран БРИКС, в соответствии с п.3 ст.1 Устава ООН является «осуществление международного сотрудничества в разрешении международных проблем экономического, социального, культурного и гуманитарного характера» [1].

Основным источником формирования и развития экономической конъюнктуры стран БРИКС являются инвестиции. Приток и отток инвестиций формирует инвестиционную привлекательность государства. К одной из причин оттока капитала относится наличие офшорных зон, в которых процветает бизнес резидентов каждой страны, иначе говоря, офшорный бизнес [2].

Многие авторы разделяют офшорный бизнес на легальный и нелегальный. Легальный бизнес предполагает использование офшорами операций по сокрытию доходов и уклонению от налогов при применении легальных налоговых схем. Нелегальный предполагает сокрытие доходов и уход от налогов на основе криминального бизнеса [12,17].

Проанализировав исследования различных теорий, выделим преимущества и недостатки наличия офшорной системы (таблица 1).

Таблица 1.

Последствия офшорной системы.

Преимущества	Недостатки
минимальный размер или отсутствие уставного капитала	слабый инвестиционный климат
финансовая анонимность управления бизнесом	государственная промышленность принадлежит другому государству
сокращённый персонал при организации деятельности	80%-95% операций проводится за границей государства, тем самым государство теряет выгоды в бюджет
получение колоссальной прибыли	возникновение угрозы и поглощения экономики иностранным государством
преодоление налоговых, тарифных, нетарифных, таможенных барьеров	невозможность отыскать собственника
низкие налоги либо отсутствие	обострение конкуренции за экономические ресурсы
защита собственности и спасение от недружественных слияний и поглощений	лишение финансовых оснований для ускоренного развития экономики страны
стабильность систем, необходимых для ведения бизнеса (гарантии, законодательство, регистрация)	устрашающая статистика страны для внешнего сектора из-за большого оттока капитала в иностранные государства [6,16]
завышение цены на товар и услуги при заключении внешнеторгового контракта	-
избежание рисков (рейдерский захват)[6,16]	-

Легальный офшорный бизнес может способствовать управлению рисками, регулированию экспортно-импортных контрактов, свободному перемещению капитала по миру и созданию совместного бизнеса с иностранными представителями на международном уровне [6].

Инвестиционная привлекательность России в настоящее время не самая благоприятная, так как страна окружена внутренними и внешними проблемами (таблица 2) [9,13].

Таблица 2.

Приток ПИИ в страны БРИКС (млн. долл. США)

Страны	Приток инвестиций				Отток инвестиций			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Каймановы острова	Россия – 242	Россия - 5	Россия –	Россия - 189	Россия – 101	Россия – 182	Россия – 700	Россия – 0
	Китай – 15 917	Китай - 30 408	-142 Китай –	Китай – 85 268	Китай – 20 178	Китай – 27 964	Китай – 29 841	Китай – 56 381

	Бразили я – 12 925 Индия – 231 ЮАР - 0	Бразили я – 8 193 Индия – 133 ЮАР - 0	46 427 Бразили я – 7 264 Индия – 142 ЮАР - 0	Бразили я – 2 579 Индия – 245 ЮАР - 0	Бразили я – 35 812 Индия – 0 ЮАР - 0	Бразили я – 37 570 Индия – 0 ЮАР - 0	Бразили я – 49 792 Индия – 0 ЮАР - 0	Бразили я – 52 456 Индия - 0 ЮАР - 0
Британски е Виргинск ие острова	Россия - 48 989 Китай – 389 065 Бразили я – 5 943 Индия – 856 ЮАР - 0	Россия - 18 925 Китай – 446 700 Бразили я – 6 529 Индия – 747 ЮАР - 0	Россия - 11 565 Китай – 529 239 Бразили я – 5 254 Индия – 494 ЮАР - 0	Россия - 9 244 Китай - 551 685 Бразили я – 4 073 Индия – 512 ЮАР - 0	Россия - 46 649 Китай – 410 108 Бразили я – 21 199 Индия – 0 ЮАР - 0	Россия - 74 412 Китай – 397 750 Бразили я – 25 529 Индия – 0 ЮАР - 0	Россия - 41 562 Китай – 494 799 Бразили я – 25 978 Индия – 0 ЮАР - 0	Россия - 33 501 Китай – 526 214 Бразили я – 24 523 Индия - 0 ЮАР - 0
Сингапур	Россия – 749 Китай – 26 210 Бразили я – 1 085 Индия – 18 164 ЮАР - 202	Россия – 164 Китай – 28 330 Бразили я - 1 301 Индия – 23 620 ЮАР - 269	Россия – 520 Китай – 40 371 Бразили я – 904 Индия – 29 936 ЮАР - 221	Россия – 517 Китай – 41 208 Бразили я – 1 188 Индия – 32 909 ЮАР - 182	Россия – 3 Китай – 0 Бразили я – 0 Индия – 21 640 ЮАР - 0	Россия - 1 386 Китай – 0 Бразили я – 0 Индия – 20 559 ЮАР - 0	Россия - 2 375 Китай – 0 Бразили я – 0 Индия – 20 913 ЮАР - 0	Россия – 0 Китай – 0 Бразили я – 0 Индия – 17 721 ЮАР - 0
Кипр	Россия - 150 409 Китай – 0 Бразили я – 712 Индия – 2 579 ЮАР - 177	Россия - 183 276 Китай – 0 Бразили я – 675 Индия – 2 537 ЮАР - 148	Россия - 101 632 Китай – 0 Бразили я – 501 Индия – 2 503 ЮАР - 143	Россия - 86 281 Китай – 0 Бразили я – 267 Индия – 2 342 ЮАР - 216	Россия - 151 806 Китай – 3 Бразили я – 0 Индия – 0 ЮАР - 0	Россия - 152 702 Китай – 2 Бразили я – 0 Индия – 0 ЮАР - 0	Россия - 111 563 Китай – 1 Бразили я – 0 Индия – 0 ЮАР - 0	Россия - 104 446 Китай – 0 Бразили я – 0 Индия – 0 ЮАР - 0
Багамы	Россия - 29 310 Китай –	Россия - 31 964 Китай –	Россия - 20 980 Китай –	Россия - 21 297 Китай –	Россия - 5 481 Китай –	Россия - 5 937 Китай –	Россия - 6 486 Китай –	Россия – 0 Китай –

	0	0	0	0	0	0	0	0
	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили
	я –	я –	я –	я –	я – 851	я – 734	я – 538	я – 338
	8 126	7 197	5 621	3 292	Индия –	Индия –	Индия –	Индия –
	Индия –	Индия –	Индия –	Индия –	0	0	0	0
	229	208	115	163	ЮАР -	ЮАР -	ЮАР -	ЮАР -
	ЮАР –	ЮАР –	ЮАР –	ЮАР -	0	0	0	0
	1 305	1 078	1 274	921				
Бермуды	Россия -	Россия -	Россия	Россия -	Россия -	Россия -	Россия -	Россия -
	30 934	29 565	– 0	13 562	3 557	4 373	3 538	0
	Китай –	Китай –	Китай –	Китай -	Китай –	Китай –	Китай –	Китай –
	72 408	72 732	72 006	- 73 910	38 512	39 016	44 377	43 024
	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили	Бразили
	я –	я –	я – 962	я – 683	я –	я –	я –	я –
	1 522	1 125	Индия –	Индия –	14 308	17 945	22 141	20 730
	Индия –	Индия –	11	12	Индия –	Индия –	Индия –	Индия –
	17	16	ЮАР -	ЮАР -	0	0	0	0
	ЮАР -	ЮАР -	113	50	ЮАР -	ЮАР -	ЮАР -	ЮАР -
	88	108			0	0	0	0

В 2015 году Багамы увеличили приток прямых инвестиций в Россию на 317 млн. долл. США, остальные страны заметно сократили приток инвестиций. Каймановы острова увеличили отток капитала на 47 млн. долл. США из России, что составило -189 млн. долл. США, Британские Виргинские острова – на 2 321 млн. долл. США. Такая ситуация говорит о том, что российская экономика по-прежнему находится в кризисном состоянии и является не привлекательной для инвесторов [10,14].

В Китае ситуация противоположная России. Офшорные зоны увеличили приток прямых иностранных инвестиций в страну, Каймановы острова - на 38 841 млн. долл. США, Британские Виргинские – на 22 446 млн. долл. США, Сингапур – на 837 млн. долл. США, Бермуды – на 1 904 млн. долл. США. Кипр и Багамы с 2012 года не осуществляли денежные вложения в Китай. По прогнозу отток капитала к 2015 году усилился. Этому способствовало падение юаня вместе с долларом на 6,5% и сокращение с середины 2014 года валютных резервов на 320 млрд. долл. США. К 2016 году сокращение резервов достигло 25% (см. таблица 2) [1,9,16].

Экономика Бразилии в 2016 году сократилась на 3,6%. Благодаря этому экономическая рецессия имеет продолжение, что отрицательно сказывается на зарубежных инвестициях (см. таблица 2) [15].

Из приведённых выше юрисдикций в 2015 году поток инвестиций увеличился со стороны Сингапура на 284 млн. долл. США, со стороны других зон происходит снижение в 1,5-2 раза [15].

Индия на протяжении прошлых лет имела неблагоприятную макроэкономическую ситуацию, которая возникла благодаря низкому использованию производительных мощностей бизнеса, высокому уровню волатильности финансового рынка, спаду производства в некоторых секторах экономики [13] [9,18]. Так, согласно данным, наибольший поток инвестиций в Индию осуществляет Сингапур с 2012 года его поток вырос на 14 745 млн. долл. США. Остальные страны с 2014 года вложили малый объём денежных средств, Кипр наоборот снизил поток на 161 млн. долл. США.

Приток иностранного капитала в ЮАР с 2013 года по 2015 год снизился в отношении стран Сингапур, Бермуды и Багамы. Каймановы острова и Британские Виргинские острова вовсе не осуществляли вложение инвестиций. Незначительное увеличение капитала идёт с Кипра.

Отток инвестиций за рубеж вовсе не происходит (таблица 2) [19].

Основными итогами исследования являются:

➤ На движение инвестиции влияет международная политическая ситуация и налоговая политика государства, неустойчивость которых побуждает резидентов регистрировать бизнес в офшорных юрисдикциях.

➤ Инвесторов привлекает упрощенная система регистрации, которая функционирует в вышеперечисленных юрисдикциях [4,7].

Таким образом, жесткие меры налоговой политики и рост нестабильности политики государства влечет за собой всё больший отток денежных ресурсов, в результате чего слабеет инвестиционная позиция, а вместе с тем снижается уровень благосостояния страны в целом. Сейчас БРИКС совместно борется за увеличение прозрачности финансовых потоков, совершенствование налоговой системы государства, санкции в образовании подставных лиц и т.д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Устав Организации Объединённых Наций./Действующее международное право. В 3-х томах. Составители: Ю.М. Колосов. Т.1. – М.: Издательство Московского независимого института международного права, 2014. – 858 с.
2. Гацалова, Э.А./Принципы сотрудничества государств – союзников БРИКС/ Э.А. Гацалова // 2015 г. – с.103-104
3. Гильд, А.А./Офшорные зоны: виды, схемы ведения бизнеса и пути деофшоризации Российской экономики/А.А. Гильд, А.А. Елизарова/Сборник трудов конференции.-2015 г. – с.3431-3435

4. Кузнецова, Г.В./Участие России в международном движении прямых инвестиций//Г.В. Кузнецова/Международная торговля и торговая политика. – 2015 г. - № 4.- с.45-48
5. Логинов, Б.Б./Проблемы «бегства капитала» из экономики Китая/Б.Б. Логинов//Вестник университета. – 2017 г. - № 1.- с.64-65
6. Панова, Г.С. Деофшоризация как фактор развития национальной экономики/Г.С. Панова, И.Б. Тургенев, И.З. Ярыгина//Экономика.-2017 г. – с.103-104
7. Трифонова, И.В. Офшоры в наши дни: проблема оттока капитала из России[Текст]//Экономика, управление, финансы: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). – Пермь: Зебра, 2015. – с.61-64
8. БРИКС. URL: <http://brics2015.ru>
9. Годовой отчёт 2015-2016. Потоки прямых иностранных инвестиций в Индию. URL:<https://rbi.org.in/Scripts/AnnualReportPublications.aspx?Id=1194>
10. Данные МВФ – СОПИ в таблице 1: прямые инвестиции (внутренние и внешние). URL: <http://cdif.imf.org/>
11. Министерство Коммерции Китайской Народной Республики. URL: <http://search.mofcom.gov.cn/>
12. Орешкин В.А., Российский внешнеэкономический вестник. Международный офшорный бизнес./ Ю.А.Савинов, А.К.Марков, А.В.Хвальневич, Д.В. Скоморохов //Издательство: Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации/Москва – 2015. - с.89.– URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23650783>
13. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2016–2018 годов. URL:http://www.cbr.ru/finmarkets/files/development/onrfr_2016-18.pdf
14. Обзор финансовой стабильности IV квартал 2016 г. – I квартал 2017г. URL: http://www.cbr.ru/publ/Stability/OFS_17-01.pdf
15. Отчёт о финансовой стабильности. URL: <http://www.bcb.gov.br/>
16. Отток капитала из Китая в 2016 году достиг максимума. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/80857>
17. Калабеков И.Г. Офшоры и российская экономика / И.Г.Калабеков - URL: <http://refru.ru/offshore.html>
18. Резервный Банк Индии. URL: <https://rbi.org.in/>
19. Южно-Африканский Резервный Банк. URL: <https://www.resbank.co.za/>
20. Table VII – Direct investment liabilities - Equity (inwards). URL: <http://www.bcb.gov.br/>

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИИ И АРМЕНИИ

Симонян Л.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном глобализирующемся мире интеграционные процессы охватили государства практически всех континентов. Не стали исключением и ряд стран постсоветского пространства, продолжающие вести поиск новой формы интеграционного взаимодействия независимых государств, образовавшихся после распада Союза Советских Социалистических Республик.

Актуальность темы определяется тем, что на геополитическом пространстве СНГ сталкиваются интересы различных мировых центров силы, разворачивается борьба за доступ к источникам энергетических и других природных ресурсов. Существенным обстоятельством, осложняющим эффективное взаимодействие стран СНГ, является наличие внешних факторов, в первую очередь, противодействие США и стран Западной Европы усилиям России по политической и экономической консолидации Содружества в контексте возрастающего соперничества мировых центров силы.

Тема «Торгово-экономические отношения России и Армении» стала еще актуальнее в последние несколько лет, так как произошли большие изменения в мировой политике, следовательно, и в экономике. Введение антироссийских санкций и ответных санкций самой России привели к тому, что она была вынуждена пересмотреть направления своей внешнеторговой деятельности, уделяя при этом особое внимание своим азиатским партнерам, к которым относится и Армения.

Отношение двух стран стали укрепляться еще и в рамках ЕАЭС. При анализе структуры внешней торговли России в 2016 г. со странами СНГ можно отметить увеличение доли экспорта в Армению и импорта из нее. Объем поставок вырос на 6% и достиг 1.34 млрд. долларов. После присоединения к ЕАЭС, страна уверенно наращивает поставки в Россию рыбы, плодоовощной продукции, алкоголя, текстиля и обуви [1].

СТРУКТУРА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ ПО СТРАНАМ СНГ В 2016 Г.

(МЛН ДОЛЛАРОВ)

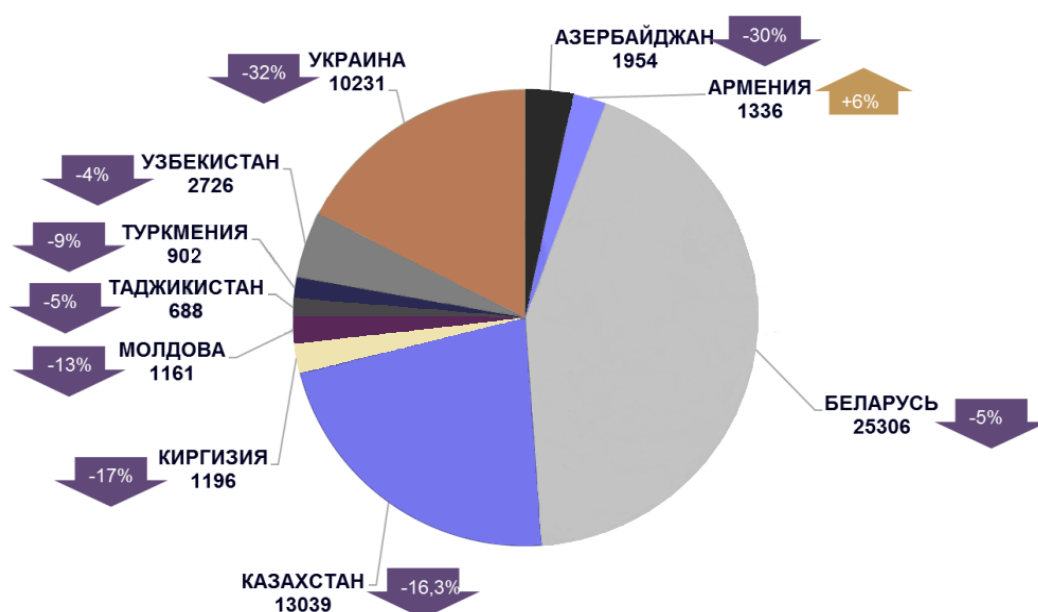


Рисунок 1. Товарооборот России со странами СНГ [2]

В структуре экспорта России в Армению в 2016 году (и в 2015 году) основная доля поставок пришлась на минеральные продукты – 40.96%, продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё – 17.27%, машины, оборудование и транспортные средства – 15.62%, металлы и изделия из них – 9.26%, продукция химической промышленности – 6.99% и т.д.



Рисунок 2. Товарооборот Армении со странами ЕАЭС [3]

В 2016 году экспорт из Армении в страны ЕАЭС увеличился на 50%. В этом случае 95% экспорта из Армении на сумму 371 млн. долларов было отправлено опять же в Россию. Показатели экспорта в другие три страны – Беларусь, Казахстан и Кыргызстан – так же увеличились, но на общий рост экспорта страны существенного влияния не имели. С тремя другими государствами-членами ЕАЭС общий товарооборот составляет всего лишь 14.8 млн. долларов.

В структуре импорта России из Армении в 2016 году (и в 2015 году) основная доля поставок пришлась на продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё – 63.73%, машины, оборудование и транспортные средства – 12.43%, драгоценные металлы и камни – 10.36%, текстиль и обувь – 10.24%.

Отсутствие общих границ между Россией и Арменией вызывает значительные трудности в организации грузовых перевозок. Значимый объем перевозок проходит через КПП Верхний Ларс, который не имеет реальной альтернативы. Из-за неблагоприятных климатических условий там часто простаивают машины.

Альтернативой этой дороги может стать железная дорога, которая будет проходить через Абхазию (Россия – Абхазия – Грузия – Армения). Успешная реализация этого проекта, наконец, выведет Армению из транспортного тупика и создаст транспортную связь между странами ЕАЭС. Но в силу политических разногласий этот проект остается на бумаге [4].

Однако проводятся частые встречи глав государств, которые ищут варианты решения этих проблем.

В последние годы экономические взаимоотношения между Россией и Арменией стремительно развиваются.

В то же время стороны не намерены останавливаться на достигнутом, рассматривают перспективы дальнейшего углубления двустороннего сотрудничества. В разных сферах экономики есть двухсторонние договоренности и инвестиционные проекты. Наряду с традиционными направлениями сотрудничества следует развивать новые, так как рынок инноваций, как таковой, безграничен. Создание инновационных предприятий будет способствовать развитию новых технологий.

Например, одним из таких новых направлений могла бы стать сфера выращивания сапфировых кристаллов. Это весьма перспективное направление, где армянские ученые достигли значительных результатов. Ведущая компания в Армении, которая работает в данной области – "ЛТ-Пиркал". Число

заказчиков "ЛТ-Пиркал" постоянно растет. Среди них – известные фирмы из Японии, Южной Кореи, Германии, Израиля, Франции, Швеции, США, Канады. Но при этом Россия не входит в число этих стран. В то время как это могло бы стать источником взаимовыгодного сотрудничества [5].

Создание Евразийского экономического союза и «экономическое воссоединение» Армении и России дают нашим странам новые возможности для развития их экономик и торгово-экономических отношений. Более того, они могут стимулировать интерес к такому взаимодействию у соседних стран, что в других условиях едва ли было бы возможно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дживания Д. А. Армения в ЕАЭС: перспективы постсоветской интеграции// Вестник РУДН, серия Политология. 2015. №3. С.98 – 105.
2. Быркова Е. Внешняя торговля России в 2016 году: цифры и факты// Провэд, 14 февраля 2017. URL:<http://провэд.рф/analytics/research/40407-vneshnyaya-topgovlya-possii-v-2016-godu-tsifry-i-fakty.html> (дата обращения 20.10.2017).
3. Геворгян А., Дегерян С. Армения – ЕАЭС: сделка есть, выгоды нет// Сова. 03.08.2017. URL:<https://sova.news/2017/08/03/armeniya-eaes-sdelka-est-vygody-net/> (дата обращения 09.11.2017).
4. Алтунян А. Г. , Согомонян Х. Т. Перспективы интеграции Армении в ЕАЭС// Экономика и управление. 2015. №2. С. 24 – 32.
5. Аветисян А.А. // Вестник Российско-Армянского (Славянского) университета. 2014. С. 11 –

СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ МЕЖДУ РОССИЕЙ И ГЕРМАНИЕЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Стоянова К.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Санкции с России не сняты, но это не мешает Германии налаживать контакты. Немецкие компании готовы наращивать прямые инвестиции в Россию. Интерес бизнеса ФРГ к России сохраняется. Политические отношения между «нами» в последние годы нельзя назвать простыми и даже несмотря на разногласия, торговля между странами восстанавливается.

По данным ФТС (Федеральная Таможенная служба) России, торговля между странами за 8 месяцев в период с января по август возросла на 24% «с копейками» – до \$32 млрд. При этом экспорт стал больше на 26,6% и составил \$16,3 млрд., а импорт увеличился на 22,6% и почти достиг \$15 млрд. [4].

Сегодня Германия прочно удерживает свои позиции в качестве второго по величине торгового партнера России после Китая [1].

В этом году немцы удвоили свои вложения в нашу экономику, сообщил немецкий журнал Spiegel. Объем прямых накопленных инвестиций компаниями из ФРГ достиг \$18 млрд. Крупнейшими немецкими компаниями, которые создают рабочие места и активно участвуют в ВЭД страны, являются автоконцерн Volkswagen, фармацевтический производитель Novartis, производитель электроники Siemens. Также немцы строят заводы и сборочные линии на территории РФ. «Рус Винил» — предприятие, которое было создано компанией «Сибур» совместно с иностранным партнером Solvin Holding Nederland B.V. Ранее у Solvin Holding были производственные площадки только в Западной Европе (Бельгия, Германия, Франция, Италия, Испании), это первый масштабный проект компании в России. Также фирма GÜHRING, являющаяся ведущим мировым производителем инструмента для сверления, нарезания резьбы, развертывания, а также инструментальной комплексной обработки. Нижний Новгород был выбран в качестве площадки для нового завода не случайно, у нас расположены крупные клиенты компании: «ГАЗ», «Гидромаш», «Либхер», «Даниели» и др. [3].

Из всего вышесказанного следует, что Германия наращивает свой ВВП и ВВП России.

Таблица 1.
Динамика ВВП Германии

Дата	Факт (млрд. EUR)	Аналогичный период предыдущего года (млрд.EUR)
Июнь 2017	823	819
Март 2017	816	806
Декабрь 2016	806	799
Сентябрь 2016	799	803
Июнь 2016	803	789
Март 2016	787	786
Декабрь 2015	786	777
Сентябрь 2015	777	767

Торговля между Россией и ФРГ падала четыре года подряд. Причинами стали взаимные санкции, снижение курса рубля, а также падение цен на химию, которую Россия поставляет в ФРГ. Россия на немецком рынке потеряла гораздо больше и опустилась с 11-го на 15-е место среди стран, торгующих с Германией [2].

Как уже было отмечено, теперь экономическая ситуация стала благоприятнее, и немцы вновь возвращаются на российский рынок. Растет и внешняя торговля, однако восстановление прежних отношений может занять не один год.

Что немцы закупают в России?

Преобладают минеральные продукты. По данным ФТС России, в январе-августе было продано на сумму почти в \$12 млрд., что составляет 74% всех наших поставок в Германию. Среди других поставляемых товаров каменный уголь и нефтяные дистилляты. Также мы везем в Германию кукурузу, алкоголь, рыбу и масложировую продукцию.

**ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ И ГЕРМАНИИ
В 2010-АВГУСТЕ 2017 Г.**
(млрд долларов)



ИСТОЧНИК: ФТС

Рисунок 1. Внешняя торговля России и Германии

Какие товары к нам едут из Германии?

28,5% импорта это машины и оборудование: промышленное оборудование, центрифуги, котлы, двигатели внутреннего сгорания и

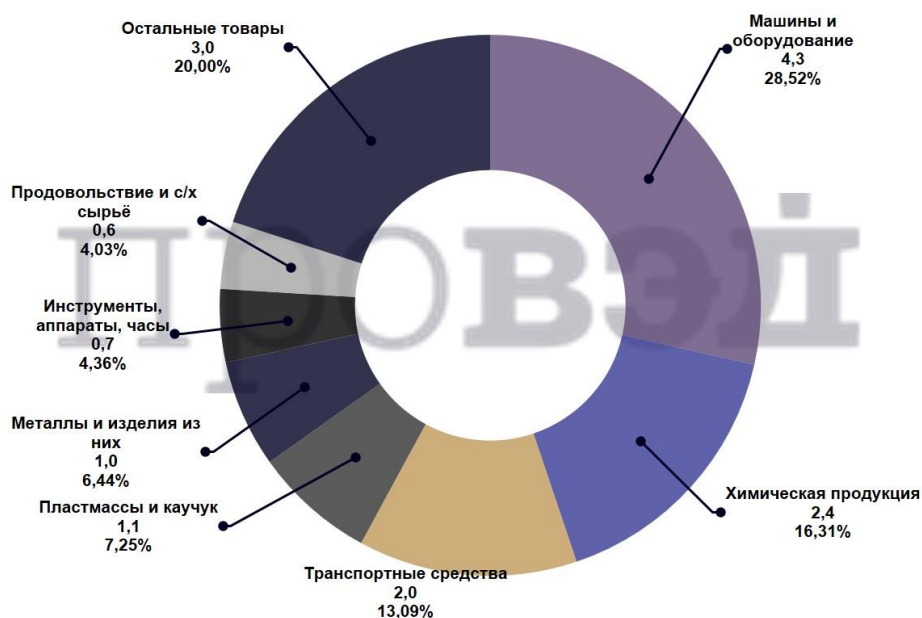
сельскохозяйственные машины и механизмы. Более 13% приходится на транспорт, при этом свыше 97% таких поставок – это легковые автомобили, запчасти, прицепы, тракторы.

Несмотря на то, что сегодня наши торговые отношения только начали налаживаться, бизнес стремится двигаться в наилучшую сторону. В начале 2017 года Российско-Германская Внешнеторговая палата проводила опрос и выяснила, что 63% немецких предпринимателей, которые сотрудничают с российскими компаниями, ожидают роста продаж:

- 40% - смогут увеличить количество сотрудников в России;
 - 30% - готовы вкладывать средства в российский бизнес.
- Президент России Владимир Владимирович Путин на встрече с представителями Германии, которая состоялась на днях, озвучил благоприятные надежды на будущее: «Рассчитываем, что немецкие компании и дальше будут работать в нашей стране. Из-за экономического роста, в России открываются новые возможности для бизнеса, для бизнеса вообще и для наших друзей из-за границы, в том числе из Германии, в частности» [1].

ТОВАРНАЯ СТРУКТУРА ИМПОРТА РОССИИ ИЗ ГЕРМАНИИ В ЯНВАРЕ-АВГУСТЕ 2017 Г.

(МЛРД ДОЛЛАРОВ)



ИСТОЧНИК: ФТС

Рисунок 2. Товарная структура импорта в Россию из Германии

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. <http://www.ng.ru/> Независимая газета (дата публикации 12.10.2017)
2. <https://nsk.rbc.ru/> (дата обращения 16.11.2017)
3. Журнал «Эксперт online» совместно с журналом «Русский репортёр» (дата публикации 21.11.2017) №40
4. <http://customs.ru/> Федеральная Таможенная служба

ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА ЭКСПОРТ МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС

Тарануха Н.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Целью данного исследования является рассмотрение положения предприятий малого и среднего бизнеса во внешнеторговом обороте, проблемы их экспортного ориентирования и возможные пути решения.

Объектом изучения данной работы является положение дел и актуальные проблемы предприятий малого и среднего бизнеса при выходе на экспорт.

Чаще всего по окончании высших учебных заведений экономических направлений выпускники пробуют свои силы в бизнесе. Они начинают свой путь с открытия собственного дела в нишах малого и среднего бизнеса, развивая свою деятельность и получая экономическую прибыль. При расширении деятельности возникает вопрос о выходе на новых клиентов, заключении внешне торговых контрактов.

На сайте Приволжского Таможенного управления была выявлена структура экспорта и импорта важнейших товаров в регионе деятельности Нижегородской таможни, данные представлены ниже в таблице [3].

Таблица 1.

Структура экспорта и импорта важнейших товаров в регионе деятельности Нижегородской таможни

Наименования товара	Экспорт	Импорт
Продовольственные товары и сырье	141312.26	160378.79
Минеральные продукты	595232.81	35714.31
Топливо-энергетические товары	506320.28	31861.21

Продукция химической промышленности, каучук	321527.97	540920.84
Кожевенное сырье, пушнина и изделия	5122.81	1473.80
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	91930.57	47995.13
Текстиль, текстильные изделия и обувь	6922.36	21903.10
Металлы и изделия из них	411878.93	299231.25
Машиностроительная продукция	614836.81	688785.60

Из представленной таблицы заметны позиции товаров, в которых импорт преобладает над экспортом, то есть по пунктам "Продовольственные товары и сырье", "Продукция химической промышленности, каучук", "Машиностроительная продукция" наблюдается отрицательное сальдо. Негативный торговый баланс означает маленький спрос на товар на глобальных рынках. Исходя из этих данных, можно признать возможным, что предприятиям малого и среднего бизнеса имеет смысл при выходе на внешнюю торговлю выступать с продукцией этих отстающих по значениям импорта позиций, а также по другим видам продукции, для продвижения этих позиций в лидеры, повышать качество продукции позиций с отрицательным сальдо.

Экспорт вносит крупнейший вклад в развитие внешнеэкономической деятельности государства [2]. Для государства также есть выгодные моменты – повышение экспорта благоприятствует росту занятости и объемов национального производства, а также обеспечивает положительный платежный баланс. Для самого малого и среднего предпринимательства присутствует ряд положительных сторон, такие как: наращивание объемов сбыта, понижение рисков колебаний конъюнктуры рынка, расширение финансовой стабильности, получение субсидий от государства и оптимальное использование производственных мощностей. Следует отметить, что лишь немногочисленные субъекты малого и среднего предпринимательства склонны рассматривать экспорт товаров и услуг в качестве основного источника доходов, для прочих же предприятий все еще значительны риски экспортной ориентации предприятия, поэтому они расценивают зарубежные страны как дополненный рынок сбыта, а не как основной.

К основным причинам низкого объема экспорта продукции малых

предприятий и предприятий среднего бизнеса относятся: трудности с сертификацией продукции, признанием российских сертификатов за границей, сложности в оформлении экспортных операций и затруднения поиска партнеров в зарубежных странах, жесткие условия по срокам поставок и недостаток квалифицированных специалистов по техобслуживанию. Исходя из этих оснований, формируется необходимость в оказании специальных мер государственной поддержки данным предприятиям.

По нашему субъективному мнению, в наибольшей степени эффективной мерой является предоставление консультационной помощи, поскольку выход на внешние рынки для субъектов малого и среднего предпринимательства представляет значительную проблему по причине отсутствия бизнес-плана, незнания таможенных процедур, отсутствия международных сертификатов и других [1]. Немалую роль играют такие меры, как субсидирование части затрат, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях, осуществление бизнес-встреч отраслевых групп предпринимателей с зарубежными компаниями, нацеленных на поддержку в поиске партнеров и изучение рынка.

При условии реализации такой политики, направленной на поддержку экспортно-ориентированных предприятий, осуществится превращение возможных участников внешнеэкономической деятельности в действующих.

Таким образом, в статье представлена структура экспорта важнейших товаров в регионе деятельности Нижегородской таможни в сравнении с импортом, выявлено положение предприятий малого и среднего бизнеса, проблемы их экспортного ориентирования и возможные пути решения

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. **Customs.ru** – электронный сайт Федеральной Таможенной Службы
2. **Rbc.ru/economics** – электронный сайт экономических статей
3. **Ptu.customs.ru** - справочные материалы по итогам работы таможенных органов Приволжского региона

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

Угаров А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

От совершения международных сделок экономическую выгоду получают не только организации, но и государство, путем взимания таможенных пошлин и налогов за перемещение через таможенную границу товаров и услуг, фигурирующих в международных торговых контрактах, данные налоги и пошлины перечисляются в федеральный бюджет.

Согласно статистике, в 2016 году Российская Федерация получила доход в размере 13.5 триллиона рублей, из которых, 4.4 триллиона рублей перечислила Федеральная таможенная служба [3]. Этот показатель говорит о том, что таможенные отчисления сформировали треть федерального бюджета Российской Федерации.

Уже основываясь только на этих данных, можно с уверенностью сказать, что таможенная служба является одним из самых важных и главных государственных органов, оказывающих прямое влияние на благосостояние нашей страны. По этой причине таможенная система нуждается в постоянной реорганизации и совершенствовании. Только при условии внедрения новейших технологий и методов регулирования таможенная система может полностью реализовать свой потенциал и обеспечить полное выполнение всех своих функций.

Для того чтобы более наглядно показать важность совершенствования таможенных органов, мы должны четко понимать, что такое таможенные органы и как они осуществляют свою деятельность.

Федеральная таможенная служба (далее – ФТС России) – это орган исполнительной власти, который был основан указом Президента Российской Федерации от 09.03.2004г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» [1].

Федеральная таможенная служба реализует две главные, возложенные на нее функции:

- 1) регулирующая функция, которая включает в себя защиту отечественной экономики и защиту отечественных производителей от нежелательного экспорта/импорта, а также защиту рынка от контрабанды;
- 2) фискальная – основная функция, заключающаяся в пополнении федерального бюджета Российской Федерации. Данная функция осуществляется путем взимания таможенных платежей, сборов и налогов за перемещение товаров, услуг и транспортных средств через таможенные границы.

Обе функции реализуются путем таможенного контроля и таможенно-тарифного регулирования. Эти инструменты очень сложны и должны

постоянно претерпевать изменения для того, чтобы таможенные органы могли обеспечивать выполнение своих функциональных задач. Однако, выполнение возложенных на таможенную задачу, зависит и от совершенствования системы развития персонала таможенных органов.

Анализируя данные диаграммы, представленные на рисунке 1 (источники данных – Министерство финансов и Федеральная таможенная служба) видно, что с 2010 по 2014 годы наблюдается рост платежей, перечисленных в федеральный бюджет таможенными органами, вместе с этим растет и доходная часть федерального бюджета России.

С 2015 года наблюдается резкое снижение денежных сумм, которые перечислили таможенные органы. Главной причиной, естественно, послужило то, что в 2015 году против Российской Федерации ввели санкции все западные партнеры по торговле, вследствие чего уменьшился торговый оборот, а, следовательно, уменьшились начисление и взимание таможенных платежей. Но помимо этого, немаловажную роль сыграло и совершенствование таможенных органов.

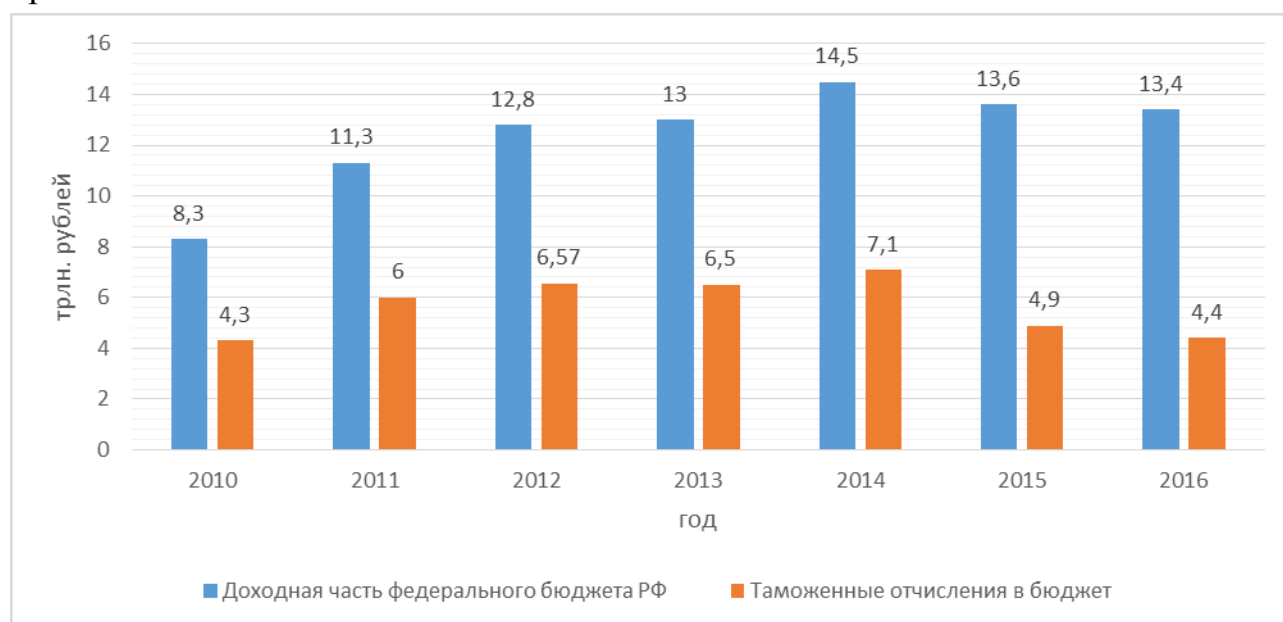
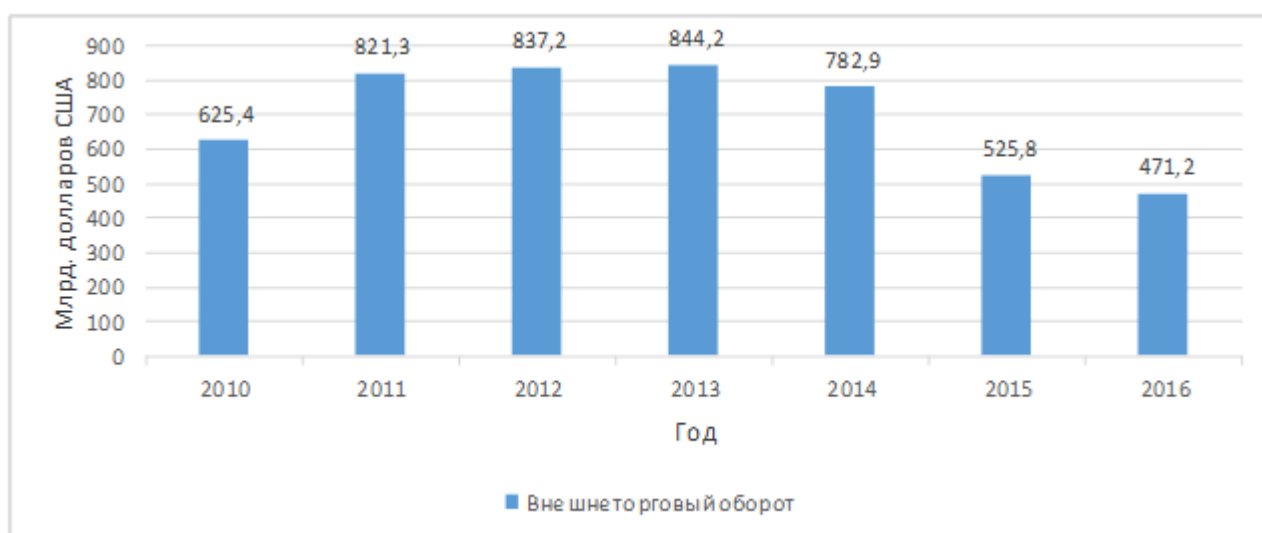


Рисунок 1. Доля платежей, перечисленных таможенными органами в сравнении с доходными частями бюджета РФ в 2010-2016 г. (в трлн. руб.)

Действительно, взглянув на диаграмму на рисунке 2, мы увидим, что внешнеторговый оборот Российской Федерации в 2016 году на 11.2% уменьшился по сравнению с 2015 годом, однако в 2014 году мы тоже наблюдали снижение данного показателя по сравнению с предыдущим периодом на 7%. Не смотря на это, таможенные органы перечислили в федеральный бюджет рекордную сумму 7.1. трлн. руб. Эти данные показывают, что совершенствование таможенной системы – первостепенный

фактор, позволяющий увеличить количество взимаемых платежей в условиях внешнеэкономической деятельности именно по той причине, что резкое увлечение взимаемых платежей в 2010 году и последующий их рост до 2014 года приходится на момент реорганизации таможенных органов.

Именно в 2010 году все таможенные посты были переоснащены для применения электронной формы декларирования, которое позволяет ускорить работу таможенных органов, а в рекордном 2014 году был совершён переход на обязательное электронное декларирование [2]. После 2015 года резкого качественного улучшения электронного декларирования не производилось. Важно отметить, что сокращение времени таможенного оформления значительно повышает продуктивность таможенных органов.



**Рисунок 2. Внешнеторговый оборот Российской Федерации
в 2010- 2016 г. (в млрд. долл. США)
(Источники: Минфин России и ФТС России)**

Кроме того, на сегодняшний день остается довольно большое число недостоверно задекларированных товаров и, по этой причине неверно предоставленных льгот по уплате таможенных платежей, это, несомненно, сказывается на сумме, которую таможенные органы перечисляют в бюджет. На это влияет и неверное определение страны происхождения товаров. На наш взгляд, это связано с чрезмерным сокращением численности сотрудников таможенной службы. В 2010 году численность сотрудников таможенных органов достигала 62 тысяч, в 2014 году – 53 тысячи, в 2016 году - порядка 51

тысячи. Если до 2014 года курс на снижение численности персонала влиял положительно, путем снижения затрат на содержание таможенных органов, то в настоящее время это не приносит положительного результата.

Для того чтобы в условиях сокращения штатной численности таможенных органов, данная система давала положительные результаты на уровне 2010-2014 годов, необходимо постоянное внедрение новейших технических разработок, повышение квалификации персонала таможенных органов и совершенствование системы управления рисками, в которую входит таможенный контроль. Однако качественные совершенствования в данных областях таможенные органы почти не проводят.

В 2017 году штатная численность сотрудников таможни стала составлять около 50 тысяч человек. Следовательно, увеличилась средняя нагрузка на одного сотрудника и время, затраченное на оформление, а как мы уже говорили ранее, время – определяющий фактор в деятельности таможенных органов, особенно в условиях, когда персонал недостаточно квалифицирован.

Подводя итог, нужно сказать, что совершенствование таможенных органов в техническом и методологическом плане, повышение квалификации персонала таможен при его сокращении – важнейшая задача, стоящая как перед ФТС России, так и перед Правительством РФ, ведь именно таможенная система при достаточном финансировании и обеспеченности современными технологиями приносит колоссальные части бюджету РФ, достаточно вспомнить рекордные показатели в 52% от бюджета в 2013 году и 7.1 трлн. рублей в 2014 году. В 2018 году ожидается очередная глобальная реорганизация таможенных органов, которая связана с совершенствованием центров электронного декларирования, что должно снизить количество времени, затраченного на оформление.

По ожиданиям ФТС России, сокращение времени таможенного оформления приведет к привлечению новых агентов внешнеэкономической деятельности, путем создания благоприятных условий для торговли с нашим государством. Сокращение времени оформления товаров на таможне сыграет на руку предпринимателям, потому что уменьшатся издержки при реализации их продукции, которые в первую очередь заключаются в помещении товара на склад временного хранения, а также увеличится скорость оборота товара, вследствие чего предприниматели будут быстрее получать экономическую выгоду от совершения внешнеторговых сделок. Оценить экономическую эффективность нововведений, мы сможем уже в следующем году.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

6. Указ Президента Российской Федерации от 09.09.2004г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти».
7. Федеральный закон от 27.11.2010 №311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации» // ч. 1 ст. 204, ч. 4 ст. 322.
8. Официальный сайт Федеральной таможенной службы Российской Федерации URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения 14.10.2017)

СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Чернова Г.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире, когда мало что остаётся постоянным долгое время, нестабильность экономики никого не удивляет. Цены на ресурсы и сырьё ежедневно изменяются. По данным FinStat 11.07.2008 г. цена на нефть составила 143.68 USD/баррель, а 26.12.2008 г. – всего лишь 33.73 USD/баррель; для сравнения: в ноябре 2016 года цена на нефть варьировалась в районе 43 USD/баррель, а 10.11.2017 г. один баррель нефти стоил 63.61 доллар. Такая нестабильность проявляется не только в экономике, так же и в политике [1].

Войны и конфликты всегда обостряли геополитическую ситуацию в мире. И современный этап не является исключением. С течением времени меняются исключительно методы, но не проблемы, возникающие одновременно с конфликтами между государствами. Конечно, сейчас эти методы приобрели более цивилизованный характер нежели, например, 500 лет назад. Но главной задачей было и остаётся ослабление позиций противника. А в наше время выгоднее всего воздействовать на экономику, ведь все её субъекты, в частности государства, находятся в непрерывном взаимодействии, ярко выраженном в международной торговле и внешней экономической деятельности.

Таким образом, прослеживается явная связь между вышеупомянутыми сферами. Россия, являясь самым большим по площади, не последним по численности населения, будучи лидером по запасам большинства природных ресурсов, занимая важное место на мировой арене, столкнулась с такой проблемой как санкции. Цель дальнейшей работы заключается в рассмотрении экономических последствий санкций и перспективах импортозамещения.

Основными статьями экспорта Российской Федерации в 2008 году были углеводородное сырьё, продукция тяжёлого машиностроения, металлургии, химической промышленности, вооружение (таблица 1) [2].

Таблица 1.

**Структура экспорта России в 2008 и 2016 гг.
(по данным ФТС РФ)**

Наименование	Доля; 2008 год	Доля; 2016 год
<u>Нефть</u> сырая	32.40 %	28.66%
<u>Газ</u> природный	14.19 %	13.2%
<u>Дизельное топливо</u>	6.96 %	7.11%
<u>Мазут</u>	6.56 %	8.9 %
<u>Чёрные металлы</u> , изделия из них	4.51 %	10 %
Машины и оборудование (без автомобилей)	4.37 %	5.8%

По этим отраслям Россия всегда было в числе первых. По данным за 2016 год можно сделать следующий вывод: доля экспорта природных ресурсов снизилась, а доля экспорта готовой продукции напротив увеличилась.

В 2014 году и последующий период на внешнюю торговлю России оказали существенное негативное воздействие введённые против неё экономические санкции и ответные контрсанкции. Импортозамещение – это длительный процесс замещения импортных, т.е. ввозимых в страну товаров и услуг аналогами отечественного производства.

Импорт России в январе-декабре 2015 года составил 184,5 млрд. долларов США и по сравнению с январем-декабрем 2014 года снизился на 36,7%. По основным товарным группам отмечается снижение как стоимостных, так и физических объемов импорта товаров. Импорт России в январе-мае 2016 года составил 64,6 млрд. долларов США и по сравнению с январем-маем 2015 года снизился на 10,6%. Наблюдается тенденция на снижение объёмов импорта.

В ходе одного из своих выступлений Д. Медведев огласил список отраслей, особо нуждающихся в приходе российского производителя (таблица 2) [3], были названы:

Таблица 2.

Отрасли, особо нуждающиеся в импортозамещении

Сфера экономики	Доля импорта, %
Станкостроение	90
Самолетостроение (гражд. авиация)	80
Тяжелое машиностроение	70
Поставки оборудования для нефтегазовой отрасли	60
Производство энергетического оборудования	50

Как было отмечено, процесс этот длительный, поэтому проанализировать эффективность процесса довольно не просто. Для начала стоит отметить, что каких-либо явных, заметных для обычного среднестатистического человека недостатков нет: продуктовые магазины полны продуктами, магазины одежды не страдают дефицитом и т.п. Наше государство достойно справляется со своей задачей. Например, к 2020 году планируется полный отказ от импортных молокопродуктов. Как показывает практика, импортозамещение способствует росту отечественного производства, появляются новые рабочие места. И это в целом положительно сказывается на экономике страны. Российская Федерация становится менее зависима от других стран. И открываются широчайшие перспективы, а именно шанс наладить собственное производство всех необходимых благ. В данном контексте импортозамещение играет положительную роль [4].

В долгосрочной перспективе в странах, ступивших на путь замещения импортной продукции своей, например, в странах Латинской Америки, напротив наблюдалось снижение экономического роста. Это объясняется просто: страна теряет преимущества от специализации и международной торговли, протекционистская политика уменьшает стимулы предпринимательского риска, а это в свою очередь приводит к снижению эффективности. Не постигнет ли Россию та же участь? Трудно ответить. Ведь для того чтобы предположить, необходимо точно знать, есть ли что-то такое, что коренным образом отличает Российскую Федерацию от других государств и позволит стать исключением из правил. Россия обладает высоким потенциалом на пути к импортозамещению, но в то же время необходимо понимать, что этот процесс вынужденный, а потому страна, скорее всего, будет стремиться к выходу из экономической изоляции.

Итак, импортозамещение ещё сыграет свою роль в российской экономике. Главное, чтобы страна пришла к осознанию того, что экономика уязвима, необходимо развивать отечественное производство, а не всецело полагаться на импорт. И более того, развитие – это всё-таки движение вперёд в любом случае, а потому с ним появится возможность конкурировать на мировом рынке не только как государство с ресурсоориентированной экономикой, а как государство, у которого развиты и промышленность, и сельское хозяйство, и сфера услуг, и инновационные технологии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. <https://finstat.info/tsena-na-neft.html> (дата обращения 15.11.2017)
2. <http://www.customs.ru/index.php> (дата обращения 15.11.2017)
3. <http://expert.ru>. Журнал «Русский репортёр»
4. Журнал «Эксперт» . №46, 2017

О КЛЮЧЕВЫХ АСПЕКТАХ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППЫ ГАЗ

Яшина Е.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В начале 2017 года ПАО «ГАЗ» объявило о возобновлении контрактной сборки автомобилей в Турции совместно с компанией Mersa Otomotiv. Сотрудничество началось еще в 2012 году, но было приостановлено вследствие политического кризиса с Турцией в 2015 году. Сборочное производство в Турции – первое для ПАО «ГАЗ» за пределами СНГ, возможность выхода на рынки Южной Европы и Ближнего Востока. Принимая во внимание стратегическую важность данного проекта для ПАО «ГАЗ», представляется интересным проанализировать модель интернационализации, выбранную компанией.

Интернационализация связана с пересечением национальных границ бизнеса. В связи с глобальным трендом либерализации экономических отношений, сокращением торговых и финансовых барьеров, с одной стороны, и падение выручки с продаж на домашних рынках России и СНГ, с другой, интерес и вовлеченность отечественных автопроизводителей в международную деятельность растет. Так, Группа ГАЗ заявила о планах «увеличить долю выручки от экспортных операций до 50% к 2020 году»[1]. Английский

экономист Дж. Даннинг [2] приводит основные мотивы к интернационализации бизнеса:

1. *Стремление к увеличению эффективности и снижению издержек.* Выход на международный рынок означает экономию за счет увеличения масштабов производства, а также диверсификацию рисков.
2. *Желание получить доступ к определенным ресурсам.* В некоторых отраслях по-прежнему большую роль играют такие факторы, как стоимость рабочей силы, наличие сырья или доступность капитала. В наукоемких производствах особое значение придается взаимодействию с научными центрами, способности к опережающему обновлению технологий.
3. *Желание приблизиться к потребителю* и более гибко реагировать на изменения спроса. Необходимость адаптировать продукцию под вкусы и предпочтения покупателей может вынудить компанию открыть производство ближе к конечному потребителю.
4. *Управление стратегическими ресурсами компании.* К стратегическим ресурсам относят нематериальные активы, связанные с имеющимися у компании технологиями и ключевыми компетенциями, необходимыми для формирования и удержания конкурентного преимущества. Часто наиболее простой способ получить доступ к технологиям является приобретение другой компании, участие в альянсе или совместном проекте с обладающими необходимыми компетенциями фирмами.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ моделей интернационализации [3] по следующим критериям:

1. Выбор целевого рынка
2. Выбор варианта входа на рынок
3. Степень риска для фирмы
4. Степень адаптации продукции к особенностям целевого рынка
5. Развитие интернационализации

Построив диаграмму (рисунок 1) с учетом гибкости принятия решений для компании, можно сделать вывод, что наиболее удобными моделями интернационализации являются модель Дж. Даннинга (Эклектическая парадигма) и сетевой подход к интернационализации. В первую очередь это связано с выбором рынка без географической привязанности к внутреннему рынку, со свободой в выборе способа выхода на внешний рынок и, соответственно, меньшими финансовыми и временными затратами. Вместе с тем необходимо отметить их больший риск по сравнению со стадийной

Uppsala моделью, а также зависимость от окружения (в случае выбора сетевого подхода к интернационализации).



Рисунок 1. Сравнительный анализ моделей интернационализации бизнеса

Таблица 1.

Сравнительный анализ моделей интернационализации бизнеса

<i>Фактор</i>	<i>Uppsala модель</i>	<i>Модель транзакционных издержек</i>	<i>Эклектическая модель OLI-преимуществ Дж. Даннинга</i>	<i>Сетевой подход</i>
<i>Выбор целевого рынка</i>	Географически и культурно близкие рынки, постепенное увеличение количества рынков	Географически и культурно близкие рынки, т.к. в этом случае транзакционные издержки минимальны	Выбор зависит от OLI (OLI - собственность-расположение-интернационализация) - преимуществ фирмы	Скорее отказ от выхода на соседние рынки вследствие большей информированности конкурентов о близком рынке и сложностях встраивания в существующую бизнес-сеть
<i>Выбор варианта входа на рынок</i>	На начальном этапе - экспорт	Зависит от уровня транзакционных издержек	Выбор зависит от OLI-преимуществ фирмы	Выбор зависит от интернационализации окружения фирмы: поставщиков, покупателей и конкурентов
<i>Степень риска</i>	Невысокие риски за счет поступательного углубления бизнес-операций в целевой стране: от экспорта до прямых инвестиций (4 стадии)	Высокая степень риска, т.к. не учитываются транзакционные издержки внутри самой фирмы (между головным офисом и дочерними компаниями)	Высокая степень риска, т.к. фирма рассчитывает только на собственные преимущества	Снижение рисков за счет отношения внутри бизнес-сети на домашнем рынке, которые могут служить «мостиками» для интернационализации
<i>Степень адаптации продукции и управления к особенностям целевого рынка</i>	Высокая степень адаптации вследствие тщательного изучения рынка, постепенного получения опыта	Адаптация минимальна вследствие основной цели модели: минимизации транзакционных издержек	Меньшая степень адаптации в результате доминирования О-преимущества (наличие уникальной технологии или компетенции у компании)	Высокая адаптация за счет взаимодействия внутри предпринимательской сети
<i>Развитие интернационализации</i>	Четко стадийное, нет возможности перескакивать стадии интернационализации	Возможность выбирать стадии и варианты интернационализации	Возможность выбирать стадии и варианты интернационализации	Возможность менять партнеров и варианты интернационализации

На наш взгляд, группа «ГАЗ» не реализует конкретную модель, а применяет синтетический подход, используя эклектическую модель Дж. Даннинга, основанную на определении собственных конкурентных преимуществ, а также сетевой подход к интернационализации. Создав совместное предприятие с турецкой компанией Mersa Otomotiv, группа ГАЗ получила возможность реализовать свои конкурентные преимущества (технологии, опыт), разделив при этом риски с фирмой-партнером, и интегрироваться в существующую сеть поставщиков и производителей.

Так, выбор Турции в качестве потенциального рынка можно рассмотреть с точки зрения модели OLI-преимуществ Дж. Даннинга.

O (ownership-specific advantages) преимущество – преимущество собственности, выраженное в материальных или нематериальных активах компании. Группа ГАЗ обладает необходимыми технологиями и компетенциями, обеспечивающее ее конкурентное преимущество на рынках России и СНГ.

L (location-specific advantage) преимущество – преимущество расположения группы ГАЗ в Турции заключается в выгодном экономико-географическом положении страны: Турция входит в таможенный союз с ЕС, что существенно снижает ввозные пошлины и облегчает выход на рынок Южной Европы для группы ГАЗ.

I (internationalization advantage) преимущество – преимущество интернационализации для группы ГАЗ состоит в возможности получения доступа к новым технологиям, сокращению транзакционных издержек и снизить риски падения продаж на внутреннем рынке.

Турция является лидером по производству легких коммерческих автомобилей в Европе, кроме того, одним из крупнейших регионов-кластеров производства комплектующих (более 250 мировых производителей компонентов представлены в Турции [4]). Можно утверждать, что в данном регионе действует хорошо организованная предпринимательская среда с налаженным вертикальными и горизонтальными взаимодействиями. Следовательно, создание альянса с существующей на целевом рынке компанией представляется целесообразным вследствие высокого уровня конкуренции, вместе с тем из-за низкого уровня локализации производства группа ГАЗ пока не может полностью использовать преимущества сетевого подхода.

Таким образом, на современном этапе развития экономической науки представлены несколько моделей интернационализации бизнеса, имеющие свои

преимущества и ограничения применения. Для реализации своей экспортной стратегии в Турции группа ГАЗ использует эклектическую модель Дж. Даннинга и инструменты сетевого подхода к интернационализации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Группа ГАЗ распыляется по странам. [Электронный ресурс] // Коммерсант. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3338699> Дата обращения: 05.09.2017
2. Dunning, John H. Multinational Enterprises and the Global Economy. / John H. Dunning. - Edward Elgar Publishing Limited. – 2008, 920 pp.
3. Hollensen, Svend. Global Marketing, 6/e. / Svend Hollensen. – Pearson. – 2014, 840 pp.
4. Why invest in Turkish automotive industry? [Электронный ресурс] // The Republic of Turkey Prime Ministry Investment Support and Promotion Agency (ISPAT). - Режим доступа: <http://www.invest.gov.tr/en>
[US/infocenter/publications/Documents/AUTOMOTIVE.INDUSTRY.pdf](http://www.invest.gov.tr/en/US/infocenter/publications/Documents/AUTOMOTIVE.INDUSTRY.pdf)

Секция 6. CONTEMPORARY RESEARCH TOPICS IN MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP

LEAN STARTUP APPLICATIONS FOR YOUNG VENTURES AND YOUNG SMALL ENTERPRISE

Villegas Morales Cristina Paola

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

New ventures and young small enterprise play an important key role in Ecuador's economies. Especially new business ventures, which are increasingly regarded as an important source of innovation, employment, and competition within Ecuador, however most of that enterprises normally dispose of a lower level of resources and possess an insufficiently developed administration.

Until recently, entrepreneurship in Ecuador was a question of survival. People started their own businesses because they could not get a job. But now, people are choosing to be entrepreneurs. Getting a business off the ground takes more than a great idea. People around the world have worked in new methods for fast and successful business. Some precursors are: Steve Blank (USA)-The startup owner manual; Alexander Osterwalder (USA)-Business model generation, canvas model; Eric Ries (USA)-Lean Startup; Ash Maurya (USA)-Lean canvas, Running Lean; Tim Delhaes (Germany)-Método pitch; Carlos Sánchez Mejía (Mexico) - From Startup to enterprise in 6 steps. This paper exposes a different way to start the companies, in a Lean way (agile, fast, slender) eliminating all the unnecessary steps to start up any project or business idea, with a concrete, fast and efficient method

I. GENERAL OVERVIEW OF ENTERPRISES IN ECUADOR

Micro, small and medium-sized enterprises are very important in the economy of industrialized countries and those with a lower level of development. In fact, in the international context it can be affirmed that 90%, or a higher percentage of total economic units, is made up of micro, small and medium enterprises.

The criteria for classifying micro, small and medium enterprises are different in each country; in a traditional way, the number of workers has been used as a criterion to stratify establishments by size and as complementary criteria, total annual

sales, income and / or fixed assets. In Ecuador, there are five types of enterprises and it is defined according to the annual sales volume (V) and the number of employed persons (P).

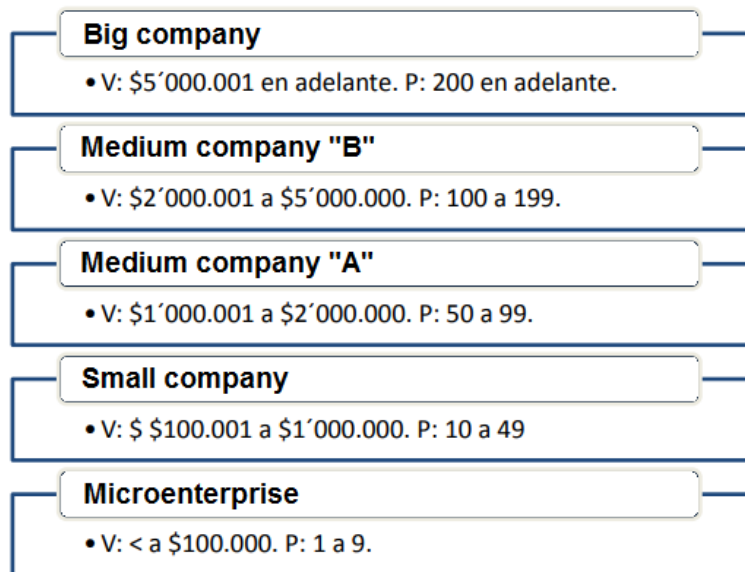


Figure 1. Companies in Ecuador: size criteria

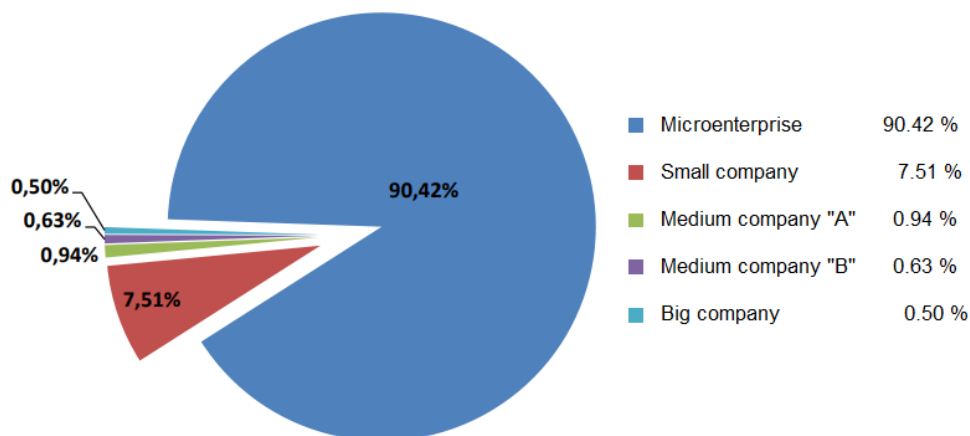


Figure 2. Companies in Ecuador: split

As you see on the figure 1 the majority companies in Ecuador are microenterprises with 90.42% of total, young ventures and young small enterprise and followed by small and medium companies with 7.51 and 0.94 respectively.

II. LEAN STARTUP

Lean startup is a concept developed in 2011 by Eric Ries, entrepreneur and author of the book *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Business*. It is the application of the lean manufacturing method, invented by Toyota, to the process of innovation in a company. That methodology starts from ideas already existing in business

management and product development, such as lean manufacturing, design thinking, customer development and agile development.

The underlying idea at all times is constant innovation. The triumph of this methodology is largely due to the large number of changes that current society is undergoing, which generate new challenges for companies, especially for new business adventures. The uncertainty is maximum, and the time to perform tests is too limited to apply traditional methods.

The Lean Startup provides a scientific approach to creating and managing startups and get a desired product to customers' hands faster. The Lean Startup method teaches you how to drive a startup-how to steer, when to turn, and when to persevere-and grow a business with maximum acceleration. Let's take a look at how the methodology helps us to innovate and create value for the customer.

A. Build-Measure-Learn

This means defining a hypothesis, building a small product or feature which can test that hypothesis, then learn what happens, and adjust accordingly. It's important that you can clearly test and validate the hypothesis though, you must be able to gather enough data or metrics to measure the results of the build.

The goal is to find the quickest way to iterate through the Build-Measure-Learn cycle. This means defining a very specific idea to test, and minimum items to measure. With products, you're looking to test whether customers actually want or need it. *"We must learn what customers really want, not what they say they want or what we think they should want."*

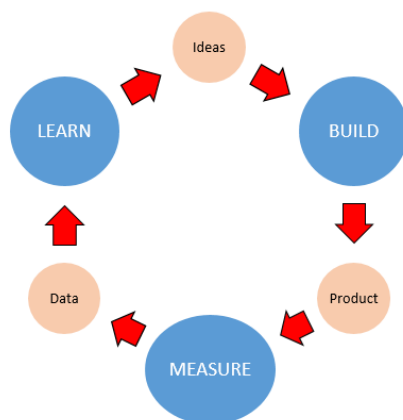


Figure 3. Build-Measure-Learn cycle

B. The Minimal Viable Product (MVP)

Build only the amount of product that is needed to iterate through a single cycle of the Build-Measure-Learn loop. As long as you can test your hypothesis with real customers, and get enough validation to move through another cycle of learning.

Traditional product development involved a lot of upfront work to define the specification of the product, and significant time and money invested in building it out. *“The MVP is that version of the product that enables a full turn of the Build-Measure-Learn loop with a minimum amount of effort and the least amount of development time.”*

C. The Pivot

Making the decision to pivot is one of the hardest aspects of the Lean Startup method, because founders and entrepreneurs are emotionally tied to their products, energy and money have been ploughed into them. Problems such as vanity metrics and not testing the right hypothesis can lead teams down the wrong path. If the hypothesis isn't clear, then failure can seem elusive, because you don't know with certainty that this endeavor isn't working. “Launch it and see what happens” always results in a positive outcome: you will indeed see what happens!

A pivot is not necessarily a failure, it means that you will change one of the fundamental hypothesis that you started out with. There are different variations on the pivot: *“Pivots are a permanent fact of life for any growing business. Even after a company achieves initial success, it must continue to pivot.”*

CONCLUSIONS

The goals of a business don't always match the ways consumers want or need a product or service. Most startups, new products and new ventures fail at some point or simply don't live up to their full potential because they do not risk entering the loop of build-test-learn and they still wasting a lot of time trying to guess what does customer want, instead of just start with a hypothesis, test it and learn, and start again the loop until find the most important characteristics of the product that the customer value.

The Lean Startup model, is an adaptation of a management style taken from the leaders of Toyota Motors, is to create an atmosphere that enables new ideas to flourish while exploring ways to eliminate waste. Sometimes as hard as it might be, the best way forward might be to ditch what you have and start over from scratch.

The world is more and more uncertain and the old ways of working are simply not applicable. The management of the last century does not work for the uncertainty of today's marketplace. The idea is follow the right process: to work smarter and not necessarily harder and to overcome the legacy thinking in order to build an innovation factory which encourages employees to experiment.

In order to succeed, there must be failure; we must fail in order to learn. Success hinges not only on the failures but on the speedy response and subsequent

maneuvers, which can make the difference between something that limps along and something that transcends expectations.

What differentiates the success stories from the failures is that the successful entrepreneurs had the foresight, the ability, and the tools to discover which parts of their plans were working brilliantly and which were misguided, and adapt their strategies accordingly.

Reference list

1. Blank, S. *The four steps to the epiphany*. K & S Ranch, 2003. 378 p.
2. Blank, S. *The Startup Owners Manual*. K & S Ranch, 2012. 608 p.
3. Christensen, C. *The innovator's dilemma: The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business*. Harper Business, 2011. 336 p.
4. Kawasaki, G. *The art of the Start*. Portfolio, 2008. 226 p.
5. Maurya, A. *Running Lean*. O'Reilly Media, 2012. 240 p.
6. Moore, G. *Crossing the Chasm*. Harper Business; 3 edition, 2014. 336 p.
7. Osterwalder, A. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons; 1st edition, 2010. 288 p.
8. Ries, E. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Business*. Currency, 2011. 336 p.

BUDGETING PROCESS IN TOLUCA, MEXICO: A MODEL OF THE INFERENCE OF THE MUNICIPALITY'S PERSONAL BUDGET WITH THE ANNUAL INVESTMENT

Gonzalez Rodriguez Leslie

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

The Public Administration uses different a kind of tools to accomplish their final goal: the social welfare of the citizens. Budget is one of those. The process of this document is extremely difficult because it takes in count many factors such as; economic, demographic, and social. The following article, pretends to explain how this budgeting process affects to the development in local inversion by the municipal Administrations in Mexico, making a model of inference from the personal revenue of the city of Toluca. Budget is a document that describes a detailed description of the expected revenues and expenditures of a given institution, associated with the activities that are planned for accomplish specific purposes in a specific time. The budget is a tool that allows the public entity to comply with the production of goods

and services for the satisfaction to the needs of the population in accordance with the role assigned to the state in the economy public and private organizations, need to prepare a budget to manage its resources and activities. If the budget is well created, can provide valuable information about the direction, resources and expectations of the organization. Budget is described as an integral part of management control systems that aims at promoting coordination and communication among subunits within the company or the government (Horngren et al, 2005). The budgeting process is different around the world but it shares certain steps: **Formulation and submission:** in most cases, the executive body of government prepares and submits the budget for approval. **Debate and adoption:** the legislative branch analyzes, debates, and proposes changes to the budget proposal. **Execution:** The executive body implements the budget by operationalizing plans, collecting revenues and spending money and **Reporting, auditing and evaluating.** In Mexico, after this 4 steps, the paper is done. The Government divide all the revenues between the federation, the states (32 in Mexico) and the municipalities. For this last ones, there is a huge problem, the resources can be not enough to fulfilled their obligations. All the local governments in this country counts with special taxes and revenues that can use for itself, it means, for the current expenses and the investment for new projects. In this article, it was creating a model that shows how much it affects the own municipal resources in the local inversion, in the city of Toluca, Mexico.

I. REVIEW OF LITERATURE

The resources that the public sector uses to realize their own activities is known as Public Revenue, is constructed of different variables, that in the majority are the taxes, in the most of the countries, but taking into account its division, we can find that the revenues are separate by (Paredes, 2006): *Periodicity, Economical revenues and by sectors of origin*, in Mexico, the economical revenues the government gives directly to the local governments are the *Federal participations*, this are defined as the large stock of fiscal resources obtained by the Federation for concept of tax revenues. The funds of the federal participations that give resources to the local governments are included in branch 28 and 33, the first one includes (for municipalities).

Table 1

Federal participations (contributions) to municipalities

<i>Branch</i>	<i>Fund's name</i>
②⑧	General fund of participation; 10% for local administrations

②⑧	Municipal development fund: 16.8% corresponds to all municipalities, and the 0.136% federal revenue (for some municipalities) ²
③③	Fund for Contributions to Basic and Normal Education (FAEB)
③③	Contribution Fund for Health Services (FASSA)
③③	Contribution Fund for Social Infrastructure (FAIS), with a state aspect (FISE) Municipal (FAISM)
③③	Contribution Fund for the Strengthening of Municipalities and Territorial Demarcations of the a Federal District (FORTAMUNDF)
③③	Multiple Contribution Fund (FAM);
③③	Contribution Fund for Technological and Adult Education (FAETA)
③③	Contributions Fund for Public Security of the States and the Federal District (FASP)
③③	Contribution Fund for the Strengthening of Federal Entities (FAFEF, formerly PAFEF)

SOURCE: FEDERAL LAW OF BUDGET AND LIABILITY

In addition to federal contributions, the municipalities have their own income sources, that are **knowing** as: ***Taxes*** (property tax, acquisition of property, urban sets, advertisement, amusements, games and public spectacles, tax accessories) ***public works*** (fines, Surcharges, Execution expenses, compensation for returning checks), ***rights*** (use, enjoyment or exploitation of public domain goods, drinking water, drainage, sewerage, civil registration, urban development and public works, services provided by public and administrative authorities and access to public information, cemetery services, sale of alcoholic beverages), ***products*** (for the sale or lease of municipal goods, in general, all those incomes received by the municipal public treasury, by the exploitation of their patrimonial assets) and ***duties*** (administrative sanctions, compensation, compensation for damage to municipal property). The organizational based budget theory, presupposes that the purposes of the budget process is to enhance the capacity of the organization's management to make optimal resource allocation decisions. In pursuit of this end, the resource allocation process should function as a counterweight to the centrifugal forces generated by the highly-differentiated nature of multiservice public organizations (Gerasimos,2002), according to this theory, this division have to create an optimal distribution of the

² Only to those municipalities that comply the guidelines stipulated in article 10º A of the Fiscal Coordination Law.

resources, but what if in Mexico, the local governments don't receive enough to their normal functionality and don't have the opportunity to invest in new services? This question will be analyzed in the next part.

I. DATA, METHODS AND MODEL

For the next model, it was use the collection of data includes information since the year 1994, about the municipal revenues, from the city of Toluca³ (those belonging to the municipality), that can be seen in the municipal budged, so as the investment every year. The following data were collected to study the influence that have the local taxes and income in the annual investment for the city.

For the study, it was use the correlation coefficient (Pearson r), in statistics, the word "correlation" has a very specific meaning. Statistical correlation means that, given two variables X and Y measured for each case in a sample, variation in X corresponds (or does not correspond) to variation in Y, and vice versa. That is, extreme values of X are associated with extreme values of Y, and less extreme X values with less extreme Y values, that's why this coefficient measures the degree of this correspondence. The Pearson's coefficient to show the correlation between 2 or more variables, in this case the Investment (independent variable) and the municipal taxes (dependent variable), following this:

Pearson's coefficient formula

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Where:

$$r = \frac{\text{degree to which } X \text{ and } Y \text{ vary together}}{\text{degree to which } X \text{ and } Y \text{ vary separately}}$$

- *r can range from -1.0 to +1.0*
- *Sign (+/-) indicates "direction"*
- *Value indicates "strength"*
- *Measures a "linear" relationship only*
- *Direction of relationship between x, y*
- *Positive (+r) = As X goes up, Y goes up*

³ Toluca is the capital of the State of Mexico, 77 km away from the capital of the country, has an area of 420 km. Now this city has a metropolitan area, that is understood as the territorial extension formed by the administrative political unit that contains the central city and the other politic-administrative units adjoining it, with urban characteristics. Toluca had in 2010 1,535,707 populations, and a metropolitan area of 2,387,371 residents.

- *Negative (-r) = As X goes up, Y goes down*
- *Strength of a relationship between X, Y*
- *Closer to ± 1.0 , stronger*
- *Closer to 0, weaker*
- *when $r = 0 \rightarrow X, Y$ relationship not defined by a straight line*

Revenues that the municipality can use for itself are the following ones:

- *General Fund of Participations (X1)*
- *Municipal Development Fund (X2)*
- *Use of vehicles (X3)*
- *Use of vehicles (X4)*
- *Fund for Inspection and Collection (X5)*
- *Property tax (X6)*
- *Property acquisition (X7)*
- *Tax service advertisement (X8)*
- *Indirect Taxes (X9)*
- *Drinking water and supply sanitation (X10)*
- *Urban Development (X11)*
- *And the annual investment is represented by (Y)*

The results are presented in the table 2.

Table 2

***Correlation between personal local government income
and investment***

	Y
Y	1
X1	0.207100927
X2	0.186167462
X3	0.143446863
X4	0.166872998
X5	0.139033008
X6	0.892676093
X7	0.718890574
X8	0.915421014
X9	0.473543438
X10	0.927000824
X11	0.484306947

After applying the correlation coefficient, it was found that Only the variables **X6, X7, X8** and **X10**, have direct and close relation with variable **Y**.

Choosing this variables, it was created the Lineal Regression model or *regression analysis* that is a part of statistics that deals with investigation of the relationship between two or more variables related in a nondeterministic fashion. The statistical use of the word regression dates back to Francis Galton, who studied heredity in the late 1800's. He initially described this phenomenon by saying that there was a "reversion to mediocrity" but later changed to the terminology "regression to mediocrity."

The least-squares line is the line that makes the sum of the squares of the vertical distances of the data points from the line as small as possible. When talking about regression equations, the following are terms used for x and y;

x: predictor variable, explanatory variable, or independent variable

y: response variable or dependent variable.

Equation for Least Squares Regression Line

$$\hat{y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x + e$$

β_0 and β_1 are two unknown constants that represent the intercept and slope, also known as coefficients or parameters, and "e" is the error term.

For the residuals:

$$\hat{\beta}_0 = \bar{y} - \hat{\beta}_1 \bar{x}$$

III. DISCUSSION

The initial hypothesis, was the believe that the personal income in the city of Toluca was enough to pay their own current expenses but, at the same time this resources cannot influence in the inversion that the local government have, because of the lack of capital the municipalities faces. After the application of the variable, **X6, X7, X8**, and **X10**, there was no significance with the variable **Y**, reason why the regression model with each one was not useful for prediction, by not completing all the parameters, but it explains what happens with some of the municipal resources, either they go to investments or they use to current expenses. In this model, Property tax, Property acquisition, advertisement tax, and Drinking water and supply sanitation, have not inference in the annual investment from the municipality of Toluca.

Despite the local governments in Mexico received federal support in forms of participations, this resources have already their way to certain projects, and the municipality is not capable to create infrastructure with their own income. The

municipalities of the country face a series of obstacles imposed by the Federation, to receive just 4% of the federal budget, whose vocation is the development of the communities, not enough to cover the expenses in services that the cities require, and there is no place for municipal investment.

CONCLUSIONS

The income the local governments receives from the federal government has already named the project in which the resources are going to be apply. The municipalities resources, even when they can cover their current expenses, have no opportunity to create new infrastructure projects or improvement of services, this means, even if they personal resources grow every year, does not have any consequence in the municipal investment process.

Reference list

1. Horngren, C.T., Stratton, G.L., Sutton, W.O., Teall, H.D., "Management Accounting", 4th Ed. Prentice Hall, Toronto 2004.
2. Paredes G. Fabricio. "El Presupuesto Público" Ed. Universidad De Los Andes. Publicaciones Del Vicerrectorado Académico, Colección Textos Universitarios Mérida, Venezuela. 2006.- 96 Pages.
3. Caiden, Naomi "Budgeting in Poor Countries: Ten Common Assumptions Re-Examined," Public Administration Review, Wiley, New York, January/February 1980. Pp. 40-46.
4. Mullins David, "Local Budget Process." In: Shah A (Ed) Local Budgeting, Public Sector Governance and Accountability Series. The World Bank, Washington, Dc. 2007.- 213 Pages.
5. Kitchen Harry, Financing Local Government Capital Investment, Trend University, Ontario Canada, 2014.- 31 Pages.
6. Richard M. Bird, "Setting The Stage: Municipal and Intergovernmental Finance," In Mila Freire and Richard Stern, Eds., The Challenge of Urban Government: Policies and Practices (Washington, Dc: World Bank, 2000), Pp. 113-28fiscal Monitor, Public Expenditure Reform. Making Difficult Choices. International Monetary Fund, 2017. P. 43
7. Keep, Matthew; The Budget Deficit, A Short Guide. House of Commons Library, United Kingdom, 2016.- 70 Pages.

Regulations and Laws

1. Political Constitution of the United Mexican States, In: [Http://Info4.Juridicas.Unam.Mx/Juslab/Leylab/250/116.Htm](http://Info4.Juridicas.Unam.Mx/Juslab/Leylab/250/116.Htm) [02/02/17]
2. Political Constitution of the Russian Federation, In: [Http://Www.Constitution.Ru/En/10003000-04.Htm](http://Www.Constitution.Ru/En/10003000-04.Htm) [04/02/17]
3. Municipal Organic Law of the State of Mexico, In: [Http://Www.Edomex.Gob.Mx/Legistelfon/Doc/Pdf/Ley/Vig/Leyvig022.Pdf](http://Www.Edomex.Gob.Mx/Legistelfon/Doc/Pdf/Ley/Vig/Leyvig022.Pdf) [03/22/17].
4. Fiscal Coordination Law, Published in The Official Gazette of the Federation On December 27, 1978 In: [Http://Www.Diputados.Gob.Mx/Leyesbiblio/Pdf/31_180716.Pdf](http://Www.Diputados.Gob.Mx/Leyesbiblio/Pdf/31_180716.Pdf) [23/03/2017]

5. Federal Law of Budget and Liability, Published in The Official Gazette of the Federation On March 30, 2006 In: [Http://Www.Diputados.Gob.Mx/Leyesbiblio/Ref/Lfprh/Lfprh_Orig_30mar06.Pdf](http://Www.Diputados.Gob.Mx/Leyesbiblio/Ref/Lfprh/Lfprh_Orig_30mar06.Pdf) [23/03/2017]

Internet Resources

Municipal Income In Mexico:
[Http://Ihaem.Edomex.Gob.Mx/Sites/Ihaem.Edomex.Gob.Mx/Files/Files/Juridico/Estatal/Ley%20de%20ingresos%20de%20los%20municipios%20del%20estado%20de%20m%C3%A9xico%20para%20el%20ejercicio%20fiscal%20del%20a%C3%B1o%202015.Pdf](http://Ihaem.Edomex.Gob.Mx/Sites/Ihaem.Edomex.Gob.Mx/Files/Files/Juridico/Estatal/Ley%20de%20ingresos%20de%20los%20municipios%20del%20estado%20de%20m%C3%A9xico%20para%20el%20ejercicio%20fiscal%20del%20a%C3%B1o%202015.Pdf) [30/04/17].

EXPORT OF ORGANIC BLUEBERRIES FOR GERMANY

Gonzales Alcarraz Frank Antoni

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

The tendency to the consumption of organic blueberries, a healthy and highly nutritious product, is increasingly more popular in Germany, both as a fresh or processed fruit. This fruit has great properties to health and that thanks this, demand for this product has been increased ever more. Germany is one of the countries that has the world's biggest organic market and represents a large market, is down to having a growth of 13 percent in the demand for organic products, which becomes it in a few of the top destinations to export excellent quality blueberries.

Over the last few years we have witnessed the growth of the export of organic products, thus achieving a large participation in the world market, having increased by 13% Peruvian exports compared to the previous year (MINCETUR, 2016). Today the Germans are increasingly looking for foods and / or products that contain high nutritional value and are organic, being one of the first countries to import organic products throughout Europe as their production does not meet their demand. To know the degree of feasibility of the export of blueberry fruit is necessary to evaluate the profitability and risk, the advantages and disadvantages and the sensitivity of the market, possible effects on the future.

Agribusiness represents a very important group in the export supply in the country. Peru has a great diversity of optimum climate for the cultivation of this fruit, which will allow to have production capacity during all months of the year, allowing us to have a constant supply throughout the year. Organic blueberries had have become fruits with better business opportunities, due to its high price, its growing demand and its production seasonality, it places it as an excellent export product

(MINCETUR, 2016). To obtain a excellent quality final product, it necessary to have a special care of the production process, is therefore deemed the production stage within the business plan. The sale will be held through a broker.

– **GENERAL OVERVIEW**

Blueberries are also known as forest fruits or berries, it is characterized as a type of small, edible fruit that was traditionally not cultivated, but grew like wild shrubs. These fruits contain intense colors due to their pigments synthesized by the same plant and with a high nutritional value such as flavonoid, tannin, Anthocyanin and other phytochemicals located in the seeds and skin.

Peru has an enormous potential to take advantage of natural resources in its different ecosystems, based on the advantages offered by megadiversity. These benefits are coupled with new global trends in eco-efficient production alternatives and consumption of organic foods. In the last years, the import of products organics to Germany has been increasing positively, and positioning as the second country import in the world.

Over the last few years we have witnessed the growth of the export of Andean agricultural products, thus achieving a large participation in the world market, having increased by 13% Peruvian exports compared to the previous year (MINCETUR, 2016). Today the Germans are increasingly looking for foods and / or products that contain high nutritional value and are organic, being one of the first countries to import organic products throughout Europe as their production does not meet their demand. According to references, almost half of German consumers appreciate the characteristics of organic and salable products. In addition, Germany is the second largest organic market in the world after the United States and with a potentiality that shows no sign of exhaustion. In the case of blueberries, in recent years has increased demand for this fruit, which are sold at a high price and are highly valued by local consumers.

– **METHODS AND MODELS**

There are different definitions of business models, it is possible to define a business model as a "set of complex processes of interdependent evaluations that they discover, fit and detailed in an action for evaluation.

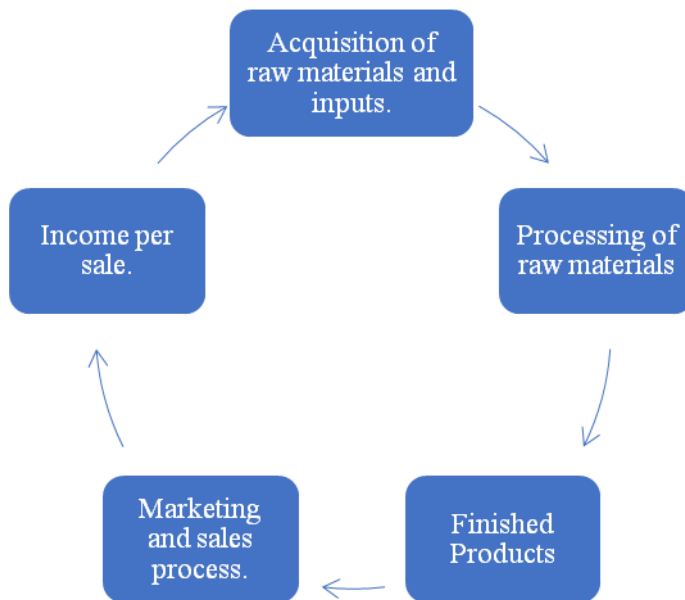


Figure 1. Business cycle

According to authors R.A. Brealey and S.C. Myers, the investment criteria are rules in which a company estimates and analyzes the current conditions is against objectives you want to achieve allowing plan, display properly a capital outlay:

- The cost-benefit of investment analysis;
- Analysis of the yield curve;
- Fixed cost analysis and variables;
- IRR, FED, NPV;
- Investment recover time.

These analyses are intended to the following criteria:

- Know what type of investment is more profitable;
- Understand the importance of control and planning of addition capital;
- To know about the different methodologies of evaluation of a project.

Investment can be obtained through bonds, stocks or set a parameter of time deposits, which are classified into:

- Long term investments;
- Medium term investments;
- Short term investments (Myers, Brealey, 2005).

There are different methods of decision criteria and indicators of return on investment evaluations, such as; Net Present Value, Internal Rate of Return, Payback and profitability index.

CONCLUSION

To start investing it is advisable to take the following phases:

Identification: It is the stage of identification the alternatives of the project of investment that resemble to the strategy already defined by the company to then proceed the development of the strategic planning. Once the projects have been accepted, they will move on to the next phase the ideas that are more like the project that they want to create.

Design and evaluation: it is the stage of organization and modeling of information, such as commercial, accounting, fiscal, juridical, social, economic-financial, among others. This stage allows you to discard unfavorable options for future project investment.

Election: This process allows the choice of the best investment program compared to other different programs based on variable alternatives.

Implantation, monitoring and control: After choosing the project, the general or global project is developed, detailing and analyzing the internal and external aspects as well as economic and financial of the investment that will be made to the project.

To know the profitability of the project, the economic evaluation was carried out to know the benefit of the project, considering the investment project that is required. According to the evaluation and comparison of the profitability of three cases, with an export of 80% and 20% of sale in the Peruvian market, it was obtained a greater profitability than exporting the total of the fruit.

Reference list

1. MINCETUR *Growth of export of peruvian organic fruits*. 2016.
2. Myers, S.C., Brealey, R.A. *Principales of Corporate Finance*. Gardners Books; 8th edition, 2005. 1120 p.

ECONOMIC RELATION BETWEEN RUSSIAN FEDERATION AND SOUTH AFRICA

Zwane Ntokozo

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

Bonds between two parties takes time to be built and courage. Such bonds may last for decades, centuries or millenniums depending on the activities binding the parties. South African and Russian relation comes way back during the times of the Soviet Union era. I mean without the Soviet Union intervention maybe South Africa wouldn't have achieved its freedom. During the apartheid era the Russian federation

Assisted the African National Congress to fight the oppressor during that time which was in power during the apartheid regime.

Russia would have invested its military weapons and skills to other areas of the world but they chose South Africa hence they helped ANC overthrow the anti-communist party. They did not only provide military support but also economic support too. From the 1960s until the early 1990s, the Soviet Union trained thousands of cadres of MK, the armed wing of the ANC to fight against the racist regime. According to the website South African History Online, “The Soviets helped the ANC maintain structures that came under enormous pressure, especially through the slump in the 1970s. After that, MK cadres trained in the USSR launched devastating attacks that added to the pressure bringing apartheid leaders to the negotiating table.”

Today South Africa and Russian Federation are good partners in major trading blocs in the world BRICS. We are even experiencing major economic changes in the world due to such multilateral agreements. There are also some learning programs such as RACUS to help students from Africa and other parts of the world to further their studies in Russia.

The nuclear deal. South Africa has signed a deal for the construction of nuclear power plants with the Russian government’s atomic energy corporation.

Russia's atomic energy agency said Monday it will provide up to eight nuclear reactors to South Africa by 2023 in a \$50-billion strategic partnership between the two countries. One reactor costs around \$5 billion, according to the Itar-Tass news agency.

The deal was estimated to be finished in the year 2023 and it was estimated that it would create many jobs for the citizens of the country. “The agreement will underpin the country’s nuclear power plant construction programme with new nuclear power plants featuring Russian VVER reactors with total installed capacity of up to 9,6 GW (up to 8 nuclear power plant units). ” and this project will help the country to have enough power to supply the whole country and reduce the load shedding. It was also stated that it will also reduce the dependence on coal for energy and reduce the carbon footprint to meet target regarding the green environment and climate change.

BRICS. The major destination for Russian and South African relation is through BRICS. A trade bloc consisting of Brazil, Russian Federation, India, China and South Africa. This trade bloc is one of the leading trade bloc in the world.

BRICS is a group of emerging economies, (BRICS) Headquartered in Shanghai, China. Its main objectives are to cooperate between the member nations for development, provide financial assistance, support various projects, infrastructure and

to trade between member countries. Such agreements make it possible to create trade liberalization between members as it would be easy and less time consuming to trade. The elimination of trade barriers between the member countries makes the relation stronger and beneficial to both parties trading. Hence such opportunities attract more and more opportunities in the future. In 2010, South Africa began efforts to join the BRIC grouping, and the process for its formal admission began in August of that year. South Africa officially became a member nation on 24 December 2010, after being formally invited by the BRIC countries to join the group. Making the group to become BRICS.

THE NEW DEVELOPMENT BANK. The main idea behind the New Development bank also known as the BRICS Development Bank is that it shall support public and private projects through loans, guarantees, equity participation and other financial instruments.

The purpose of the New Development Bank is to mobilize resources for infrastructure and sustainable development projects in BRICS and other emerging economies and developing countries, complementing the existing efforts of multilateral and regional financial institutions for global growth and development.

The board of governors is represented by members each from different country, we have: 1. Henrique de Campos Meirelles¹ (Minister of Finance of Brazil), 2. Anton Siluanov (Minister of Finance of Russia), 3. Arun Jaitley, Chairman of the Board of Governors (Minister of Finance, India), 4. Lou Jiwei² (Vice-Chairman of the Board of Governors, Minister of Finance of China) and 5. Pravin Jamnadas Gordhan³ (Minister of Finance of South Africa).

The initial authorized capital of the bank is \$100 billion divided into 1 million shares having a par value of \$100,000 each. The initial subscribed capital of the NDB is \$50 billion divided into paid-in shares (\$10 billion) and callable shares (\$40 billion). The initial subscribed capital of the bank was equally distributed among the founding members.

The Agreement on the NDB specifies that the voting power of each member will be equal to the number of its subscribed shares in the capital stock of the bank. Each member of the Bloc will provide 20% of capital Brazil-20%, Russia-20%, India-20%, China-20% and South Africa-20% which will sum up to 100%. The NDB will help secure future projects to make it possible to trade and transport goods and services.

Under the NDB annual report 2016 there are plans and policies on building sustainable and environmental friendly projects that will bring about huge economic growth and development. NDB is currently headquartered in Oriental Financial

Centre in Shanghai. The bank is headquartered in Shanghai, China. The first regional office of the NDB will be opened in Johannesburg, South Africa. This bank will make it easy for projects to be completed easily, that will make trading more easily.

CONCLUSION

In conclusion I can state that the BRICS trade bloc consist of the fastest and biggest economies such as china and Russian Federation which are highly intellectual or literate countries in the world and with the best innovation technologies. And South Africa is one of the fastest developing economy in Africa and have high production in agriculture and mining sector.

With the development of the BRICS bank the trade organization will be one of the best organization globally and may end up having one currency such as the EU and with more countries interested to join the organization such as Egypt we may be having to witness the new competition to EU in history. The future looks very promising and very fruitful especially with the establishment of the New Development Bank in the table.

Reference list

1. The NDB annual report 2016. <https://www.ndb.int/data-and-documents/annual-reports/>.
2. The eNCA: eNews Channel Africa. <http://www.enca.com/>.
3. The World Trade Organization. www.wto.org.
4. UN Comtrade Database. <https://comtrade.un.org/>.

ENTREPRENEURSHIP AND HUMAN CAPITAL

Nwosu Chimauchem Chinenynenwa

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

In this day and age, entrepreneurship is seen as a motor of economic development (Schumpeter, 1934; Reynolds et al, 2002; Audretsch & Thurik, 2001; Audretsch & Keilbach, 2004) insofar as countries with higher levels of competitiveness are those which are connected with a greater number of companies. As a consequence, entrepreneurship could be a valuable vehicle by which countries with low levels of development could counteract the effects of unemployment on the quality of life of their inhabitants. But, entrepreneurship cannot stand alone without human capital as a vital resource. Thus, nation's human capital endowment—the

skills and capacities that reside in people and that are put to productive use—can be a more important determinant of its long term economic success than virtually any other resource. This resource must be invested in and leveraged efficiently in order for it to generate returns—for the individuals involved as well as an economy as a whole (WEF Human Capital Report, 2015). This paper leverages on the some deep but technical topical insights that shaped the scope and understanding of the subject matter comprehensively.

Human capital attributes - including education, experience, knowledge, and skills - have long been argued to be a critical resource for success in entrepreneurial firms (e.g., Florin, Lubatkin, & Schulze, 2003; Pfeffer, 1994; Sexton & Upton, 1985). Researchers' interest in human capital is reflected in the numerous studies that have applied the concept to entrepreneurship (e.g., Chandler & Hanks, 1998; Davidsson & Honig, 2003; Rauch, Frese, & Utsch, 2005). In practice, investors have traditionally attached a high importance to the experiences of entrepreneurs in their evaluation of firm potential. In fact, management skills and experience are the most frequently used selection criteria of venture capitalists. Moreover, researchers have argued that human capital may play an even larger role in the future because of the constantly increasing knowledge-intensive activities in most work environments (e.g., Bosma, van Praag, Thurik, & de Wit, 2004; Honig, 2001; Pennings, Lee, & van Witteloostuijn, 1998; Sonnentag & Frese, 2002).

CONCEPT OF HUMAN CAPITAL

Any nation, which fails to take care of its human capital, should just say goodbye to having entrepreneurs and entrepreneurship. It is when a nation takes care of its human capital that the human capital can develop and metamorphose into entrepreneurs so that entrepreneurship would manifest, grow and flourish and the nation would in turn develop economically. Human capital are the talents, skills, competencies and other advantages which people possess, which can be put to better use to give organizations and nations more and more benefits. For example when an organization employs an individual, the organization does so because the individual has talents and skills which the organization wants to put to better use in order that the individual would add value to himself and to the organization (Obisi & Anyim, 2012). Obisi (2003) explains that human capital can be understood from the perspective of the populace that have acquired the relevance education and skills that can be put to positive use towards the development of the nation and the society and are being well remunerated for their work.

THE CONCEPT OF ENTREPRENEURSHIP

Hill and McGowan (1999) explain that entrepreneurship is a process, which involves the efforts of an individual in identifying viable opportunities in a business environment and obtaining and managing the resources needed to exploit those opportunities. Vesper (1987) defines entrepreneurship as the art of operating on an exceptional way in a simplistic and plain manner. What can be deduced from the explanations above is that entrepreneurs should have internal and external behavioural qualities to succeed. Such qualities would include creativity, innovativeness, energy and above all commitment. All these qualities are not easy to come by but can be developed through deliberate human capital formation and development strategies.

THE ENTREPRENEUR'S MOTIVATION

Although the entrepreneur's motivations are not always clear and precise and have at times been called into question (Gassé, 1978), it has been possible to establish that some personal motivations of the entrepreneur are related to: (a) the desire to assert oneself, identifying oneself with a piece of work: the business (Filion, 1997 a & b); (b) the desire for independence or autonomy, as the individual has greater freedom of action, creating or acquiring a business (Gibb Scott, 1986); and (c) the need to achieve (McClelland, 1971) which materializes in the creation or transformation of a business. However, from the economic point of view the creation of the business can be motivated by the existence of a market opportunity, which implies a certain degree of innovation, or by the entrepreneur's need to generate an income. The economic importance of the entrepreneur's motivation in a certain context lies in the direct relationship which exists between the increase in the number of opportunity-driven entrepreneurs and the increase in national income (Arias & Pereira, 2005).

IMPACT OF HUMAN CAPITAL ON ENTREPRENEURSHIP

Human capital means the knowledge and skills people possess that enable them to create value in the global economic system. This focus has been chosen specifically so that the Index quantifies key concepts and provides a practical tool to policy-makers and business leaders.

Capacity: A more educated population is better prepared to adapt to new technologies, innovate and compete on a global level. The Capacity subindex features four common measures of formal educational attainment, disaggregated across age groups in the workforce. These capture the percentage of the population that has achieved at least primary, (lower) secondary or tertiary education, respectively, and the proportion of the population that has a basic level of literacy and numeracy.

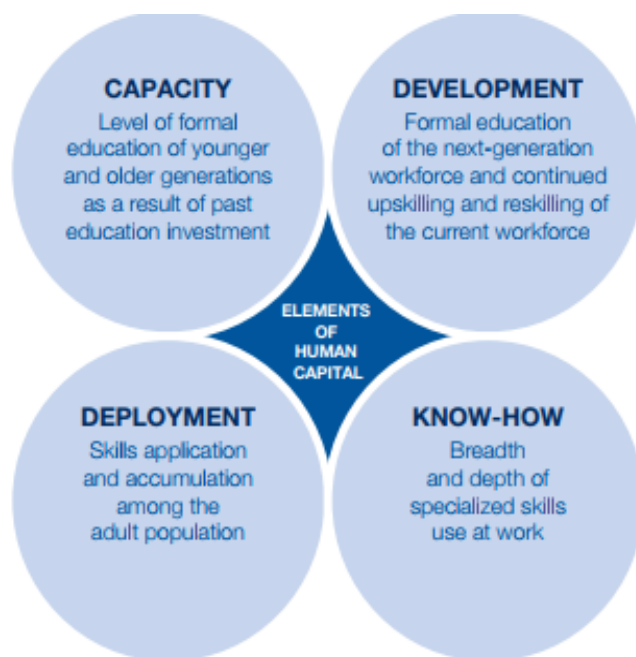


Figure 1. Elements of Human Capital

Source: WEF Report, The Human Capital Index 2017

Deployment: Beyond formal learning, human capital is enhanced in the workplace through learning-by-doing, tacit knowledge, exchange with colleagues and formal on-the-job learning. The Deployment subindex measures how many people are able to participate actively in the workforce as well as how successfully particular segments of the population.

Development: This subindex concerns that formal education of the next-generation workforce and continued upskilling and reskilling of the current workforce.

Know-how: Know-how concerns the breadth and depth of specialized skills use at work. Economic complexity is a measure of the degree of sophistication of a country's "productive knowledge" as can be empirically observed in the quality of its export products.

THE ENTREPRENUERIAL CONFIGURATION FRAMEWORK

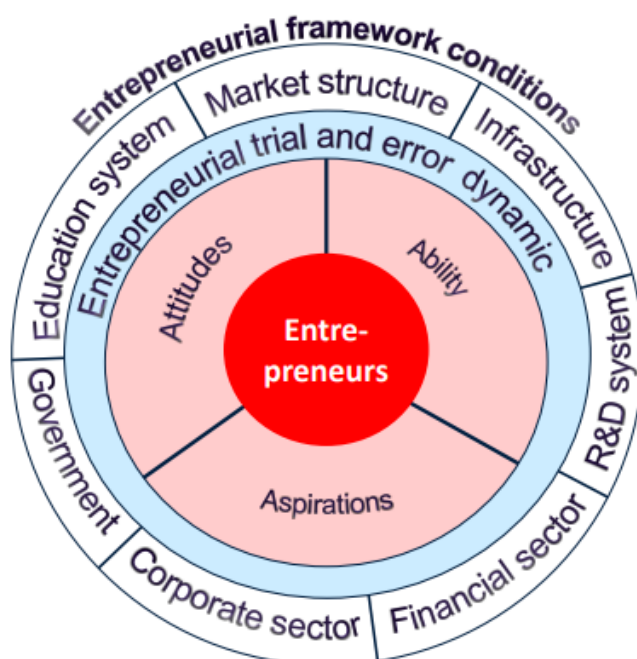


Figure 2. Global Entrepreneurship Index Entrepreneurial Framework Conditions

Source: Global Entrepreneurship Index, 2017

Table 1

Global Entrepreneurship Index Top Scores by Region

World rank	Country	Region	GDP per capita PPP	Individual variables	Institutional variables	GEI
1	United States	North America	\$52,676	78.4	93.9	83.4
2	Switzerland	Europe	\$54,933	67.5	93.3	78.0
7	Australia	Asia-Pacific	\$42,149	72.4	81.7	72.5
17	Israel	Middle East / North Africa	\$31,092	72.1	78.5	59.1
18	Chile	South and Central America / Caribbean	\$21,302	77.3	66.9	58.8
52	Botswana	Sub-Saharan Africa	\$15,286	66.1	46.2	34.4

Source: Global Entrepreneurship Index, 2017

The entrepreneurial framework conditions matter because they regulate, first who chooses to become an entrepreneur and, second, to what extent the resulting new ventures are able to fulfill their growth potential. The first aspect—entrepreneurial choice—is regulated mostly by soft framework conditions, such as social norms and cultural preferences. The degree to which new ventures are able to fulfill their potential is regulated by a range of entrepreneurial framework conditions, such as, government, research and development, education, infrastructure, financial sector and the corporate sector.

Table 2

WEF GLOBAL HUMAN CAPITAL INDEX RANKINGS 2017

Country	OVERALL INDEX		CAPACITY SUBINDEX		DEPLOYMENT SUBINDEX		DEVELOPMENT SUBINDEX		KNOW-HOW SUBINDEX	
	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank
Norway	77.12	1	80.46	13	73.18	24	82.63	6	72.22	6
Finland	77.07	2	81.05	8	65.09	68	88.51	1	73.62	2
Switzerland	76.48	3	76.36	28	69.12	42	84.87	2	75.57	1
United States	74.84	4	78.18	22	68.72	43	83.45	4	68.99	13
Denmark	74.40	5	79.37	16	71.41	34	78.65	14	68.18	17
Germany	74.30	6	76.33	29	69.52	40	79.38	12	71.96	7
New Zealand	74.14	7	78.92	18	72.76	27	80.38	8	64.50	22
Sweden	73.95	8	76.21	31	69.60	39	77.10	16	72.89	3
Slovenia	73.33	9	81.10	7	65.90	64	79.21	13	67.10	18
Austria	73.29	10	73.71	45	68.00	44	81.53	7	69.92	11

Source: WEF Report, The Human Capital Index 2017

CONCLUSION

This paper was able to explore significant points that x-ray the link between entrepreneurship and human capital. However, studies have shown that education and entrepreneurial enabling environment plays a primary role in the formation of an entrepreneurial mind. Furthermore, the role of government cannot be thrown away because it forms part of the integral structure for entrepreneurial activity to thrive, via policies (socio-economic and socio-political) and legislations. Moreso, United States of America, Switzerland, Australia, Israel, Chile and Botswana still maintains the lead at regional levels in GEI ranking respectively, but none of the top ranked countries at regional levels in GEI are in pole-position in HCI rankings, which shows Norway and Finland in first and second positions respectively. This disparity could be attributable to robust social welfare schemes, high HDI and population size of the countries highlighted in comparison.

Reference list

1. Audretsch, D y Thurik, A, (2001) What is new about the new economy: sources of growth in the managed and entrepreneurial economies, *Industrial and Corporate Change*, 10, 267-315.
2. Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2004) Entrepreneurship capital and economic performance, *Regional Studies*, 38, 949-959.
3. Bosma, N. S., van Praag, C. M., Thurik, A. R., & de Wit, G., 2004. The value of human and social capital investments for the business performance of startups. *Small Business Economics*, 23, 227-236.
4. Chandler, G. N., & Hanks, S., 1998. An examination of the substitutability of founders' human and financial capital in emerging business ventures. *Journal of Business Venturing*, 13, 353-369.
5. Davidsson, P., & Honig, B., 2003. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.
6. Florin, J., Lubatkin, M., & Schulze, W., 2003. A social capital model of high growth ventures. *Academy of Management Journal*, 46 (3), 374-384.
7. Gassé Y.(1978), Characteristics, Functions and Performance of Small Firms: Ownermanagers in Two Industrial Environments, thèse de doctorat, Northwestern University, Evanston Ill, University Microfilm International, n° 79-3265.

8. Gibb, A. y Scott, M. (1986) Understanding small firms growth, in M. Scott, A. Gibb, J. Lewis & T. Faulkner (eds): Small Firms: Growth and Development, Gower Publishing, Aldershot, England, pp. 81-104.
9. Hill and McGowan(1999), The Development and Application of A Qualitative Approach to Researching the Marketing Networks of Small Entrepreneurs Cited in Osuegwu (2001) Small Business and Entrepreneurship Management Gray Resources Limited Lagos.
10. Honig, B., 2001. Human capital and structural upheaval: A study of manufacturing firms in the West Bank. *Journal of Business Venturing*, 16, 575-594.
11. McClelland, D. C. (1971) Entrepreneurship and Achievement Motivation: Approaches to the Science of Socioeconomic Development, in: Lengyel, P. (Ed.) Paris: UNESCO.
12. Obisi, C., Anyim, F. C., (2012), Developing the Human Capital for Entrepreneurship Challenges and Successes. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 2, No. 3. ISSN: 2222-6990.
13. Obisi, C. (2003), Human Resource Development and Preservation: Implications for Economic Growth, *Journal of IPM*, Ikeja Lagos.
14. Pennings, L., Lee, K., & van Witteloostuijn, A., 1998. Human capital, social capital, and firm dissolution, *Academy of Management Journal*, 41, 425-440.
15. Pfeffer, J., 1994. *Competitive advantage through people*. Boston: Harvard Business School Press.
16. Rauch, A., Frese, M., & Utsch, A., 2005. Effects of human capital and long-term human resources development on employment growth of small-scale businesses: A causal analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 681-698.
17. Reynolds, P; Bygrave, E; Autio, L; y M. Hay (2002), *Global Entrepreneurship Monitor, 2002 Executive Report*, Wellesley, MA: Babson College.
18. Sexton, D. L., & Upton, N. B., 1985. The entrepreneur: A capable executive and more. *Journal Business Venturing*, 1, 129-140.
19. Schumpeter, J.A. (1934) *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
20. Sonnentag, S., & Frese, M., 2002. Performance concepts and performance theory. In S. Sonnentag (Ed.), *Psychological management of individual performance: A handbook in the psychology of management in organizations* (pp. 3–25). Chichester: Wiley.
21. Vesper (1987) cited in Owualah, S. I. (1999) *Entrepreneurship in Small Business Firms*, Lagos; G. Mag Investment Limited.

INTERNET SOURCES

22. Global Entrepreneurship Index 2017. Global Entrepreneurship and Development Institute. <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>
23. WEF Human Capital Report 2015. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Human_Capital_Report_2015.pdf (Retrieved: 19/11/17)
24. WEF Human Capital Report 2015. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GHCR_2017.pdf (Retrieved: 28/11/17)

THE POSSIBLE DEVELOPMENT UPSIDE FROM LOANS UPON SMALL COMPANIES AND STARTUPS

INTRODUCTION

The theory that exclusive open arrangements kill destitution has limits. Both in terms of steady wage and of connection to provincial financial improvement methodologies. This article shows a portion of the present hypotheses on destitution annihilation and provincial improvement, for example, from Muhammad Yunus. We try to bring the meaning of a small enterprise and its social capacity and characterize who are the business people who can approach advances, so they don't depend exclusively on open strategy to escape the destitution belt, adding to the improvement of the regions where they are at.

Much has been said recently in regard to imbalance and neediness on the planet. Yet, the topic isn't new. Rousseau in the eighteenth century, in his celebrated monograph "Talk on the Origin and Grounds of Inequality among Men," reprimands private property and open arrangement, which couldn't care less successfully for the benefit of everyone. What's more, he finishes up by saying that "To give everyone what is his own, it is essential that every one may have something" (ROUSSEAU, 2014, p.91). The social utopias of uniformity and equity can be weakened in two sections, as Foucault (2011) stresses, p. 110) "There are in truth two sorts of utopias: the communist common utopias which have the property of never acknowledging themselves, and the industrialist utopias which tend to be completed much of the time."

A DISCUSSION OF THE RELATION BETWEEN LOANS AND ENTREPRENEURSHIP MAINLY OVER SMALL ENTERPRISES

One issue that was for the most part broke down just by political predisposition was the exhibitions that finished in the "Bedouin Spring" in 2011. This turned into a noteworthy development in the Center East toward the start of the twenty-first century because of major political changes in different areas on that side of the planet, in any case, did not begin as a type of challenge by domineering and/or degenerate governments, yet as a type of feedback of Tunisian microentrepreneurs for access to credit. Companies needed to re-get to credit lines to proceed with their endeavor - this is the attestation that the indications of the individuals who produce on a little scale are not in the feeling of conflicting with capital or destabilizing it. Then again, there are a few articles that safeguard loaning (Feitosa and Oliveira 2016;

Freitas, 2016, Neri 2016; Souza 2016, Kreutz and Reis, 2016) as the help to joblessness and as a wellspring of wage.

This confidence does not mirror the way that the individuals who set out to be entrepreneurs and to approach credit regularly wind up participating openly strategies that give more expectation than comes about. Can entrepreneurship (be it development, or need), access to loan, battle and/or annihilate poverty, inside the industrialist method of creation? Is it still important to consider open strategies to produce pay and/or dissemination that influence a large number of individuals to approach shopper merchandise? Would this be able to sort of miniaturized scale business in what Ritzer called macdonaldization? Are these microentrepreneurs another class? The general goal of this paper is to talk about and problematize a few speculations about financial advancement and neediness annihilation with regards to globalization.

For that, a talk about what progresses toward becoming destitution is vital. Or, on the other hand, how people see it. Destitution can not be resolved exclusively by an only financial or social predisposition, that is, the individuals who have more are wealthier than the individuals who don't have to such an extent or nothing. Other than the financial and social measurement, there is additionally an anthropological measurement that should be considered. Another viewpoint is that of the supposed political economy of pen, whose "thought of those living in states of neediness and dubiousness is more disposed to carry out wrongdoings" (De Giorgio 2013: p.55). For the disciples of this hypothesis there is an accurate connection amongst joblessness and destitution that thus prompts social issues, for example, wrongdoing, however not just that, the criminal issue is utilized by a specific government as a strategy of control over surplus work.

The imbalance achieved by neediness causes "incredible disasters to be rectified for minor ones" (Rousseau 2008: p.25). So, we cannot overlook that this upsetting social reality that is destitution does not just have a monetary predisposition. Hence, the ontological measurement of destitution merits consideration in figuring out who the poor are. Market analysts by and large characteristic the expansion in utilization to the better personal satisfaction. They don't consider more broad perspectives, for example, respect of the individual, wellbeing, and lodging. The principles of personal satisfaction are resolved in a mediatic way and constantly identified with overstated utilization. Kotler states that later on organizations that training this sort of promoting, the one that exclusive goes for a basic deal without thinking about the necessities of the individual and regarding

it all things considered, have a tendency to vanish. For him the pyramid should be changed into a precious stone (Kotler, Kartajaya and Setiawan 2010).

In C.A.Sarti's view, the poor carry on a sort of vagueness in which they face their everyday existence with the potential outcomes of personal satisfaction through utilization. "In this equivocalness, in this will-and-not-control, the poor structure their social character and manufacture their qualities, looking to retranslate without anyone else's terms the significance of a world that guarantees them what it doesn't give them" (Sarti 2012: p 34). Quickly, neediness cannot be viewed as just as a financial marvel with consumerist inclination, by the way that there is no salary (Rego and Pinzani, page 160).

In particular, does encouraging access to loans as a component of provincial advancement add to neediness being forgotten and giving a superior personal satisfaction, yet not simply utilization based? Today we talk more about enterprise than about the business person, we decide for access to credit and formalization, yet we don't examine the subject of this activity. Examples are made and after that these examples are connected to a reality that does not cling to them. There is not any more the expectation to annihilate or formalize casual work: the point is to help it. The annihilation of neediness is the focal issue of open approach, which thus should direct the State towards activities, for example, loaning. Professional loaning hypothesis is an essential apparatus in the battle against destitution and organizes profitable business enterprise. (Colodeti and Leite 2016).

The high natural arrangement of capital just happens when it decides an expansion in surplus esteem, to adjust for the development of this organic composition (Montano 1999). The innovative trickiness implies that small enterprises wind up favoring just the variable piece of the organization's natural capital, so miniaturized scale venture has a high work esteem. This can be confirmed exactly in small scale undertakings that work with crafts, for instance. This makes miniaturized scale ventures constantly subordinate and reliant on innovation and thus has a low consistent capital (specialized, apparatus, and so forth).

We close this theme by characterizing miniaturized scale undertaking as a financial lawful social substance that keeps up a creation of its natural capital more complemented for variable capital, has innovative reliance (specialized or gear), acts with a specific level of legitimate casualness (does not consent to lawful commitments) and satisfies a social part in the feeling of backing off joblessness.

THE POLYSEMY OF LOANS

With a specific end goal to get credit, a hazard examination (or good hazard or awry data) is important, and afterward the material assurances for access to credit.

The more prominent the volume of capital asked for, the more noteworthy the necessities of material assurances. It cannot be overlooked that after this procedure of access to credit, intrigue is tied.

Along these lines, the creators of this topic relate loan as being conceded to enterprises to maintain their beneficial exercises. Along these lines the sums to be allowed don't rely upon the will or the straightforward demand of the entrepreneur, however on the operational limit of his enterprise. For this situation, the credit allowing investigation isn't situated in outright terms on the ethical peril and the material guarantee of the advance, yet on the feasibility of the business in which it will be utilized. This brings us again the dialog between being "small scale business person by need" or "smaller scale business visionary by circumstance".

The above perception may produce an oddity with respect to the dialog of the barrier of access to loaning as one of the columns for battling or destroying destitution. For the individuals who need to approach to loans to get a transitory occupation because of joblessness will most likely be unable to get to credit to build up the action and subsequently remain or fall into destitution. It could be the situation of a technician who loses his activity, is without access to joblessness protection, and chooses to purchase a rotisserie chicken to, from this occupation, get salary for his family. Be that as it may, when the market ingests him again as a workman, he essentially sets aside the control of a furniture sales representative and turns into an employed man once more. This is ordinary, and with the defense that he is a technician and offers furniture since he was jobless.

What has been presented to date (neediness, microenterprise, microcredit, battling and annihilation) looks to examine the social capacity of loaning and business enterprise as a procedure of destroying destitution. That credit can be added to social approaches, there is no uncertainty about it; the inquiry is whether this organization advances a genuine social change or that the individuals who end up in neediness stay in destitution, along these lines keeping up this condition and just feeding the desire of being free of it. Should the social capacity of this foundation be reached out to all fragments or just to the supposed profitable area?

P. Kotler, H. Kartajaya and I. Setiawan talked about the likelihood that the industrialist creation framework will battle destitution when it produces entrepreneurial open doors at the base of the pyramid. The low-pay populace should be presented to date and wage producing openings (Kotler, Kartajaya and Setiawan 2010).

M.Yanus shields the possibility of "social business" in which the endeavor benefits or creates salary openings inside a group. This idea includes little ranchers, anglers, weavers, sustainable power sources, minimal effort advancements and so on.

In every one of them, access to credit, especially to microcredit, is an incremental factor in the battle procedure or annihilation of destitution. In this point of view, both access to loans and the business of people who approach credit satisfy a social capacity, either by creating pay (enterprise of chance) or by diminishing the rate of joblessness (business by need).

Can entrepreneurship (be it development, or need), access to loan, battle and/or annihilate poverty, inside the industrialist method of creation? Is it still important to consider open strategies to produce pay and/or dissemination that influence a large number of individuals to approach shopper merchandise? Would this be able to sort of miniaturized scale business in what Ritzer called macdonaldization? Are these microentrepreneurs another class?

These are the questions this paper will attempt to answer or to be acknowledged of. As a proof of success of such matters, UK between 2010-2015 had lent £50 million to entrepreneurs looking for support in starting up a business . The results were incredible in reducing the poverty and moving up the economy. "New businesses are the lifeblood of a healthy, expanding economy: a symbol of aspiration and a source of jobs ", claimed The Prime Minister, David Cameron⁴. As seen in the following picture, the unemployment was higher before 2010.

CONCLUSION

From what has been uncovered so far it is important to utilize this apparatus to answer a few inquiries that we have left open. At first, we introduce a few figures got straightforwardly from administrative sources with respect to the dispensing of open approaches. New Business Open doors? An exact translation of these information would should be better grown somewhere else. Yet, these pointers demonstrate to us that the expansion in joblessness does not really mean an absence of work. In this sense, surplus work could be utilized not in formal work with a formal contract (joblessness rates just express this) yet in occupation. Business open doors insofar as legitimately focused on and monetarily bolstered can enable individuals to dispense their capacity to work in parts that can produce wage, not simply compensation.

Can entrepreneurship (regardless of whether of advancement, or by need), with access to small scale credit, battle and/or annihilate destitution, truly inside the entrepreneur method of generation? Loan is as an open arrangement for empowering

⁴ 10,000 new entrepreneurs supported by Start Up Loans. The UK Government Press release <https://www.gov.uk/government/news/10000-new-entrepreneurs-supported-by-start-up-loans>

little undertakings. It can be another option to joblessness as a type of occupation and salary, yet annihilating destitution, keeping in mind that the end goal to zero in the present model is far-fetched. This is expected more to the way the credit gets to approach is overseen by improvement organizations than to the limit of loaning to do such an assignment. Loan can be a help instrument all together not to relinquish parts of open arrangements that have just helped individuals out of destitution, yet are continually debilitated by both political and monetary unsteadiness. On the off chance that these people who have been drawn from destitution approach direction on the most proficient method to deal with an occupation in acquiring pay and access to credit, this can destroy neediness.

Is it still important to consider open approaches to produce salary and/or circulation that influence a large number of individuals to approach purchaser merchandise? This is the perplexity that is typically made. Get acknowledgment for utilization and non-creation. The general thought of credit is to empower people to utilize their assets to create pay and along these lines to bring home the bacon, making the individual progressively reliant on open approaches to keep him out of destitution. In any case, for this the credit should be arranged and not just surrendered. Without direction, these people tend to utilize credit to get shopper merchandise, which would not permit the support of their occupation. Would this be able to sort of small scale business enterprise come full circle in what Ritzer called macdonaldization? Are these entrepreneurs another class?

In the event that we break down the courses in which entrepreneurship is by and large treated, it is conceivable to reason that the (massified) social inquiry is present. It is sold enterprise is just for individuals of activity and innovative mindset and that has particular qualities to practice initiative in the territory in which it means to act. Nor does Schumpeter's traditional meaning of the business visionary's part harmonize with this sort of approach which rejects each one of the individuals who claim to have a self-ruling occupation inconsequential to the typical formalism. It isn't the smaller scale business visionary another class is the thing that De Giorgio arranges as "swarm." A group is what is brought in the monetary hypothesis as a positive excess of post-Fordism.

Does encouraging access to credit as a component of provincial improvement add to destitution being forgotten and giving a superior personal satisfaction, however not simply consumption-based? Just in the event that it is situated to word related and/or proficient exercises in which individuals can perform with conviction and delight and not simply to acquire profits. Here it would justify an extending between the business enterprise of need and the enterprise of chance. We can't help

thinking that the previous is pointed just at consumption, while the latter at a maintenance of professional life.

In this sense the social capacity of credit is to ensure at least access to credit for the individuals who mean to create activities as an occupation with a specific end goal to produce salary to meet their fundamental subsistence needs. Notwithstanding, the types of access approaches to this credit limit the greater part of people who could utilize this capital with a specific end goal to produce salary and not simply relaxation, for example, joblessness protection.

Reference list

1. Colodeti, V. de P. and LEITE, I.C. Microcredit, Informality and fight against poverty. Available at: jornal.ufes.br
2. De Giorgi, A. The misery is governed thru the penal system. Rio de Janeiro: Revan Publishing House, 2013.
3. Feitosa, M. L. A. M. and Oliveira, B. B. Microcredit Policy, Economic Development and Human Rights. Available at: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=8a56257ea05c7401>. Accessed on: November 21, 2017.
4. Freitas, L. K. G. Microcredit and Development Programs: a necessary discussion. Available at: www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=942&Itemid=171. Accessed on: November 16, 2017.
5. Kotler, Philip; Kartajaya, H. and Setiawan, I. Marketing 3.0. 2010.
6. Kreutz, D. C. and Reis, C. N. dos. Microcredit as a Generation of Employment and Income Policy. Available at: www.fee.rs.gov.br/wpcontent/uploads/2014/05/201405267eeg-mesa20-microcreditocomopoliticapublica.pdf. Accessed on: 20 Nov 2017.
7. Montano, C. Microenterprise in the era of globalization. 1999.
8. Neri, M. The Family Grant Program and Financial Inclusion. Available At: docplayer.com.br/storage/25/6348181/1463423130/uFe2YpnHuz9U_rNvtFEZPw/6348181.pdf. Accessed on: November16, 2017.
9. Rego, W. L. and Pinzani, A. Family Voices. Autonomy, Money and Citizenship. 2nd Edition, 2014.
10. Rousseau, J.-J. Of the social contract. 2011
11. Sarti, C. A. The Family as a Mirror. 7th Edition, 2012.
12. Yunus, Muhammad .. Building Social Business. New York: Public Affairs, 2010.

ORGANIZATIONAL CULTURE AND PATH DEPENDENCY IN THE NORWEGIAN CHILD WELFARE, FINDING THE RIGHT PATH IN AN ORGANIZATION IN CHANGE

Solberg Britt

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

Taste the word "reform". How do you think this word is in your mouth? Many will say that it tastes bitter, while some may claim the opposite. In today's society we can observe reform processes in various sectors, but do they work? And why would anyone say that the word reform gives a sense of taste?

In this article I will look at the issue of path dependency on the basis of a professional article on the Norwegian child welfare reform of 2004. Path dependency is a part of the cultural perspective within organizational theory, and concerns how organizations establish an internal, unofficial culture of act that continues within the organization. It forms the organization, and makes it more inclined to act similarly in future issues (Christensen, Egeberg, Lægreid, Roness, & Røvik, 2015, p. 61).

I will start by talking about what the cultural perspective is, so to briefly explain the term *path dependency*. Further, I will talk about and discuss the article "*When knowledge is in the walls*" which is about the Norwegian child welfare reform from 2004, and look at how path dependency can be understood in this context and what it meant for the transition to the reform.

To understand what is meant by *culture* within the cultural perspective, it is fair to see it in contrast to one of the other perspectives, such as the structural perspective, the myth perspective, the human resources perspective, or the political perspective. However, for the sake of the articles length, I will still refine the article of highlighting only some of the most important factors within the cultural perspective only.

I. REVIEW OF LITERATURE

Organizations are established and over time a set of unofficial rules develops concerning what will be perceived as acceptable behavior. This impedes what you expect from others and what others can expect from you. Here, members of the organization who have been part of the organization over a long period of time will have clear benefits that newer members do not have. It's a matter of *the logic about the culturally appropriate* (Christensen et al., 2015, pp. 54–55).

Organizational culture appears and grows on its own and can therefore be called natural (Christensen et al., 2015, p. 59). This is not a planned design which makes it difficult to change once it has been located and is difficult or impossible to control. Organizations that are new, therefore, have a relatively weaker organizational culture than organizations that have existed for a while.

A newly established organization has not become an institution, but eventually becomes institutionalized, according to the American organizational researcher Philip

Selznick (cited in Christensen et al., 2015, p. 52). He emphasizes the distinction between organization and institution, where an organization is a term for the formal and institution denotes the informal. It develops unwritten rules and values that will bear the mark of the initial and external pressures of the start-up phase and can later be legitimized with statements such as "this is the way we always have done things around here" (Strand, 2007, p. 185). A unique identity will emerge that will be unique for the organization. Therefore, no organizations may be completely alike.

Christensen et al. explains internal pressure as the total value of all members' cultural luggage that they bring into the organization. Outer press, on the other hand, is about the impulses and external influences on the organizational culture that comes from partners that the organization delivers or receives services from, or otherwise will be in a state of interaction with (Christensen et al., 2015, p. 59).

Path dependency is about organizations being characterized by the era in which they were established. The values and norms that were important in the establishment phase will continue to be important in future decisions and choices. This can lead to a form of inefficiency (Christensen et al., 2015, pp. 61–62), but can however also have a positive effect in making the organization more efficient and unified (Lee G. . Bolman & Terrence E. . Deal, 2014, p. 299).

The child welfare reform introduced in 2004 was about increasing the quality of child welfare, improved procedures for documentation, that the child welfare services offered to children and young people should be equally accessible throughout the country, professional further development of child welfare services, and better management of child welfare both professionally and economically (Rambøll, 2012, p. 1). It was a centralization process where the responsibility for child welfare was transferred from county council and given to the state.

In the academic article "*When knowledge lies in the walls*" (Gotvassli, Augdal, & Rotmo, 2014) it is clear that the reform was a transition from a practice based largely on silent knowledge, where there was no culture of documenting how the tasks were done. Silent knowledge means that there was some form of experience that was transferred by new employees being "adopted" by an experienced environmental worker who "showed" how the work were to be done (Gotvassli et al., 2014). Which is an active form of indoctrination, where the informal norms and values, the culture, are transferred to new members.

It's interesting to look at this reform because it created a lot of changes in the everyday life of employees within a sector with long internal traditions and sought to establish a new way of performing the tasks. More emphasis was placed on quality

control and research-based expertise than the previous practice which was more rooted in experience-based knowledge (Gotvassli et al., 2014).

The journal article is based on semistructured interviews with interview guide. And central questions were about the importance of intuition, the importance of knowledge transfer through courses, seminars, manuals, and other written sources, the importance of organizational structure and the importance of knowledge sharing. The article also spoke about knowledge creation through experience, and contrasted / equated this with theoretical knowledge.

II. DISCUSSION

In the article, the interviewers explain what they consider important and emphasize the knowledge that can easily be found in written forms, or at courses and seminars. The informants also say that the reform has led to more documentation and quality control, which leads to moving the time and focus from the youth to spending more time on controllable routines. Here one can question whether larger documentation burden will provide a better or worse child welfare offer. And should it have been opened for varied practices based on maintaining good cultural practices within units where this has worked well before?

The interview objects place a lot of emphasis on the gut feeling that tells you something about the situation presented at the moment and how to act in different situations. They do not consider it to be knowledge creation, but emphasize that it is something that have to be experienced to be learned (Gotvassli et al., 2014, p. 116). But is once silent knowledge, always silent knowledge? And what measures needs to be taken to convert this knowledge?

As I mentioned already at the beginning, it's not easy to change organizational cultures. This was also the experience in the article. They interview objects highlighted that the new system of more documentation and quality control would catch up with the practice of child welfare, but that much of the knowledge was not shared with the leaders because it was based on the fact that the environmental therapists often acted on the *stomach feeling*. This is important because the article does not speak of stomach feeling as a set of internal unwritten rules and norms one learns through embracing the culture but equates it with structurally readily transmitted knowledge. But can you really equate this? Theoretical knowledge is based on academic theories, while "stomach feeling" can be a mixture of more than just "useful" knowledge. A stomach feeling may also be entirely wrong, but this was not discussed in the journal article.

In the article "*When knowledge lies in the walls*" (Gotvassli et al., 2014, p. 111), it's refers to, among other things, Kirkebøens definition of intuition when the

article explains why workers act as they do. And stresses the need to have an intuition of which decisions are right in those situations where there is no one to discuss it with. But what's this intuition really? Intuition is a sense of "where the country lies" (Christensen et al., 2015, p. 62) that appears in the sensory register of workers who have been indoctrinated in the organizational culture they are in and provide stability, and are a consequence of path dependency.

Path dependence is expressed by slowly adhering to the new culture one enters into, and one pick up values that are left in the organization and which have always been central. If one have a similar demographic background from before, like others in the organization, for example through similar work experience and education, then the adaptation process will be easier because you are already pre-socialized (Christensen et al., 2015, p. 56). The article says "An informant claims that reading the books is important, especially if you are new at the institution" (Gotvassli et al., 2014, p. 114) and highlights an important point. The more equal the knowledge base you have with the others within the same institution, the easier the transition will be. This is because the academic background is also a latent bearer of basic values and norms (culture). But this is not enough, one must still be assigned to the institution and understand its peculiarity.

An act that feels right based on the story of what has been done before will be able to control future actions and decisions in the same direction and be legitimizing (Christensen et al., 2015, p. 55). What one associates with a correct or appropriate decision does not deviate from the mental "template" that has been learned over time by being within the same organization over a longer period. It does not matter if one chooses to call it path dependency, or (as in "When knowledge is in the walls of the article") convincing thought, or intuition (Gotvassli et al., 2014, p. 111). It has to do with the unofficial, unwritten standards. This is important because the informants in the article said that they were still acting from such a template, a sense of what's right and wrong, even after the reform (Gotvassli et al., 2014, p. 118). They just did not document it. So, did the reform in fact lead to more silent knowledge?

CONCLUSIONS

I will also argue that it is not surprising that environmental therapists do not tell their leaders about their intuition in everyday work life. They must act quickly and cannot go back to the manuals and read. They are therefore reliant on being able to understand the situation and act. It's important to find out what's really going on, while acting then basically follows the inner voice, the intuition. Nor is it surprising that they choose to emphasize the theoretical knowledge as particularly important as

they have learned that the theoretical knowledge will come first to ensure good quality in child welfare services. It is a socially accepted and expected response.

How did the informants experience the reform in 2004? First, they pulled out the positive aspects, like quality checks, and that there was much available theoretical material. They also emphasized the bitterness that came in the form of a change towards more documentation, which would steal the time they otherwise could have spent on the youngsters (Gotvassli et al., 2014, p. 114).

Informal norms and values that have been latent in child welfare about how the work tasks are performed may not have completely changed character. But since the informants tell about a tendency to share experiences and listen to the gut feeling, there is good reason to believe that the past practice lives on.

Reference list

1. Christensen, T., Egeberg, M., Lægreid, P., Roness, P. G., & Røvik, K. A. (2015). *Organisasjonsteori for offentlig sektor* (3. Utgave). Oslo: Universitetsforlaget.
2. Gotvassli, K.-Å., Augdal, I.-L. G., & Rotmo, B. (2014). Når kunnskapen sitter i veggene; en empirisk studie av ulike kunnskapsformer og muligheter for kunnskapsutvikling i to barnevernsinstitusjoner. *Tidsskriftet Norges barnevern*, 91(2–3), 106–121.
3. Lee G. . Bolman, & Terrence E. . Deal. (2014). *Nytt perspektiv på organisasjon og ledelse: struktur, sosiale relasjoner, politikk og symboler* (5. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
4. Rambøll. (2012). *Forvaltningsreformen : deloppdrag E*. Oslo.
5. Strand, T. (2007). *Ledelse, organisasjon og kultur* (2. Utgave). Bergen: Fagbokforlaget.

GDP PPP AND BIRTH IN THE EUROPEAN UNION IN 1999: A POSSIBLE CORRELATION?

Etienne Marie

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Through different analysis and graphics we will try to define if there is or not a possible correlation between GDP PPP and birth inside developed countries. In order to make this analysis, I have chosen the European Union because of its cultural diversity: Latin, German, etc. which will allow us to establish a generality or not with birth of each one and its GDP.

Our data are GDP PPP: Gross Domestic Product in Purchasing Power Parity. According to the World Bank: “ A purchasing power parity (PPP) is a price index very similar in content and estimation to the consumer price index, or CPI. Whereas the CPI shows price over time, a PPP provides a measure of price level differences

across countries. A PPP could also be thought of as an alternative currency exchange rate, but based on actual prices. (...)”. We will also have the number of birth in each country. Those data are both from countries of the European Union in 1999.

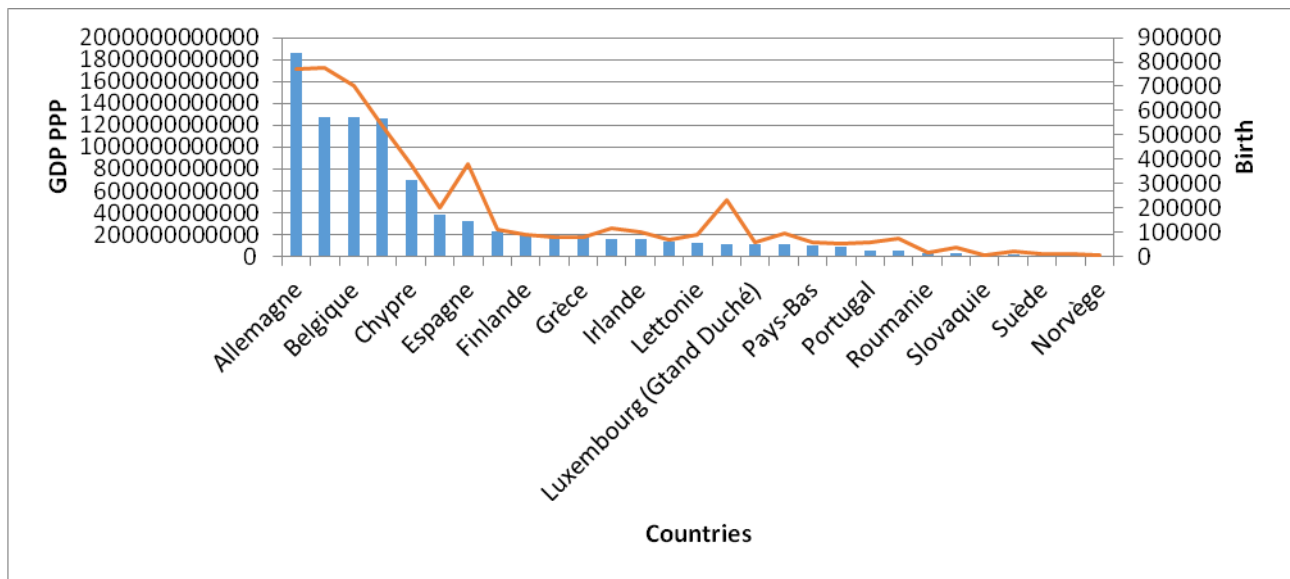


Figure 1. GDP PPP (blue histogram) and births (orange line) in European Union in 1999⁵

This first graph can be read as the red curve represent the number of births in 1999 and blue columns show the GDP PPP in 1999.

I have chosen on purpose to create a curve for birth and rank countries from the top to the bottom compare to its GDP PPP.

In first place, we can see a correlation between the chosen indicators but with an exception: the case of Lithuania. Germany is the country with the highest GDP PPP and a consequent birth rate. Following by Austria, Belgium and Bulgaria. And countries, which are ended results, are: Slovakia, Switzerland and Norway.

We can see here that in general higher is the GDP PPP, higher is the number of births in the country, and more this country is developed inside the European Union.

⁵ <http://philcarto.free.fr/>

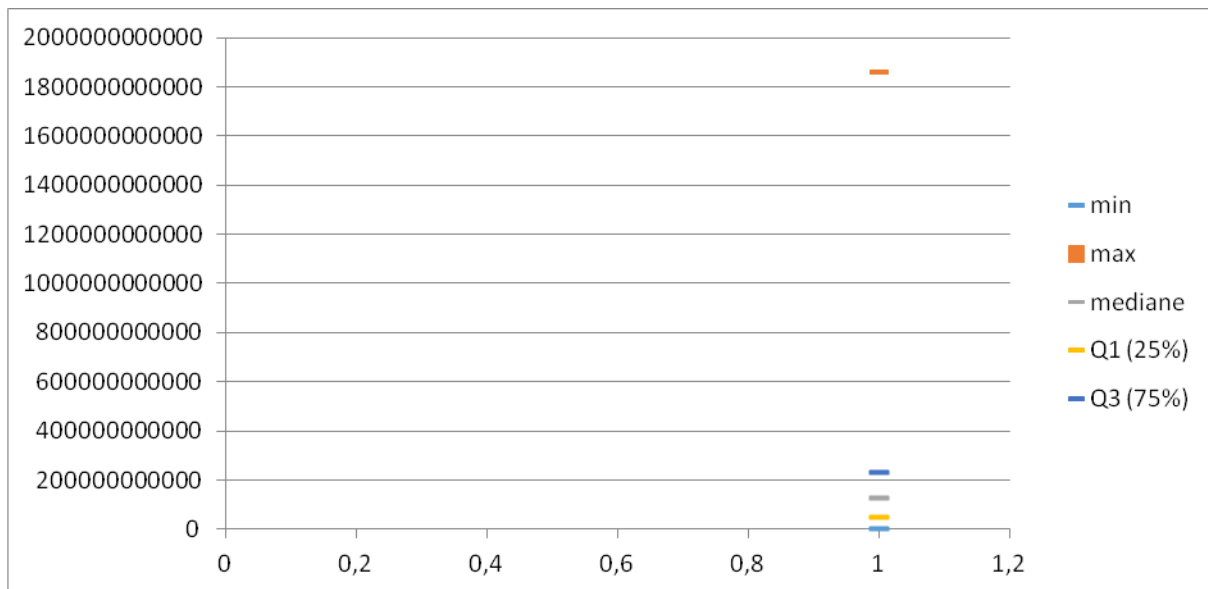


Figure 2. Box plot of the GDP PPP in the European Union in 1999⁶

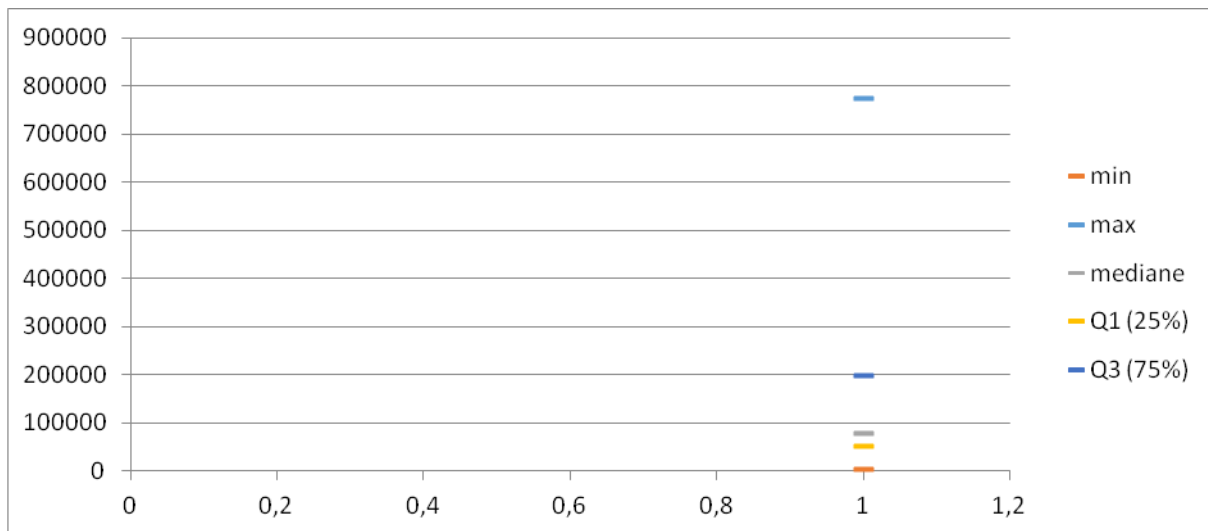


Figure 3. Box plot of births in the European Union in 1999⁷

To have a better understanding of the repartition of the GDP PPP and births in the European Union in 1999 I have created those box plots. On those, we can observe minimum and maximum, median, first and last quartile. It gave us clue about dispersion of our data, which is stronger in the case of GDP PPP than for the case of births. Median is in both case in the lower part of the box, which suppose an asymmetric distribution of GDP PPP and births among European countries in 1999.

However, we can see that the correlation is not obvious. Indeed, some countries have a lower GDP PPP than others but with a higher number of births. Furthermore, Luxembourg has a strong number of births compared to Latonia, which

⁶ <http://philcarto.free.fr/>

⁷ <http://philcarto.free.fr/>

has a higher GDP PPP. This case is not unique; we can analyze the concept with Spain, which has a stronger fertility with a lower GDP PPP than Cyprus.

Thereby, even if generally we thought there was a correlation between our data, we also have found some exception. Our first impression on the question has been put in doubt. Now, let's go deeper in the analysis through statistics.

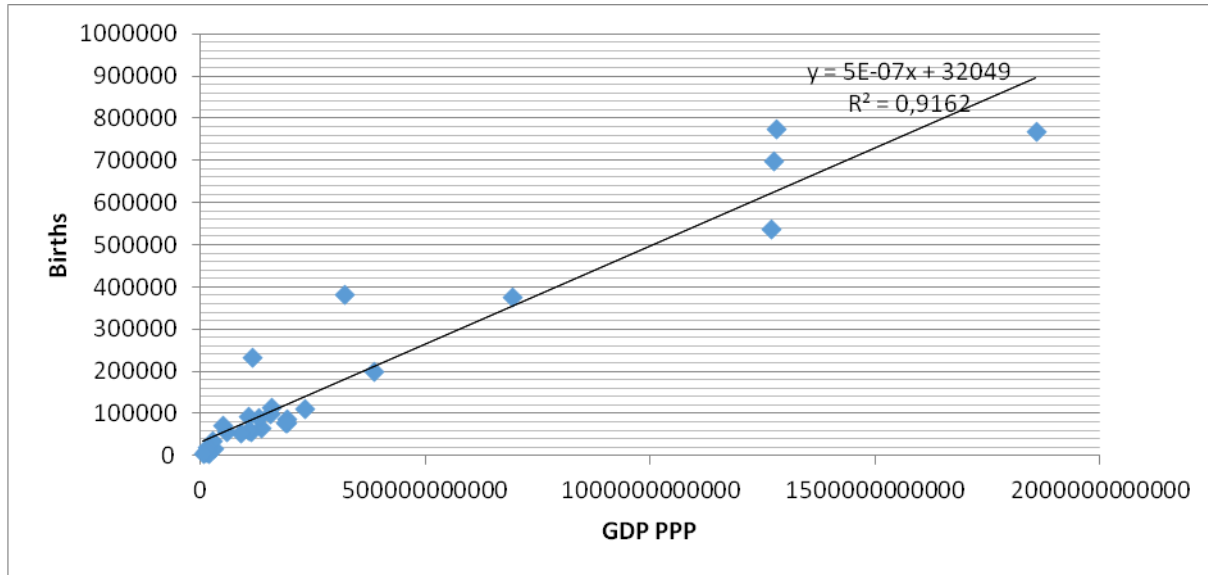
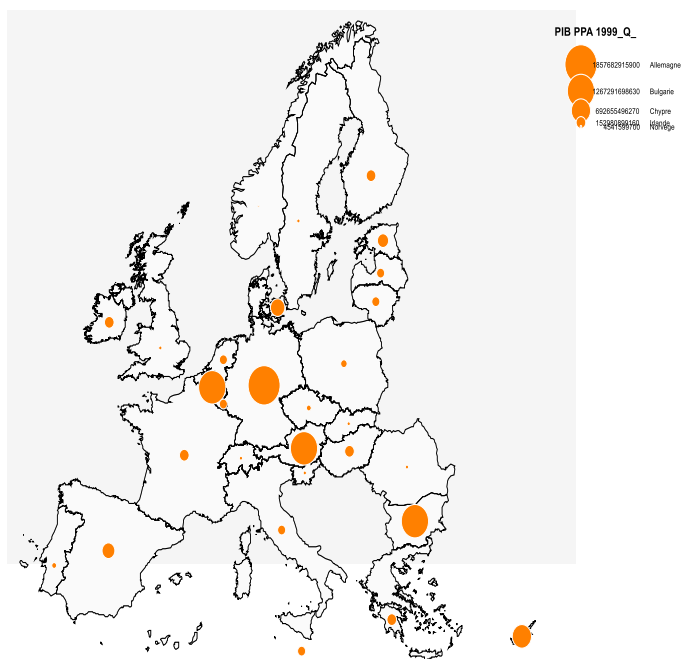


Figure 4. Correlation between GDP PPP and births in 1999 in the European Union

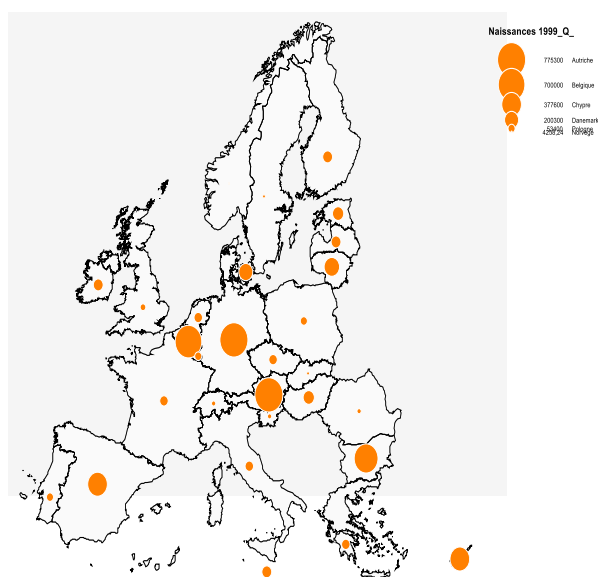
In order to prove if there is a real correlation and confirm our first impressions can be still right; I have created this point cloud graph. On it we can see R^2 close to 1 so according to the table of Chedoke, the correlation is very high. Indeed R^2 measure the reliability of the calculation of the alpha and beta. Furthermore, points are bringing together to the left down part of the graph and around the trend. This presentation and graphic situation prove again the correlation between our data.

We can conclude that the GDP PPP and births are strongly correlated in developed countries of the European Union in 1999. We also might join other factors like income; good financial situation and cyclical economic conditions are strong related indicators to the decision of having children.



Fait avec CoucouCarto <http://coucoucarto.free.fr> - 08/02/2017 11:05:21

Figure 5. Geographical distribution of GDP PPP in 1999 in the European Union⁸



Fait avec CoucouCarto <http://coucoucarto.free.fr> - 08/02/2017 11:05:59

Figure 6. Geographical distribution of births in 1999 in the European Union⁹

⁸ The maps were created with the help of the software: <http://philcarto.free.fr/CoucouCarto.html>.

⁹ website and maps were created with the help of the software: coucoucarto.

The first map is concerning the GDP PPP in 1999 and the second one is for births in the European Union in 1999.

I have created those maps to better visualize both indicators.

We have shown and statistically prove that there is a positive correlation between GDP PPP and births. But correlation doesn't mean causality. Indeed, even if we can think of a possible link, this one can be mistaken. The mistake can come from an increase of income which improve living conditions but also education, health sector ... which allowed the society to be more productive. When we look to both maps we can definitely conclude of a link between GDP PPP and birth without making difference between Eastern and Western Europe or even Northern and Southern Europe in 1999.

STATE OF THE AUTOMOBILE INDUSTRY AT GLOBAL, NATIONAL AND COMPANY LEVEL

Precious Nyanda

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

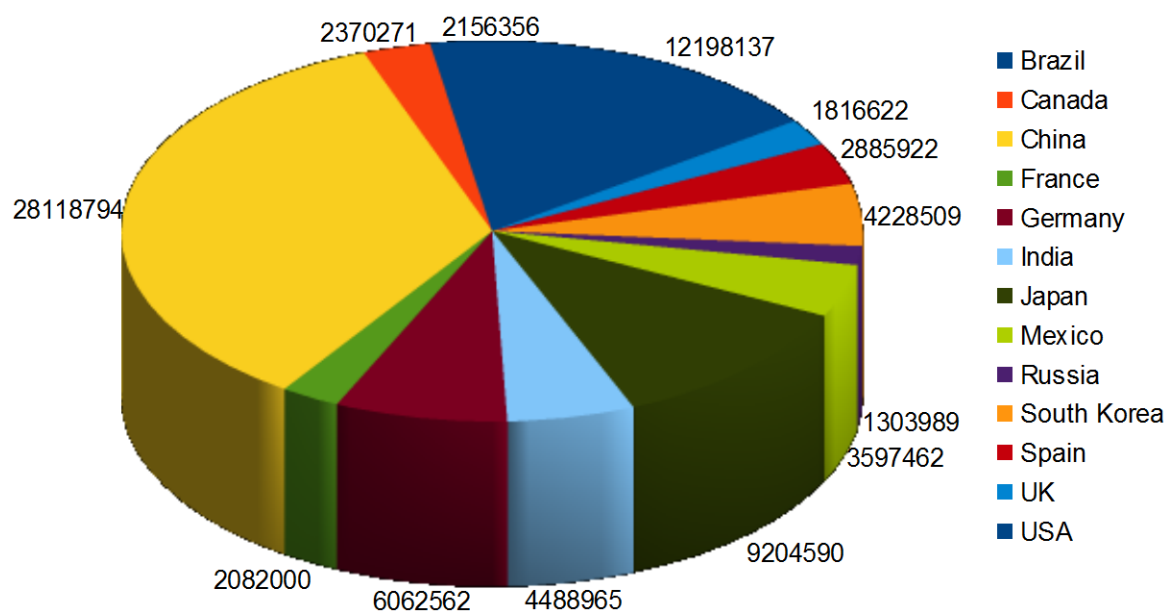
The global automobile industry is a multi-billion industry with several large brands competing for market share. Since its foundation in the 19th century, this sector has grown to become an important part of the world economy in terms of revenue. During the recent years, the Asian markets have proved highly lucrative for the automotive brands. China has particularly grown to become the world's largest market for vehicles. In the 21st century technology and innovation have become the main basis of differentiation for the vehicle manufacturers. Apart from it, the focus is on fuel efficiency and environment friendliness. The pressure on the industry with regards to pollution control and carbon footprint has gotten high. All the major players are trying to bring more fuel efficient and low emission vehicles to the markets. The Automobile Industry is a growing and continuously expanding industry in the modern world. This is due to the gradually increasing demand on the global market for cars and vehicles as well as the increasing population in the world. Though due to the diversity and variety nowadays in terms of transport, the trend in growth is beginning to hit the brakes and stabilize.

Looking back the global automobile industry has become more complicated and competitive. The automotive industry is not an easy sector due to the high

number of competitors and exhausted markets. It is an industry that covers the entire globe, as well as the areas of production and distribution [5].

A total of approximately 94 million cars were manufactured in 2016 worldwide. China produced the highest number of cars in 2016 at around 28 million cars which is close to a third of the total showing its strength in this area. Other major manufacturing countries are namely Brazil, Japan, Germany, India, Mexico and Spain and this is shown in Figure 1.

Figure 1. Cars' producers at global level



The global auto industry is more challenging than many people realize. On the surface, performance is strong. Nonetheless the industry is in serious trouble. This can be seen due to the fact that the suppliers, companies and OEM's in the automobile industry are not very profitable [1].

Germany is one of the European automotive markets considering production and sales and accounts for around 30% of all cars manufactured. It also boasts the largest concentration of OEM (Original equipment manufacturers) as there are currently 41 OEM sites in Germany. The OEM market share in Europe was more than 51% in 2015. Germany is also conveniently located next to Poland which is the biggest European market for passenger cars.

Germany is the manufacturing leader in Europe as over 15 million units were sold in 2015 which was more than 12% of the global production. 21 of the world's top 100 automotive suppliers are German companies contributing to it being the

European car production leader producing around 6 million vehicles including passenger cars, trucks and buses.

The automotive industry is the largest industry sector in Germany and returned around 20% of total Germany industry revenue and is one of the largest industries employing industries in Germany as well. 79% of the cars produced in Germany went to foreign shores and countries and according to research it is stated that around 1 in 5 cars off a production line worldwide are made by a German OEM.

German OEM's are responsible as well for around a third of international automotive R&D expenditure with R&D investments amounting to around 20 billion euros in 2014.

Germany's automotive sector is the country's most innovative industry sector accounting for 35% of Germany's R&D expenditure. German automotive companies are responsible for around 60% of R&D growth in Europe. This country has worldwide reputation in this industry as well as increasing worldwide demand for their manufactured vehicles.

Volkswagen Group is one of the biggest automotive companies. The company with the second largest market share in Europe and according to the 2013 Fortune Global 500, is the 9th largest company in the world. It has over three hundred thousand employees globally and sold a record of 9.7 million vehicles. The company sells its passenger vehicles under the brand names Scania, MAN, Neoplan and Volkswagen. The commercial car brands for the company are Audi, Skoda, Bentley, Porsche, Lamborghini and Volkswagen. Volkswagen is now the third-largest vehicle manufacturer in the world. Volkswagen targeted to attain the figure of staggering 10 million annually which looks not-so-improbable. The global operation of the giant reaches out globally spanning 153 countries. The major subsidiaries of the company include AUDI AG, Bentley Motors Ltd, Automobile Lamborghini S.p.A, Bugatti Automobiles, Suzuki Motor Corporations and Ducati Motor Holding.

Along with vehicle manufacturing, the company also invests heavily in sports sponsorship. The company has invested in prominent sports events like 2008 Summer Olympics, 2014 Winter Olympics and the David Beckham Academy and owns the German football side BFL Wolfsburg [5]. All these accolades are impressive and the sales match these expectations.

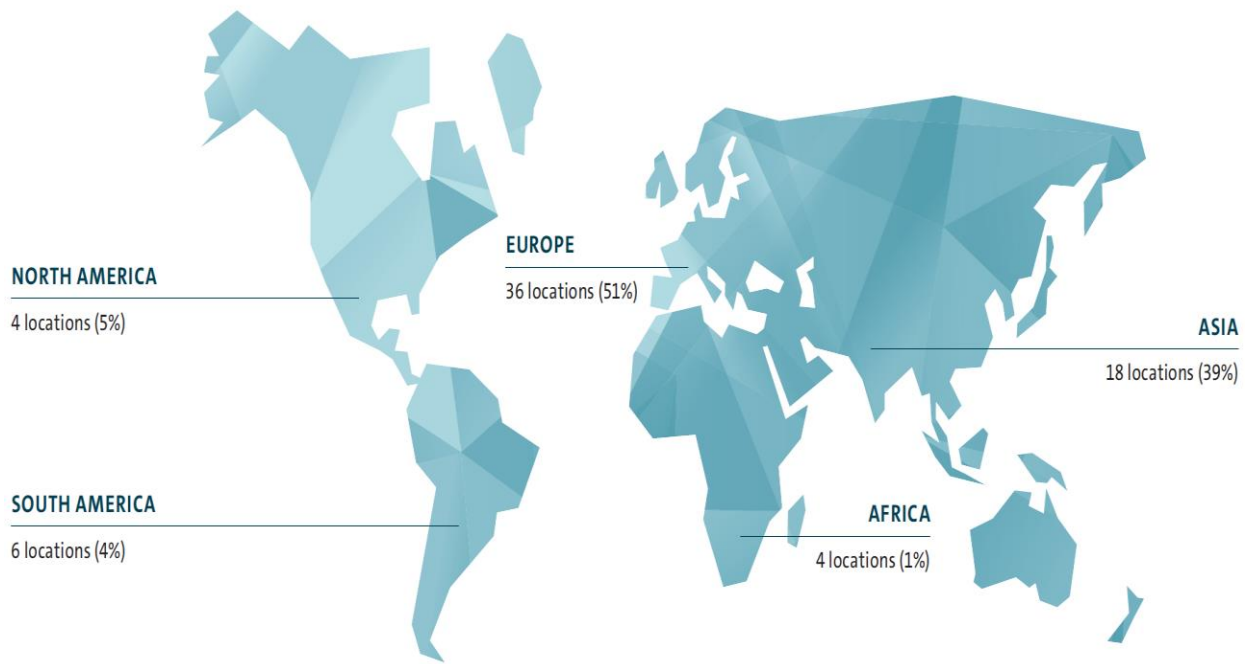


Figure 2. Volkswagen Group locations

Source [2]

Volkswagen Group delivered 10.3 million vehicles to customers worldwide last year, a rise of 3.8 percent compared with the prior-year figure. Deliveries in December 2016 rose by 11.8 percent to 933,300 vehicles. The Company recorded strong growth in the UK, Italy and France in December. 92,900 vehicles were handed over to customers in Germany in December – a decrease of 2.6 percent. Deliveries in Central and Eastern Europe during the same month rose by 8.8 percent to 58,500 units.

Table1

SWOT model

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> – A wide range of cars which provides enough options to choose from – A high brand presence and recall – One of the oldest car manufacturers, resulting into increased reach to masses – Manufacturing or assembly plants in Germany, Slovakia, China, India, Indonesia, Russia, Brazil, Argentina, Portugal, Spain, Poland, Bosnia and Herzegovina, and South Africa – Presence in hybrid cars and motor 	<ul style="list-style-type: none"> – Intense competition from global car manufacturing companies means limited market share growth for Volkswagen – Controversy and fraud about the emissions of the cars caused global brand image loss – Parent brand can be strengthened – Volkswagen spends a lot of advertising dollars to build a brand for Audi, Bentley, Porsche and other brands. But where it tries to woo the masses, Volkswagen itself

sports – Excellent advertising and marketing through TVCs, print media, online ads, hoardings etc.	needs to spend to create more brand equity for the parent brand – Volkswagen
– Opportunities	– Threats
– Worldwide expansion – Increasing Fuel efficiency – Modern and innovative designs – Development of Hybrid cars / Fuel efficient cars / Auto driving cars	– Brand reputation has been hurt badly – Competition is ever increasing – Different government regulations in different countries – Changes in emission issues

The Group handed over 939,100 new vehicles (+0.8 percent) to customers in the North America region last year. 94,000 vehicles were delivered in this region in December, an increase of 10.3 percent. Deliveries in the USA (+16.1 percent) contributed decisively to this positive trend. The Group delivered 36,500 vehicles in South America in December – a rise of 5.0 percent compared with the previous year [3].

Most of Volkswagen's cars are manufactured in Europe as over half of them are produced in the plants that are in Europe (Figure 2).

In the table1 SWOT analysis is carried out where the company's strengths, weaknesses as well as possible opportunities and threats are shown.

In conclusion, if a brief picture of internal and external strategic analysis of Volkswagen is drawn up then we will see that If some steps to grab developing countries market share are taken and if they make environmentally friendly cars they will be able to build the strongest brand of all.

Reference list

1. 2017 Automotive Trends / R. Parkin, R. Wilk, E. Hirsh, and A. Singh // <https://www.strategyand.pwc.com/trend/2017-automotive-industry-trends>
2. Jurevicius O. SWOT analysis of Volkswagen // <https://www.strategicmanagementinsight.com/swot-analyses/volkswagen-swot-analysis.html>
3. The Volkswagen Annual Report 2016. <http://annualreport2016.volkswagenag.com/additional-information/key-figures.html>
4. Volkswagen's worldwide vehicle sales from 2006 to 2016 <https://www.statista.com/statistics/272049/worldwide-vehicle-sales-of-volkswagen-since-2006/>
5. Volkswagen SuccessStory // <https://successstory.com/companies/volkswagen>
6. Statistics & Facts on the Global Automotive Industry // <https://www.statista.com/topics/1487/automotive-industry/>

MODERN TENDENCIES IN BANKING AT GLOBAL AND NATIONAL LEVELS

Melizwe Zwelithini Fakudze

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Banking is an industry that handles cash, credit, and other financial transactions. Banks provide a safe place to store cash and credit, offer multiple accounts, where one can deposit cash or credit [1].

It is appropriate to specify traditional roles of a bank.

Firstly, transforming customers' liquid deposits into longer-term financing for corporates and individuals, and rationing, allocating and pricing this financing. Secondly, acting as intermediaries in cash transmission mechanisms including payments systems. Thirdly, acting as intermediaries and market-makers in securities markets. Finally, acting as public policy tools for governments, for example by expanding lending to favored sectors or to spur growth.

In undertaking these activities, the banking industry has operated as a more-or-less a contained system. Within this system, banks have assumed credit, liquidity, and maturity risk, have been protected/supported by regulation, and invested in complex operational and technological structures and benefited from an assumed implicit state support. Insured deposits and access to central bank funding have seen banks benefit from greater access to low-cost liquidity than they might otherwise have had [3].

Nowadays more than 5000 banks worldwide are observed and \$320 billion in capital being generated by only the top ten largest banks. Major activities of these 5000 banks are retail banking, private banking, corporate finance, investment banking, corporate banking [2].

With such many market participants, the banking sphere is one sphere that is very competitive. Banks always want to have the best services to keep clients and to attract new ones. Increasingly technology friendly banks have been the new trend for the past 5 years, with services ranging from mobile banking, and online banking services, towards even a bionic bank that offers hyper-responsive and customized online services. Banks are also changing the way in which they invest, today banks want to be more involved and support development in emerging markets, and to invest in energies like solar energy, oil, and other renewable energies.

Moreover, banks around the world are getting more responsible for their resource location, banks are becoming more comfortable operating in the cost-contained environments needed to fund investments in digital transformation. As a

result, resource allocation is shifting to a more disciplined and quantitative assessments of market opportunities for growth [4].

In the U.S a combination of changes including fluctuating interest rates, a less zealous regulatory environment, tax cuts, and overall optimism among business owners will provide a much-needed profit boost for banks. This in turn will help offset rapidly rising technology expenses and enable banks to accelerate transformative digitization of platforms and processes.

In the U.S, midsize and larger banks are making massive investments to transform their businesses into digital service providers. Such transformation does not only impact on the legacy of the bank but also changes the decision making about which firms to collaborate with, invest in or purchase. As it evolves into more of a tech industry, banking will become a scale business in which the largest providers will be able to invest in solutions that will differentiate their client experience [4].

Moreover, banks in the U.S are slowing accepting blockchain/ distributed ledger technology, with many best having blockchain prototypes up and running in their innovation labs. This comes after the blockchain technology has caused a lot of confusion and uncertainty in the finance world with BITCOIN, banking sphere participants were not sure whether to partake in blockchain or not. [4]

In the U.S a council of banks exists that is committed to increase the adoption velocity of health saving accounts in the United State. This council represents its members in front of the congress, White House, and the U.S courts to preserve the ability of Americans to pay for healthcare using a Health Saving Account. With the new Trump administration that has boosted the economy of the United States more banks in the U.S are becoming more active in investing and not sitting on capital. [7]

Technology plays a big role in the modern U.S banking sphere and mobile banking continues to advance. In 2016, 95% of Americans lived in an area covered by a mobile-cellular signal and for the first time in history, mobile browsing exceeded that of desktop browsing, with a proportional bump in mobile shopping, 86% of millennials already use mobile banking, and the other generations aren't far behind [5]. In the figure 1 mobile banking applications are shown.

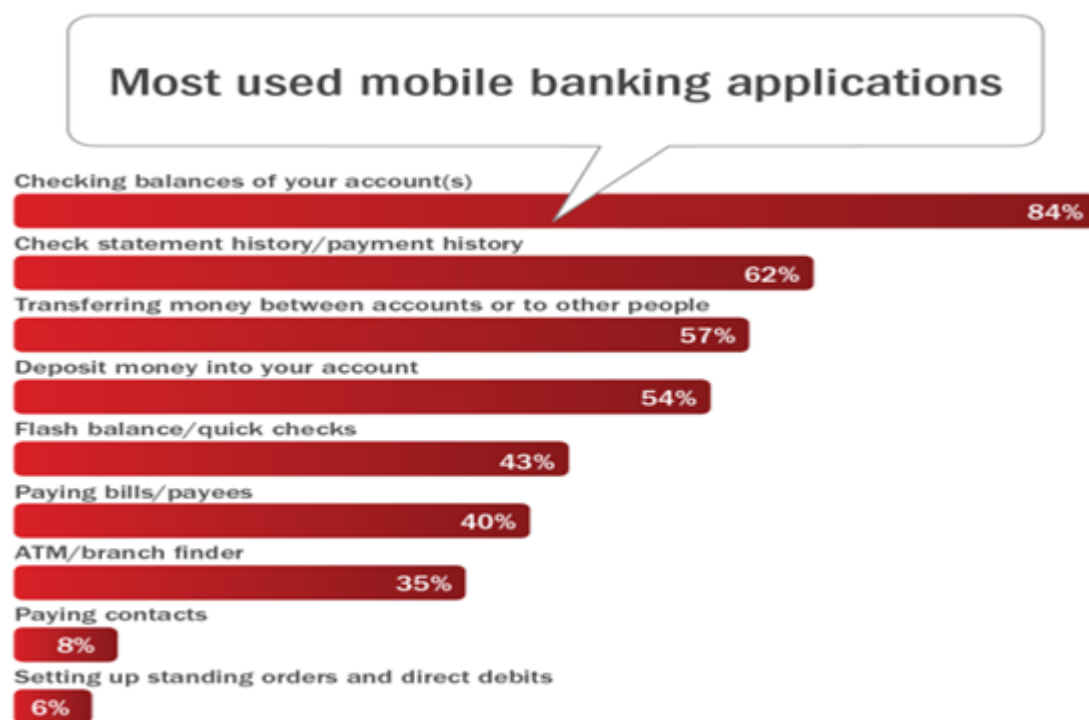


Figure 1. Mobile banking applications¹⁰

Transaction Value in the Financial Technology market amounts to US\$1,025,519m in 2017 [6].

In Figure 2 dynamics of share of mobile banking users among mobile phone owners in US can be observed.

It is staggeringly important to carry out analysis of factors which influence US banking sphere.

Interest rates influence the banking sphere, put together with other indicators like GDP, exchange rate etc. All these indicators influence the way in which banks operate. Consumer banking which involves wealth management, culture, conduct risk, sales practices, and selecting partners with marketplace lenders influence the way in which banks do business.

¹⁰ Market Force © November 2014 The Financial Brand

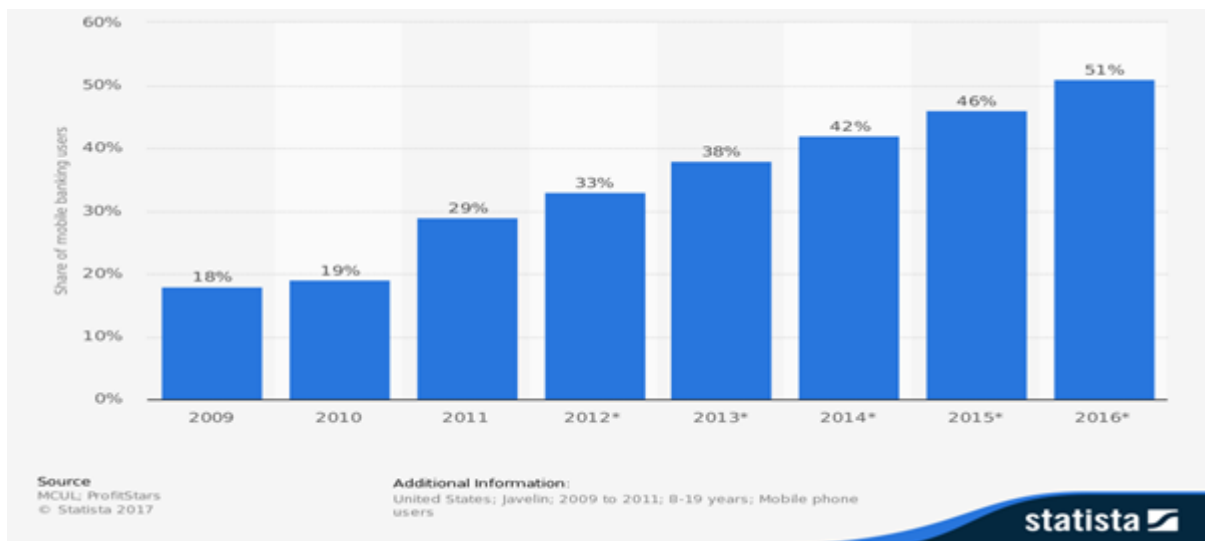


Figure 2. Share of mobile banking users among mobile phone owners in US can be observed

New revenue streams and the efficiencies are decisions that banks need to make from time to time, so banks find themselves reviewing their decision making based on assets that are available in the market, automation and investments in new technology is currently influencing the way in which banks are thinking and making their investments.

Mergers and acquisitions influence the performance and decisions of banks in the U.S, banks that are under performing are at the risk of being acquired by other banks and those banks that merge with other banks have an edge to perform at a higher rate than they would perform operating as a single entity.

The ROI also has an influence on how banks make the decisions on what to invest in. The ability for consumers to finance their credit also has an impact on the act of lending of banks U.S, consequently the collateral values also have an effect on the act of lending.

Moreover, the payment method also influences the banks. The quality of assets that banks can invest in influences banks, consequently so does the risk associated with assets and their profitability. [10]

Actions of the central bank influence the actions of banks in the U.S, the central bank and other regulatory bodies have a huge responsibility in monitoring the behavior of banks. In the U.S one the biggest regulatory body is the Securities Exchange Commission (SEC).

In conclusion it is reasonable to mention that banking sphere is one of the key drivers of global economic growth, because it provides the liquidity needed by households, firms, and governments to invest for the future. [1]

Reference list

1. Amadeo K. What Is Banking? How Does It Work? Can You Imagine a World Without Banks? <https://www.thebalance.com/what-is-banking-3305812>
2. History: two centuries of banking / BNP Paribas // <https://group.bnpparibas/en/news/history-banking>
3. The future shape of banking Time for reformation of banking and banks? /PWC // <https://www.pwc.com/gx/en/financial-services/publications/assets/pwc-the-future-shape-of-banking.pdf>
4. Rahtery D. These are the top trends that will define the banking industry in 2017 // <http://www.businessinsider.com/these-are-the-top-trends-that-will-define-the-banking-industry-in-2017-2017-2/#5-artificial-intelligence-takes-transformational-steps-5>
5. Asatryan D. 6 Hottest Trends for Banking Page // <https://bankinnovation.net/2016/11/6-hottest-trends-in-banking-page-2/>
6. Share of mobile banking users among mobile phone owners in the United States from 2009 to 2016 // <https://www.statista.com/statistics/244414/percentage-of-us-mobile-phone-users-who-use-mobile-banking/>
7. Health Savings Accounts / American Bankers Association // <https://www.aba.com/Tools/Function/Trust/HSA/Pages/default.aspx>
8. Outlook Report. FinTech Market Report // <https://www.statista.com/outlook/295/109/fintech/united-states#>
9. Three challenges for the banking sector / Speech by Yves Mersch, Member of the Executive Board of the ECB, at the European Financial Forum dinner, 2015 Cumberland Lodge Financial Services Summit, Cumberland Lodge, 12 November 2015 / European Central Bank // https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2015/html/sp151112_1.en.html
10. 5 factors that influence performance of banks / Simplus Information Services // <https://in.finance.yahoo.com/news/5-factors-influence-performance-banks-091818783.html>

ASSESSMENT OF THE COMPANY'S EFFECTIVENESS: A CASE OF APPLE

Muzi Ndimande

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Apple Inc. is an American multinational corporation, which designs, manufactures and sells personal computers, consumer electronics and software, and provides related services. Apple's most successful products and service include iPhone, iPad, Mac and iTunes. iPhone alone generates more than 50% of all company's sales (Figure 1).

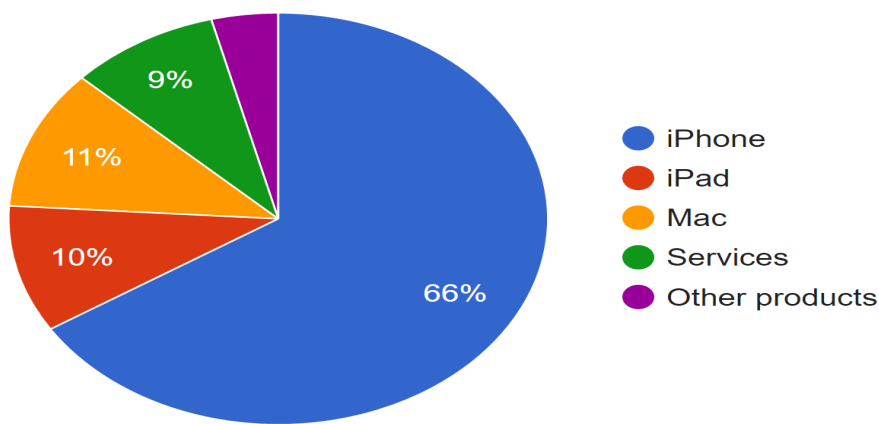


Figure 1. Shares of Apple's products

In order to assess competitive advantages of this corporation VRIO analysis is carried out (Table 1).

Table 1

VRIO analysis of Apple

Resource/ Capability	Does it have Value?	Is it Rare?	Is it Inimitable?	Is the company Organized to exploit this resource/capability	Competitive advantage
Brand image	Yes	Yes	Yes	Yes	Sustainable competitive advantage
Supply Chain Management	Yes	Yes	Yes	Yes	Sustainable competitive advantage
Top Executives	Yes	Yes	Yes	Yes	Sustainable competitive advantage
International Product Distribution	Yes	No	No	Yes	Temporary competitive advantage

Apple as a Brand: Apple is the world's second-largest information technology company by revenue after Samsung Electronics and the world's third-largest mobile phone maker after Samsung and Nokia. Fortune magazine named Apple the most admired company in the world from 2008 to 2012. It is the second-largest publicly traded corporation in the world by market capitalization, with an estimated value of US\$414 billion. It has become an obvious leader in the consumer technology Industry.

Supply Chain Management: It has been argued that Apple has achieved such efficiency in its supply chain that the company operates as a monopsony (one buyer, many sellers), in that it can dictate terms to its suppliers. This relationship is a huge advantage for apple.

Top Executives: Apple rolls out the most innovative products in the consumer technology industry.

To assess the company's weaknesses and strengths as well as opportunities and threats it is appropriate indeed to carry out complex analysis applying SWOT model (Table 2).

Table 2

SWOT analysis of Apple

Strength	Weakness	Opportunities	Threats
Strong brand image	Limited distribution network	Distribution network expansion	Aggressive competition
High profit margins	High selling prices	Rising demand for tablets and smartphones	Imitation
Effective innovation process	Sales limited mainly to high-end market	Creation of new product lines	Rising labor cost in countries where Apple plants are located
Advertising capabilities, which increase brand awareness and create stronger demand for the company's products	Overdependence on iPhone sales	Expanding mobile payments market	
Strong and extensive U.S. distribution channels	Low expenditure on research and development compared to other companies leads to fewer innovations and products introduced to the market		

Apple's annual advertising budget reached US\$1.8 billion in 2015 [4], almost doubling from US\$933 million in 2011. The company's advertising budget is certainly not the largest when compared to its competitors' budgets, but Apple uses it the most effectively (Table 3).

Table 3

Yearly advertising budget spending by Apple (in US\$ billions)

Company	2012	2013	2014	2015
Apple	1	1.1	1.2	1.8

Apple's strength in the U.S. is its extensive distribution channels. Apple is well-known for employing multiple channels to deliver its products to customers. The company uses direct distribution channels such as its online stores, direct sales force, and most notably, retail stores. Few of its rivals have their own physical retail stores and none have such a vast network of them.

Apple also has an extensive indirect distribution network, which includes third-party cellular network carriers (AT&T, Verizon, Sprint, T-Mobile), wholesalers, retailers (Best Buy, Walmart, Target, Staples, Amazon marketplace), and value-added resellers. In the smartphone and tablet markets, only Samsung can match Apple's indirect distribution network size.

Despite plenty of advantages, there are some problems and weaknesses in the company's activity.

So, in 2015, iPhone sales grew by 52% over the previous year and generated US\$155.041 billion in revenue. It is the most important revenue source for Apple, accounting for 66% of the company's total sales. This makes Apple very vulnerable to changes in the smartphone market. Apple's smartphones are targeting wealthier consumers and its biggest sales come from developed regions where the smartphones' markets are already saturated.

During 2015, 26% and 74% of Apple's total sales came from direct and indirect distribution channels respectively. Direct distribution channels include Apple's retail and online stores. Indirect distribution channels that Apple uses are third-party cellular network carriers, wholesalers and retailers. The company's weakness lies in its direct distribution channels. India, which is the 3rd largest smartphone market at the moment, has no official Apple stores.

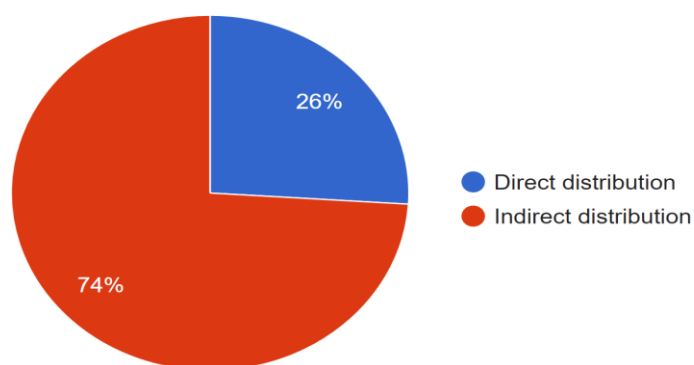


Figure 2. Distribution in India

As for expenditures on research and development, Apple's R&D spending accounted for 3.4% of the company's total revenue, one of the lowest rates among its competitors. R&D spending strongly correlates with a company's revenue growth and expansion into new product markets. Therefore, Apple should invest much more into its R&D activities than its competitors do in order to gain a competitive advantage. So, Analysis of Apple Company allows us to conclude that the Company has experienced a tremendous growth since it introduced an iPhone smartphone in 2007. Apple Inc. brand is the most valuable in the world worth over \$170 billion. Apple is considered to be the most successful electronics company in the world, with the growth it also has problems, advantages and disadvantages in its activity.

Reference list

1. Apple, Inc. (2016). Form 10-K for the Fiscal Year Ended September 26, 2015. Available at: <http://files.shareholder.com/downloads/AAPL/899225436x0xS1193125-15-356351/320193/filing.pdf> Accessed April 24, 2016
2. Elmer-Dewitt P. Apple's 10 biggest problems – update // <http://fortune.com/2010/02/13/apples-10-biggest-problems-update/>
3. Forbes (2016). The World's Most Valuable Brands. Available at: <http://www.forbes.com/powerful-brands/list/> Accessed April 24, 2016
4. <http://www.strategicmanageentinsight.com>

THE APPLICATION OF SCAMPER MODE IN INNOVATION PROCESS

Bonsu Kelvin

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

The core aspect in entrepreneurship is creativity and innovation. It will therefore be very helpful to the youth if we develop interest in learning and finding ways and techniques to develop our creativity to enable us to be more innovative.

Creative thinking and problem-solving are essential parts of the design process to turn ideas into innovation and break the barriers against creativity.

Innovation can mean doing something new and also making something new from things that already exists. The SCAMPER model is a technique that helps to bring new ideas or products using ideas or products that already exists.

In this article I will explain the SCAMPER model to the best of my ability and give an example of a products that can be linked with the SCAMPER technique.

SCAMPER

One of the successful methods used in creative thinking is the SCAMPER technique. While there are different creative thinking and problem-solving techniques such as reversed brainstorming, Hurson's thinking model, the six hats of critical thinking and Lego Serious Play. SCAMPER is considered one of the easiest and most direct methods. The SCAMPER technique is based very simply on the idea that what is new is actually a modification of existing old things around us. SCAMPER was first introduced by Bob Eberle to address targeted questions that help solve problems or ignite creativity during brainstorming meetings.

The name SCAMPER is acronym for seven techniques; (S) substitute, (C) combine, (A) adapt, (M) modify, (P) put to another use, (E) eliminate and (R) reverse. These keywords represent the necessary questions addressed during the creative thinking meeting.

How do SCAMPER technique work?

During the need for critical thinking either alone or inside a group, forcing the mind to think in a specific flow can help emerging innovative ideas that won't be possible to reach using a regular thinking flow. The SCAMPER technique aims to provide seven different thinking approaches to find innovative ideas and solutions.

There are two main concepts to keep in mind before starting the brainstorming using the SCAMPER technique; yet there is no sequential flow to follow while moving from each of the seven thinking techniques.

SCAMPER facilitators can move between different techniques without restricted to a specific flow. Secondly, the principle of force fitting should be adapted during the thinking sessions.

The seven SCAMPER techniques include the following:

Substitute

The substitute technique focuses on the parts in the product, service or solution that can be replaced with another. During this part of the discussion the meeting attendees focus on making decisions to substitute part of the process with another.

Questions asked during this part are:

- What part of the process can be substituted without affecting the whole project?
- What part in the process can be replaced with better alternatives?
- What will happen when we replace part of the project with another?
- Where else could you sell the product?
- Can we substitute the current device with another better one?
- Can we replace the process with simpler one?

The substitute technique tends to provide alternative solutions for decision makers to evaluate different solutions in order to reach the final action.

Combine

The combine technique tends to analyze the possibility of merging two ideas, stages of the process or product in one single more efficient output. In some cases, combining two innovative ideas can lead to a new product or technology which leads to market strength. For example, merging phone technology with digital camera produced a new revolutionary product in the telecommunications industry.

The combine technique discussion can include the following questions:

- Can we merge two steps of the process?
- Can we apply two processes at the same time?
- Can our company combine resources with another partner in the market?
- Can we mix two or more components together?

Adapt

Adapt refers to a brainstorming discussion that aims to adjust or tweak product or service for a better output. This adjustment can range between minor changes to radical changes in the whole project. Adaption is one of the efficient techniques to solve problems through enhancing the existing system.

The adapt technique brainstorming session can include the following questions:

- What would we need to change to reach better results?
- What else could be done in this specific task?
- How can we adjust the existing product?

Modify

The modify technique refers to changing the process in a way that unleashes more innovative capabilities or solves problems. This change is more than just adjustment as it focuses on the overall process.

The questions asked under this rubric include:

- How will modifying the process improve results?
- If the market was different, what would the process look like?
- Can we change the process to work more efficiently?

- What if the product is double the current size?

Put to another use

This technique concerns how to put the current product or process in another purpose or how to use the existing product to solve problems. For example, this technique can be used to learn how to shift an existing product to another market segment or user type.

The questions in this technique can include the following:

- What other parts in the company can use the product?
- What are the benefits for the product if used elsewhere?
- What other ways can we use it?
- Can we recycle the waste for another use?

Eliminate or elaborate

As the name implies, this technique aims to identify the parts of the process that can be eliminated to improve the process product or service.

Questions related to this part includes:

- What would happened if we removed this part?
- How can we achieve the same output without specific part of the project?
- What would we do if we had to work with half the resources?

In some situations, the unnecessary resources or steps in the process provide extra load for the project to achieve innovation and creativity. Eliminating these resources extends the ability to innovate and allocate more resources for creativity within the organizations.

Reverse

Finally, the reverse technique aims to explore the innovative potential when changing the order of the process in the production line. The questions in this part include:

- What would happened if we reverse the process?
- How can we rearrange the current status for better output?
- What if we consider it backwards?
- Can we interchange elements?

Product that can be linked with the SCAMPER technique.

The SCAMPER model cannot be talked about without linking any products or ideas that have traits of this technique in them. I'll like to highlight a product that I have noticed can be associated with the SCAMPER model. This is the case of introduction of Nokia 3310 (2017). Nokia 3310 (2017) is a Nokia-branded mobile phone developed by HMD Global. It was announced on 26 February 2017 at Mobile

World Congress (MWC) 2017 in Barcelona, Spain, as a revival of the original Nokia 3310 that was produced from early-to-mid-2000s. An improved model with 3G support was released on 29 October 2017.

I believe we all saw, used or heard about the famous Nokia 3310 that was used in the early-to-mid- 2000s. It was popularly known for its long-lasting battery life and popular snake game we all loved back then.

Nokia has been very creative in their innovation by giving us back something we liked and had memories with but by adding a little twist to meet the demands of the time we are now. How the Nokia 3310 (2017) can be compared with the 7 techniques of SCAMPER.

- **Substitute**

We can clearly see the substitute technique in the idea of bringing back the Nokia 3310 from Nokia's idea to substitute the old, bulky and boring body of the phone with a more sleek slim light body to meet the style of the time we are now.

- **Combine**

We can clearly see the combine technique in the idea of bringing back the Nokia 3310 from Nokia's idea of keeping the old dark blue colour the old version came with and adding new colours like warm red and yellow to give customer a variety to choose from.

- **Adapt**

We can clearly see the adapt technique when we consider how in the old version of the 3310 both the front and back covers could be taken off and replaced with a new colour but in the newer version, Nokia only made the back cover removable for access to the battery.

- **Modify**

We can clearly see the modify technique from Nokia's decision to enhance the newer version with a camera, better colour display and SD card slot to meet modern demands.

- **Put to another use**

We can clearly see the put to another use technique from Nokia's decision to include functions like calculator, recorder, weather display, radio etc. to help use the phone for other things than just calls.

- **Eliminate or elaborate**

We can clearly see eliminate or elaborate technique from Nokia's decision to eliminate the old pin charger and replace it with the modern USB charger.

- **Reverse**

We can clearly see the reverse technique from the Nokia's idea to enable the USB charging port in also a reverse way for media transfer.

Conclusion

The SCAMPER technique is one of the easiest and direct methods for creative thinking and problem-solving through its number of techniques. This holistic technique of study helps reach the best decision which fuels innovation and creativity.

Reference list

1. SCAMPER Model <http://www.designorate.com/a-guide-to-the-scamper-technique-for-creative-thinking/>
2. WIKIPEDIA [https://en.wikipedia.org/wiki/Nokia_3310_\(2017\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Nokia_3310_(2017))

THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN MEXICO (1980-2007)

Guerrero Linaldi Pamela Alexandra

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

A few decades ago the idea of a world full of inexhaustible resources prevailed; Today, this positive vision has collapsed. H. Daly puts it very clearly when he perceives that the human economy has gone from an era in which, the accumulation of capital (capital made by man), was the factor that limited economic development to another in which, the limiting factor it is what remains of natural capital. According to the economic logic should be to maximize the productivity of this factor every day more scarce and try to increase their availability. Therefore, economic policy should be designed to increase natural capital and its volume [10].

The concept of sustainable development began in the 1980s and is strongly driven by the liberalization policies imposed by international financial organizations as a result of the debt crisis suffered by developing countries in that decade.

The new model of economic development drives the benefits of the market as a facilitator of development, remembering that one of its main assumptions is that competitive markets lead to optimal allocation of resources. In this sense, the model has proved not to be fast enough, and sometimes frankly ineffective, to achieve the objectives of a beneficial economic development for its population and for the evolution of the main economic aggregates.

As such, the concept of sustainable development should not be confronted with economic development, however, the inadequate valuation of the stock of natural capital and the growth based on it, means that for the moment these two concepts: economic development and sustainable development are incompatible, despite the efforts made in this matter, which will be analyzed in this article for the case of Mexico

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN MEXICO

The entire decade of the eighties was declared by the United Nations as the "lost decade". Many undeveloped and excessively indebted economies (Latin American, Asian and African), lost in terms of growth, jobs, income, progress and additionally the stock of natural capital, Mexico was not the exception.

At the end of the eighties, the sustainability of development became a marginal or non-existent demand in the emerging agenda in the movements and social organizations, in the private sector and in the policies and actions of some governments. For the nineties, the sustainability of development went from being an emerging demand, to an obligatory subject both in the political debate and in any government program.

For the other hand, although the concept of sustainability has been coined in the document Our Common Future, better known as the Brundtland Report of 1987, in reality this concept evokes old polemics of economic discipline such as those referred to:

- to economic growth and income distribution.
- to externalities
- to the internalization of social costs
- to national economic development and its regional and sectoral imbalances.
- to the limits of growth and its economic, social and environmental costs [9].

This term, coined in 1987 by the World Commission on the Environment and Development called the Brundtland Commission, on sustainable development, is defined as that which "meets the needs of the present generation without compromising the ability of future generations to satisfy their own needs [5].

From the above, by saying that sustainable development implies the satisfaction of the needs of the present societies, but without putting at risk the future generations, what we are really indicating is that we no longer only have to worry about assigning rationally and efficiently the scarce resources towards alternative uses, but we also have to do it without degrading the biophysical base on which erects the entire economic circuit.

We allude, in this way, to efficiency and equity, and not only among the social agents present, which we know have pressure capacity, and different forms of representation and decision, but also between individuals and future social agents.

In Mexico, it has sought to establish a normative legal regime that coordinates environmental issues and the sustainable use of the stock of natural capital, providing that the degree of capacity of these norms and their applicability make them effective mechanisms for the preservation of the environment and natural resources.

In the same sense, the Magna Carta establishes in its articles various environmental provisions that are the basis of the current legal system. It is important to mention that from article 27, which refers to the conservation of natural resources, great importance has been given to the environment [6].

As had been said, sustainable development is implicit in the text of constitutional article 27 where the concept of conservation of natural resources can be seen, stating that: "The Nation will have at all times the right to impose on private property the modalities that dictate the public interest, as well as regulate, for social benefit, the use of natural elements susceptible to appropriation, in order to make an equitable distribution of public wealth, take care of its conservation, achieve the balanced development of the country and the improvement of the living conditions of the rural and urban population ... ". "Conservation improvement and growth of population centers; to preserve and restore the ecological balance ... " [7].

Faced with the growing demand of civil society for environmental crises in metropolitan areas, in 1983 the Secretariat for Urban Development and Ecology (SEDUE) was created. However, this institutional advance expresses the late response of the State to the seriousness of urban environmental pollution and the ecological degradation accumulated in the country [3].

Later, in 1988, the General Law of Ecological Equilibrium and Environmental Protection (LGEEPA) was published. In Mexico, a new period began, in which the following were added to the existing State priorities: fight against inflation, macroeconomic adjustment recessive, commercial opening and economic privatization, sustainable development [3]. Within this Law, a set of legal tools were gathered that have made possible advances in environmental management, since they not only regulate environmental pollution, but also It incorporates the theme of the sustainable use of natural resources. In addition, there are other regulations that regulate behaviors that affect the protection of the environment such as the Wildlife Law, the Forestry Law, the Fisheries Law, the National Property Law that regulates the Federal Maritime Land, the Water Law Nationals, among others.

On the other hand, the meeting of the United Nations Commission for Environment and Development (UNCED), known as the Rio de Janeiro Summit, incorporates the right to development of June 1992, the right of future generations in principle No. 3 establishing: "The right to development must be exercised in such a way as to respond equitably to the development and environmental needs of present and future generations"; and in principle No. 4 the right to sustainable development is postulated as an end to be achieved by saying: "In order to achieve sustainable development, the protection of the environment must be an integral part of the development process and cannot be considered in isolation " [4].

At the same time, a set of strategic guidelines regarding the implementation of sustainable development were grouped together in a document called Agenda 21, ratified by Mexico.

At the beginning of the 90's, with a slow and very concentrated economic recovery, it seemed that we could be on the way to consolidate sustainable development, however, the events that originated in the country as the armed uprising in Chiapas in the same date in which the NAFTA was put into effect, as well as the institutional crisis of the entire country, took us away from everything in terms of sustainability.

The slow and delayed institutional evolution of the country in environmental matters is demonstrated by the creation of the National Commission for the Knowledge and Use of Biodiversity (CONABIO) until 1992 and that the Secretariat of Urban Development and Ecology (SEDUE) gave way to the Secretariat of Social Development (SEDESOL), so that later, also in December 1994, the Ministry of Environment, Natural Resources and Fisheries (SEMARNAP) will be formed.

The Ministry of Environment, Natural Resources and Fisheries (SEMARNAP) was created with the commitment to formulate and monitor compliance with environmental laws and regulations, as well as to encourage the rational use of renewable natural resources, not only for their preservation but to assure the stock of natural capital of the national economic development and to contribute to improve the standard of life of the population, guaranteeing its present and future sustainability. The SEMARNAP is constituted with the resources of several public dependencies of the extinct Secretariat of Fisheries and its National Fishing Institute, of the Secretariat of Agriculture and Hydraulic Resources, from where the forestry area and the deconcentrated organisms come from, National Water Commission (CNA) and the Mexican Institute of Water Technology (IMTA), the National Institute of Ecology (INE) and the Federal Office of Environmental Protection (PROFEPA), sectorized in the Ministry of Social Development, and the part related to the federal maritime land

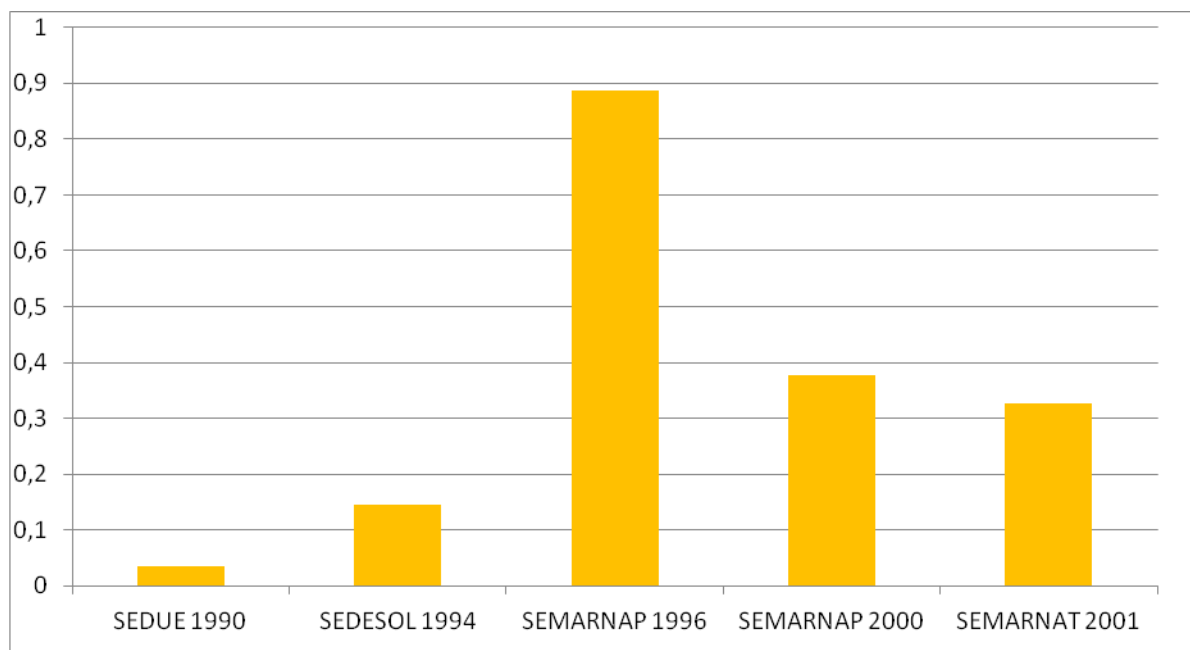
area (ZOFEMAT), previously located in the General Directorate of Real Estate Assets of the Secretariat of the Office of the Comptroller General of the Federation [2].

For decades, development strategies and policies underestimated the economic and social costs of population growth, the unequal territorial distribution of the population, the impact of productive activities and urbanization on the quality of air, water and soils, avoiding implications of the degradation and destruction of natural resources, which will be analyzed through a historical review of the main economic and environmental indicators.

DATA

The Figure 1 shows the proportion that the government devotes to the environment of its federal budget, highlighting particularly the year of 1996, with a participation close to 0.9%, however from the year 2000, the trend places us below half from this record figure, it is worth remembering that the federal budget grew considerably in those years with respect to previous years and it is likely that this is why the proportion is diminished.

Figure 1. Percentage of the budget for the environment with respect to the



federal budget

In Figure 2 we can clearly see how the environmental costs are very similar to those of fixed capital consumption, in other words, the depreciation of capital in this period corresponds almost exactly with the depreciation of natural capital, with the exception that the Firstly, it is covered in its costs by the companies that suffer such depreciation and that the second is a public good, for which the investment that is

made in repairing its deterioration is minimal and is not capable of reversing said de-accumulation of the stock of natural resources.

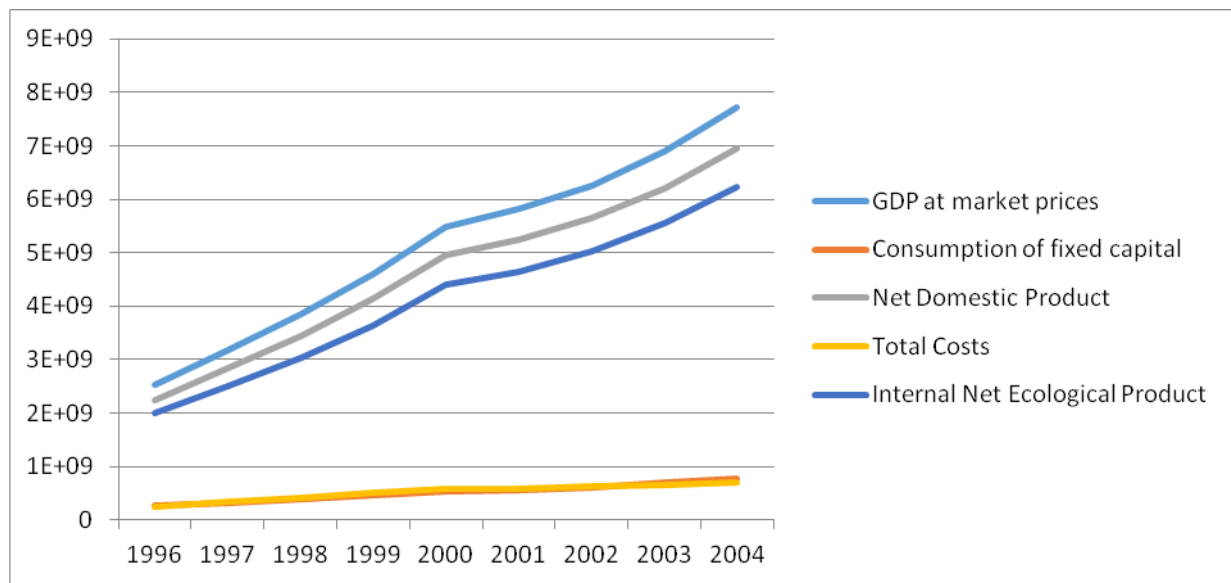


Figure 2. Environmental impact of environmental deterioration in GDP (1996-2004)

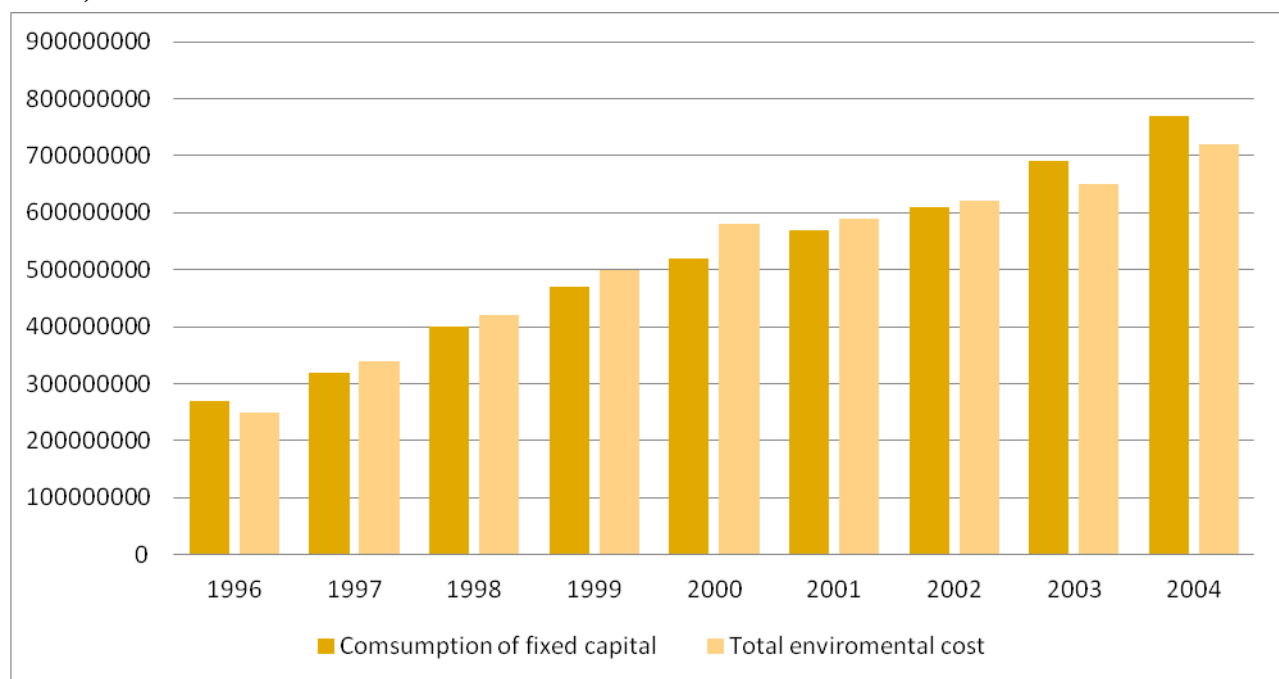


Figure 3. Historical Evolution of the Consumption of Fixed Capital and Enviromental Total Costs in thousand of pesos (1996-2004)

The Figure 4 shows the historical evolution from 1997 to 2004 regarding the costs of environmental degradation and the expenses exerted by the Federal Government in order to contain and compensate for this degradation.

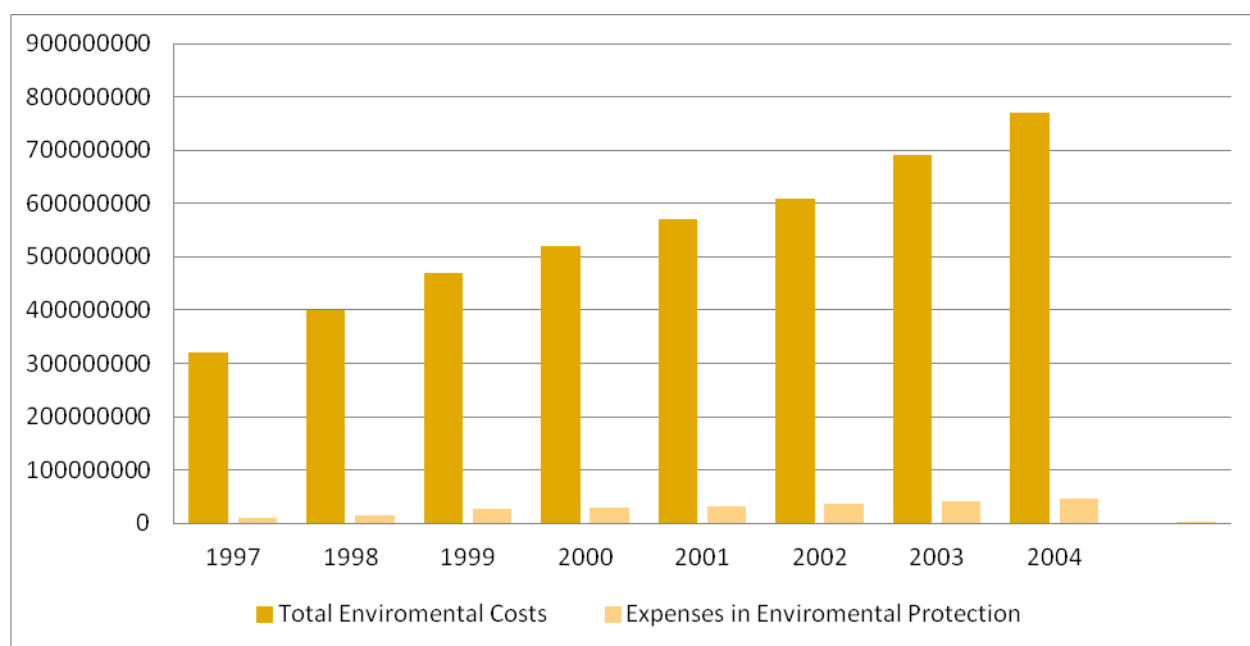


Figure 4. Environmental Costs vs. Expenses in environmental protection (1997-2004)

Undoubtedly, much progress has been made in recent decades, however, when comparing discourses with solid economic data, they do not pass this test, which results in economic growth based on the unsustainability of the use of public goods in the stock of natural capital and an average investment rate of 5.10% in order to compensate for the depletion of resources.

In this way, it seems that sustainable development continues to be a difficult speech to reach in a nation that has 10% of its environmental degradation as a proportion of its GDP and that only invests approximately 5% of the value of its consumption of natural resources.

CONCLUSIONS

The current model of development has not been able to solve the great problems facing the underdeveloped countries today, on the contrary it has exacerbated them, reflecting an increasing impoverishment of society and an excessive enrichment of a few. In addition, this model of "development" has contributed constantly to the deterioration of the stock of natural capital and consequently the deterioration of the quality of life of the population.

In our country the error has been the excessive use of natural resources under the criterion of immediate profitability, causing the destruction of potential resources whose value is not reflected in the market.

This problem becomes more acute, given that the deterioration of the environment resulting from the action of man, is at the same time the conditioning element of social development, so that an economic development like the one that has occurred in our country, affects the base of social development. Therefore, despite the

national economic growth has not taken into account the preservation of the environment, on the contrary, it has been degraded more and more, probably due to the short-term view of the satisfaction of economic needs.

Reference list

1. Department of Economic and Social Affairs, World Economic and Social Survey 2013. Sustainable development challenges // <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/2843WESS2013.pdf> INEGI System of Economic and Ecological Accounts of Mexico, 1999-2004 // <http://www.inegi.org.mx>
2. Belausteguigoitia Rius Juan Carlos. Avances en la institucionalización del desarrollo sustentable en México. Reflexiones y avances hacia un desarrollo sustentable en México.
3. Muñoz Villarreal, Carlos y González Martínez, Ana Citlalic (2000). Economía, sociedad y medio ambiente. Reflexiones y avances hacia un desarrollo sustentable en México
4. García Colin Leopoldo y Bauer Ephrussi Mariano. Energía, Ambiente y Desarrollo Sustentable (el caso de México). UNAM Programa Universitario de Energía El Colegio Nacional de México, México 1996. Pág. 92
5. Jardon U. Juan J. (1995). Energía y Medio Ambiente una perspectiva económica y social. Edit. UNAM, México. Pág. 100
6. Informe Anual 2003. Acceso a la Justicia Ambiental en el D.F
7. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Capítulo I de las Garantías Individuales Artículo 27
8. Instituto Nacional de Ecología, Evolución y evaluación del desarrollo institucional en materia de prevención de riesgos de accidentes químicos, obtenido de www.ine.gob.mx
9. Encinas Alejandro (2002). La sustentabilidad del desarrollo y la integración de las políticas. Economía, sociedad y medio ambiente. Reflexiones y avances hacia un desarrollo sustentable en México.
10. Verdejo, María Eugenia (2000). Desarrollo sustentable y sostenido: un reto para la economía. Reflexiones y avances hacia un desarrollo sustentable en México.

ECONOMIC ASPECTS OF BUSINESS ACTIVITY IN RUSSIA

Okelue Nnamdi Stanley

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

This paper addresses Russian economic development and economic policy in 2015–2016. The analysis focuses on external and domestic challenges as well as the anti-crisis policy of the Russian government. Special attention is paid to key elements of the new model of economic growth in Russia. The paper discusses economic

policy priorities for sustainable growth that include budget efficiency, structural reforms and import substitution, the encouragement of entrepreneurship, the efficiency of public administration, and the modernization of the welfare state.

The Russian economy is undergoing a profound transformation in the coming years; our country will radically upgrade its economic system to meet the changes and challenges in the global social and economic order happening right before our eyes. The global crisis, which has continued since **2008**, is shaping a new agenda for all leading states, developed and developing alike. Certain objectives, which are addressed as part of that agenda, are specific to each country. However, the common element is the acuteness of the issues at hand, which require re-thinking our entire experience and finding solutions that are often unprecedented.

Russia is no exception. They need to implement a development model that will help their country attain a prominent position in the modern world. This is not a travel problem, though it is not new to Russia, which has successfully found answers to global challenges in the past. There is no reason for the situation to turn out differently this time.

THE CURRENT SITUATION

The phrase “economic crisis” has taken on an important meaning for the world's leading countries. For a number of years, we have experienced increased turbulence that has affected all areas of social and economic life: production trends, foreign trade, general well-being, employment, and financial and foreign exchange markets. Modern economic and technological development is a difficult thing to predict in itself. However, since 2008, we have been witnessing a qualitatively different level of volatility, which has seriously hampered the ability to predict even the near future.

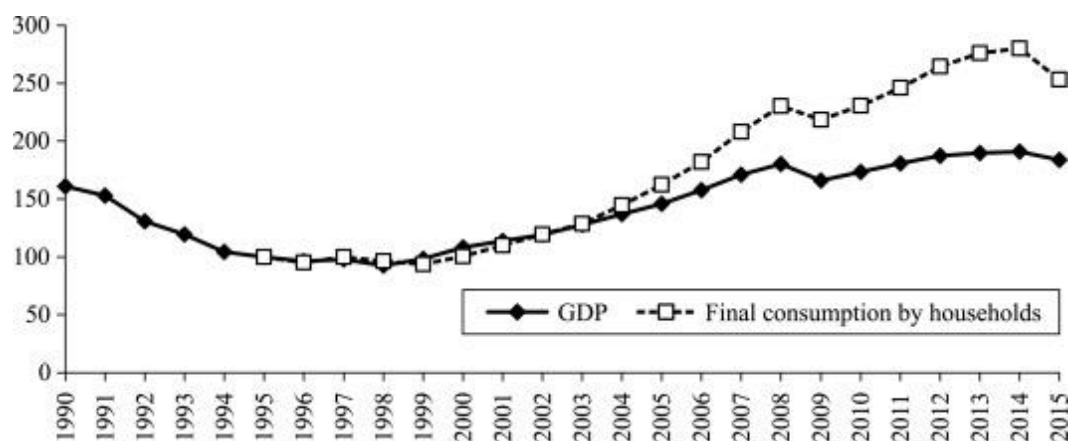


Figure 1. Russian GDP and household consumption, 1990-2015, bln \$

Source: Rosstat.

Economic volatility is directly linked to political volatility. The global situation is taking a sharp turn that is leading to the aggravation of political conflicts in certain

developed and developing countries. Against this backdrop, the forces (parties) arguing for the abandonment of the framework of the traditional agenda are gaining strength. The political and economic landscape is changing dramatically.

All these factors are also having an effect on Russia. They largely define the nature of our actions in the economic, political, and social spheres. In truth, we are facing several interwoven external and internal crises.

Economic crisis: Interim results

The combination of domestic and external problems that Russia faced in 2014 would have been disastrous for the country had they occurred in the 1990s, for example. This test by the crisis has demonstrated that *the economic, political, and social institutions created over the past 15 years are sufficiently flexible, adaptive, and react adequately to various shocks*. Timely anti-crisis measures also played a useful role.

While long-term sustainable growth objectives were mostly clear and required systematic work, the worsening situation during the second half of 2014 called for immediate reaction, immediate but careful. At the end of 2014, we heard predictions of disaster as a famous politician declared that the Russian economy would be “torn to shreds.” They predicted an uncontrollable budget crisis, a plunge down an inflation spiral, a long fall by the ruble, a deep and protracted decline in production, and a surge of unemployment. All in all, a disastrous scenario, which would have materialized had we made the mistake of reacting nervously to the hardships we faced in a populist manner (fixing the foreign exchange rate, increasing government spending, introducing price regulation, etc.).

Instead of implementing outwardly popular but irresponsible proposals, we engaged in the systematic work of both countering the shocks and preparing conditions for a complete upgrading of our economic system. This is why we persevered despite the adversities and external pressures that were clearly aimed at destabilizing Russia.

The results were better than most forecasts predicted, and not only because the external environment improved. In fact, the global situation is even more complex now, and oil prices have fallen considerably below projected levels. We persevered because we succeeded in building an effective system of anti-crisis measures, which allowed us to prevent uncontrollable developments.

The banking system is going through a difficult purification process by closing inefficient banks. In 2016, the Bank of Russia terminated the operations of 68 credit organizations (as of September), following 93 closings in 2015. A total of 279 banking licenses have been revoked, accounting for approximately 3% of the total

assets of our banking system. However, although a great number of banks were closed, the Russian economy has not fallen victim to a banking panic. Our banking system is quite stable.

The outflow of capital has also diminished considerably and now primarily reflects debt payments to foreign creditors. In 2015, it dropped by more than 60 percent to USD 58.1 billion (USD 153 billion in 2014). During the first 8 months of 2016, the outflow has been USD 9.9 billion, compared with USD 50.8 billion during the same period in 2015. In 2016, the outflow originated almost entirely in the non-banking sector, i.e., from companies repaying their foreign debts. In other words, the outflow is no longer due to capital flight or withdrawal for political or criminal reasons, but rather the movement of funds related to meeting the commercial objectives of businesses. Under these conditions, Russia's total foreign debt has been, quite naturally, decreasing. Since its high point (USD 733 billion) in the middle of 2014, it has fallen by 30% (over USD 200 billion) to USD 516 billion (Fig. 2). Foreign debt in the banking sector has decreased by over 40% from USD 214 billion in early 2014 to USD 128 billion in mid-2016.

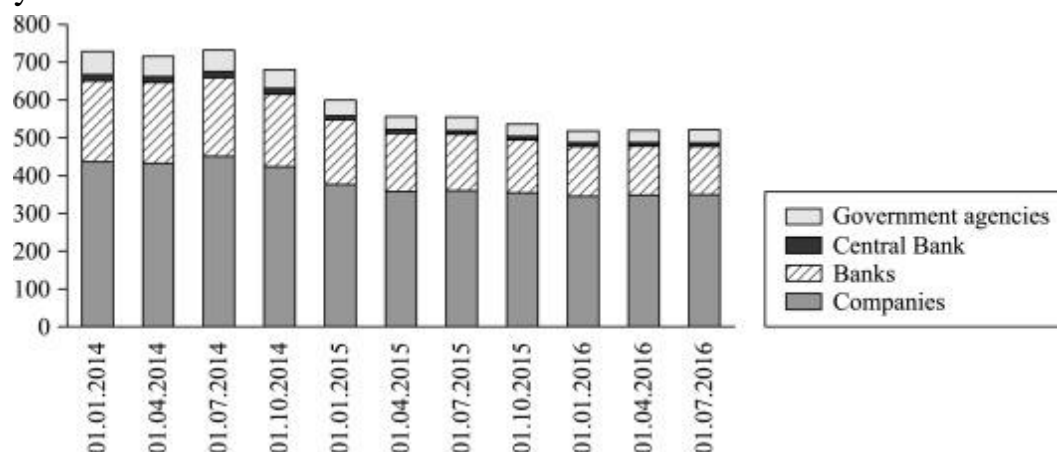


Figure 2. Russia's foreign debt (USD billion).

Source: Bank of Russia.

Conclusion

The well-being of Russian citizens and the country's prosperity directly correlate with Russia's competitive performance in all key areas, from the economy and industry to education and culture. Only our own efforts can protect the interests of Russia in the world and its role and place as a modern, developed state.

In the years to come, Russia will face competition and rivalry between countries for markets, investments, and human capital; persisting trade and financial embargoes; and the instability of prices for its traditionally exported goods. It would make no sense to wait for a favorable commodity situation to return. This strategy

would condemn our country to being left behind, lower the standard of living, and block prospects for occupying advanced positions in the world economy and social arena. There are also no prospects for the expectation that economic development problems can be solved primarily via state funds. The government's priority is security, investments in human capital, assistance to the most vulnerable groups within the population, and infrastructure. Russia's budget structure should reflect these priorities.

Under these conditions, it is important not only to restore economic growth but to ensure its long-term sustainable rate. The new model of economic growth is first about growing private investments by creating a favorable business climate and encouraging business initiative. We need to ensure the attractiveness of the Russian jurisdiction for businesses. If the business community trusts the government, it will work not only for itself but for the entire economy as well.

The complexity of tasks to be solved and the scale of challenges to be met, especially with limited resources, require very precise actions from the government. We have no opportunity to experiment or make mistakes. All decisions must be made as efficiently as possible. Only in this case can we see in the not-too-distant future both the outline of the new economic structure and quite noticeable results that people will feel first of all. These results will enable Russia to occupy a leading position in the global economy.

Reference list

1. Eichengreen, 2016B. EichengreenHall of mirrors: The Great Depression, the Great Recession and the uses — and misuses — of historyGaidar Institute Publ, Moscow (2016)(In Russian)Medvedev, 2013
2. D.A. MedvedevThe time for simple decisions has passedVedomosti (2013, September 27)(In Russian)Medvedev, 2015D. MedvedevNew reality: Russia and global challengesVoprosy Ekonomiki, 10 (2015), pp. 5-29(In Russian)Piketty, 2015
3. T. PikettyCapital in the twenty-first century Ad Marginem Press, Moscow (2015)(In Russian)Reinhart and Rogoff, 2012
4. C.M. Reinhart, K.S. RogoffThis time is different: Eight centuries of financial follyAlpina Publisher, Moscow (2012)(In Russian)The Economist, 2016
5. The Economist (2016). The Big Mac index: After the dips. *The Economist*, January 9.Wolf, 2016
6. M. Wolf Negative rates are not the fault of central banksFinancial Times, April (2016), p. 12World Bank, 2016
7. World Bank Doing business 2017: Equal opportunity for allWorld Bank Group, Washington, DC (2016)

THE THEORETICAL AND EMPIRICAL RELATIONS BETWEEN MINIMUM WAGE AND EMPLOYMENT

Abdelmounim El Honsri

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

Nowadays, the request for knowledge and information about the labor market is in a high demand and increasing, many questions are asked on this topic and many researches are done, some of them are about the minimum wage, unemployment and employment protection legislation (EPL). Thus, numerous countries during the job crises of 2008-2015 has been done many reforms and new regulations in order to stabilize or reduce the unemployment by increasing their minimum wage and improving their protection legislation.

The purpose of this research is to analyze the theoretical and empirical relations between two different labor market institutions, minimum wage and employment protection legislation, and one socioeconomic outcome that is unemployment. For that we will compare information on four different countries: Spain, France, UK and China. First of all, we will propose our two hypotheses which they are based on a scientific research or theory, then we will focus on the minimum wage and soon afterwards we will do the same with employment protection legislation.

My research hypotheses are based on scientific theory. Starting to build my first hypothesis, I discovered that both microeconomic and macroeconomic theories show very clearly that there is a close relationship between the minimum wage and the unemployment rate and this relationship is represented by an increasing on the minimum wage leads to an increase on the unemployment rate. furthermore, during my researches, I found that a study/ research was done on the United states (state by state) during 2002 to 2012 by the bureau of labor statistics also reveals and confirmed that there is a clear effect from the minimum wage on the unemployment. An increase on the minimum wage leads to an increase in unemployment, but this study was just a support to my hypothesis.

According to the microeconomic theory (explained in the graph below) an increase on the minimum wage will lead to a big desire within the workers to join the workforce, which means an increase on the quantity supplied of labor, and thereby a decrease on the quantity demanded of labor. As a result, I got my first hypothesis Aligned with the previous theories and I assume that in China, an increase on the

minimum wage would affect and influence on the unemployment rate by leading it to an increase.

For my second hypothesis, it was quite complicated to build any possible hypotheses because of the big dispute and some contentions between the economists. Even though I realized from a very interesting article by O. Blanchard and P. Portugal (2000). In the article, the two economists compared two countries which have two different EPL. Portugal the country with a high strict EPL in the world and in the other hand the USA, the country with a flexible EPL in the world. At the end of this comparison the both countries had similar unemployment rates which made the economists concluded that EPL has no influences or effects on the unemployment rates, but instead, they found that EPL has direct relations with two other variables: Unemployment duration and job flows. And as a result, I presume that in China would not be any affects from the EPL on the unemployment rate, instead I imagine that The EPL would influence on other variables like Unemployment duration and job flows.

Table 1

Minimum wage and unemployment rate

MINIMUM WAGE, EUROS PER MONTH											
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Spain	631,05	665,7	700	728	738,8	748,3	748,3	752,8	752,8	756,7	756,7
UK	960	963	1053	1096	1105	1130	1160	1180	1205	1241	1382
France	1,254	1,280	1,321	1,338	1,345	1,379	1,426	1,430	1,445	1,458	1,467
China	=90	=100	=112	=130	=152	=175	=190	=215	=235	=255	=280
UNEMPLOYMENT RATE, %											
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Spain	8,26	8,57	13,79	18,66	20,11	22,56	25,77	25,73	23,70	20,9	18,91
UK	5.4	5.3	5.7	7.6	7.9	8.1	8	7.6	6.2	5.4	4.9
France	8.8	8.0	7.4	9.1	9.3	9.2	9.8	10.3	10.3	10.4	10
China	4.1	4	4.2	4.3	4.1	4.1	4.1	4.05	4.9	4.05	4.05

Consequently, according to the tables and considering all different countries situations there is not clear relationship between minimum wage and unemployment. Therefore, our first hypothesis is not verified as we have obtained ambiguous results, hence we are going to look a potential explanation.

Looking deeper and investigating more in this association, we found that raising the minimum wage has some positive consequences; it can be an incentive for

workers to be retained and thus increases their productivity, however it also has negative social cost which we will explain now.

We actually found that a too high minimum wage increases the unemployment rate for the young and the low skilled workers. Indeed, youth unemployment rate for Spain is currently 42.9% (El Confidential 2017) and in France 24% (INSEE, 2017). This is mainly due to a market duality caused by the continuous raise in the minimum wage. First, increasing the minimum wage create unemployment due to the fact that productivity of low skilled workers is inferior productivity to their minimum wage. Therefore, an employer will not hire a worker if he does not make profitability from it. Thus, young and low skilled workers are leave out of the market whereas employees who are more qualified get benefit from it, indeed their see their salary raising.

As a consequence, as we said before, we can't state that minimum wage affect directly unemployment rate in Spain, France, UK, and China countries, but it can affect certain types of employers.

Although the first hypothesis is also not verified for UK, there is not such as strong relation between the minimum wage and the young and low skilled workers, as in France and Spain. That may be due to the fact that in UK it does not exist such duality that we have previously mentioned.

Nowadays, in terms of crisis, we can see the impact of minimum wage on unemployment due to the lack of internal flexibility in most of the countries that we have select for example France and Spain. Instead of lowering wages in order to adjust to exogenous shocks such as the UK did, they used the external flexibility to adjust. Therefore, they fired the lower productive workers which are in general the young and the low skilled workers. This is due to the fact that they actually cannot make use of internal flexibility because workers who earned the minimum wage cannot earn less, therefore firms have to fire them.

Overall, our first hypothesis is not verified for the unemployment in general, nevertheless, the increase of the minimum wage does have an impact in the unemployment for the young and low skilled workers.

Basically, in Europe, unemployment rate would raise in a minimum wage situation as we can see it on this graph, even if the trend of its evolution would seem to stay quite stable with or without on the short-term.

So, one could argue that introducing a minimum wage would have a sort of short term structural effect on unemployment but wouldn't change deeply it's statistical trend on a long-term scale, neither how it's evolving and how it reacts and depends on the economy's health.

Now we will talk about employment protection legislation and its relation with unemployment in our six countries.

In this case our second hypothesis is verified for all the countries, an strict EPL influnces on the variable of the duration of unemployment.

As far as Spain, France, and China is concerned, they have a strict labor employment protection in order to protect their employees against dismissal. This fact has created a slow down on job losses during the current crisis. It should be said that it has been a stabilizer however, it also prevents job creation.

A strict employment protection regulation on permanent contracts made these countries to face a labor market duality. Therefore, firms nowadays favor the use of temporary contracts which lead to an increase in unemployment risk for workers. Indeed, as companies do not want to hire on permanent contracts due to the high cost of labor more and more on temporary contract are created in these countries. Consequently, there is a lack of job rotation, therefore people who are unemployed take more time to find a new job. Hence, the more the strictness in EPL, the more the length of time in unemployment, as we can see in the following graph.

As an example, 87% (INSEE 2015) of new job create in France in 2015 was on a temporary contract. Moreover, 40% (INSEE 2015) of the unemployment people are without job because of a termination in a fixed term contract. This illustrate the consequence of the high cost of labor in these countries. As a consequence, our second hypothesis is verified, the high cost of labor increases the duration of unemployment, as we can see on the graph below, the correlation is evident

In addition, most of the people who are under a temporary contract are the low skilled and young worker. Thus, victims of the strict EPL consequence are mostly the same as the minimum wage.

For United Kingdom, as we have previously said, we have reached the same conclusions. However, this country unlike the other five, displays a weak labour market regulation. As OECD indicator shows, U.K. has one of the less strict employment protection regulation, that means labour market is flexible and is easy to hire workers as well as fire them. This lack of restrictions on hiring and firing result in a very dynamic and diverse labour market and the workers change its job quite often. Therefore, we have more job rotation than countries like Spain, China and France so that the duration of unemployment is lower and the second hypothesis verified. As EPL is less strict the duration of unemployment is also lower. We can see the correlation in the graph of above.

Table 2

Research hypotheses verification

	SPAIN	FRANCE	UK	CHINA
Hypothesis 1	Not verified	Not verified	Not verified	Not verified
Hypothesis 2	Verified	Verified	Verified	Verified

CONCLUSIONS

To conclude, we can see that the first hypothesis is not verified for none of the countries. In addition, Germany has the opposite relationship. As Spain, France, China, UK and Sweden are concerned a potential explanation to this could be that an increase in minimum wage doesn't affect unemployment in general because the permanent contracts, which are the majority of the contracts, are not affected, however we saw that young and low skilled worker's unemployment rate is impacted.

Regarding the second hypothesis we can say that it is verified for all the countries of this study. This could be due to the fact that a strict EPL makes the cost of labor higher so that firms don't want to fire and hire. Consequently, rotation of labor market become very low therefore unemployed people have more difficulties and take more time to find a job.

Germany was a specific country to compare because it has 90 % of its companies that are small and medium companies, representing 2 /3 of jobs. This labor environment is, since Hartz reforms applied in 2005 to fight against voluntary unemployment, much more flexible and reactive. We can understand that a high and strict EPL should be implemented when the economy and the labor market institutions are "ready" for it as with more power in decision-making for workers like in Germany but more generally with a quite stable economy.

Therefore, as far as our third hypothesis is concerned, we can see that it is not verified in all of our countries except for Germany. The potential explanation that we have found is that a strict EPL doesn't create more unemployment as it protects workers against dismissal, therefore firms won't have incentives to fire their workers. However, as we have said before, it prevents to create durable employment.

Reference list

1. Blanchard O. and P. Portugal (2000) What hides behind an unemployment rate: Comparing Portuguese and U.S. labor markets // The American Economic Review, Vol. 91, No. 1. (Mar. 2001), pp. 187–207.
2. http://www.revistasice.info/cache/pdf/ICE_837_157-177_50ED917D09DD30F8A399527512F91F81.pdf
3. http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/46/Recen05.pdf

4. http://www.abc.es/economia/abci-contratos-temporales-espana-suponen-92-por-ciento-media-desde-1985-201701082124_noticia.html
5. <http://juanramonrallo.com/2016/03/cuantos-empleos-temporales-hay-en-espana/>
6. http://www.abc.es/economia/abci-contratos-temporales-espana-suponen-92-por-ciento-media-desde-1985-201701082124_noticia.html
7. https://www.oecd.org/fr/espagne/Spain_final_Spanish.pdf
8. http://www.elespanol.com/economia/20160302/106489707_0.html
9. <http://economics.mit.edu/files/778>
10. <http://politikon.es/2016/01/15/posibles-causas-de-la-elevada-temporalidad-en-el-mercado-laboral-espanol/>
11. <http://economics.mit.edu/files/778>
12. <http://www.oecd.org/els/emp/oecdindicatorsofemploymentprotection.htm>
13. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1564-913X.2014.00195.x/pdf><https://www.oecd.org/employment/emp/34846856.pdf><https://www.statista.com/statistics/280305/youth-unemployment-rate-18-24-in-the-united-kingdom-uk-year-on-year/http://econ.economicshelp.org/2008/04/why-has-higher-minimum-wage-increased.html>
14. <http://www.tradingeconomics.com/china/unemployment-rate>
15. http://www.indexmundi.com/china/unemployment_rate.html
16. <http://www.tradingeconomics.com/china/minimum-wages>
17. <http://www.clb.org.hk/https://www.statista.com>
18. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121578>

CULTURE AND PSYCHOLOGY OF DOING BUSINESS IN GHANA AND RUSSIA

Asmah Francisca

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

INTRODUCTION

The relationship between culture and psychology has been seriously investigated for over half a century. Interest in the relationship between culture and psychology began as a part of the general interest in psychiatric epidemiology in the 1930's. These studies were broadly sociological or social.

Interest in "culture" as a variable in the distribution of psychological distress grew as research extended beyond the confines of the United States. This work are the studies by Alexander Leighton and his colleagues. Leighton, trained both in psychiatry and in anthropology and working with a large group of students and associates. The influence of cultural factors on psychological distress was conceptualized in a very specific way in these studies, working primarily from the

Canadian study, formulated a "social disorganization" hypothesis. He argued that communities could be ordered along a continuum from the most integrated to the most disorganized or disintegrated. Indicators of the degree of disintegration included such things as poverty and family stability, but above all else a disorganized community was characterized by a "confusion of its cultural values". Social change or modernization.

The intensification of international contacts in the modern world has resulted in interpenetration and adaptation of different cultures, unification of business communication patterns and negotiation styles. Negotiators from different cultures share standard norms of business performance, similar professional experience and knowledge, even their cultural identity may be slightly different from that of the average member of the national society. However, their behavior is strongly influenced by the culture they represent, their religion, the political and state system of the country. The distinctions may vary from subtle to formidable, but they should always be carefully taken into consideration. Different values, interests, goals, ethical principles and cultural assumptions can become evident at any stage of the negotiation and lead to misunderstanding and even failure.

Because of some cultural differences, negotiating with Russians can be a very challenging task. Therefore, a lot of attention has been paid to study the Russian negotiating style and sometimes the findings demonstrate contradictory descriptions of the communication style. Russians are described as searching for compromise, as well as regarding willingness to compromise as a sign of weakness. Communicating with Russians can be anything from very direct to rather indirect. They are even thought to "appear schizophrenic because of the Eastern and Western elements in their makeup". In order to help for better understanding of the Russian negotiating style, the article seeks to identify communication barriers that can occur while negotiating with a Russian team. The theoretical framework will focus on cultural dimensions that mostly influence the Russian style at different stages of the negotiation process.

Key concepts and value doing business in Russia

- Collectivism; the principle of giving of giving a group priority over each individual in it.
- Egalitarianism; which simply means all humans are equal in fundamental worth or social status.
- Dusha (soul) simply symbolizes togetherness as a nation

Working practices in Russia - stereotype

- The Russians attitude to time means that a few minutes delay on their part is of little importance. However, they will expect you to be punctual.
- Faxes and emails are the best way to communicate in Russia, as the post can often be unreliable. It is customary before making a trip to Russia to inform the prospective company of your intended business proposals and objectives.
- Paperwork and putting pen to paper is an essential part of all working practices in Russia. In general, they have little faith in unsigned documents.

Key concepts of doing business in Ghana

Family – Kinship, loyalty and family pride are central to Ghanaian society. Family defines social status and can determine values and behaviors. The individual is subordinate to the family or collective. Loss of face is a key concept within a Ghanaian family. It is important to always maintain good reputation, dignity and honor since the whole family will share any loss of honor by a member of the family.

Ethnic Diversity – Ghana is extremely diverse with more than 100 different ethnicities. The largest group is the Akan tribe who account for 45% of the Ghanaian population. Other groups include the Mole-Dagbani, Ewe, Ga-Dangme, Guan, Gurma, Grusi and the Mande-Busanga tribe. Tribes and ethnic groups tend to be differentiated through their unique crafts, clothing, symbols, music and art. Because of the country's ethnic diversity there are around 250 languages and dialects spoken in Ghana.

Religion – A result of the influence of the British colonisation, Christianity is the most important religion in Ghana and is practised by around 70% of the population. The second most popular religion is Islam practised by more than 15% of the population. Many customs in Ghanaian society are influenced by both traditional tribal beliefs and Christian or Muslim traditions.

Working in Ghana: working practices in Ghana

- Punctuality in Ghanaian business culture is not seen as a main priority. The concept of time in Ghana is looked at in a relaxed and flexible way.
- Although Ghanaians have a flexible approach to time, it is necessary to make appointments before doing business in Ghana. These should be scheduled in advance and preferably between September and April.
- Typical working hours are generally from 8.00 to 17.00 from Monday to Friday with an hour taken over lunch.

Conclusion

- There are some factors that should be taken into consideration while doing business with Russians. The cultural and the values become evident in three specifics of Russian communicative behavior: domination of power, win-loose approach, and personal relations. The major barriers were related to the stage of face-to-face interaction and probably the language barrier.
- Ghana has been overtaken by these nations implies that peace and stability can only get one so far, and progress in promoting a friendly business environment will require deliberate action and not the mere passivity. Presently, it can be said that Ghana is only ready for business. For the challengers even though Ghana have experienced extensive economic unrest, Ghana countries are currently in the top ten easiest countries in Sub-Saharan Africa.

Reference list

1. Business Culture in Ghana: An Exploratory Study BILL BUENAR PUPLAMPU, PHD. C.PSYCHOLOGY Central Business School Central University College GHANA
http://globalmj.eu/wp-content/uploads/2013/12/4_buenar.pdf
2. INTERCULTURAL ASPECT OF RUSSIAN BUSINESS NEGOTIATION PRACTICES GALINA BALYKINA
http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2014/Balykina_Galina.pdf
3. Ferraro, G. P. (2002): The Cultural Dimension of International Business. Upper Saddle River: Pearson Education
4. Ghana Cross-cultural and Language Training – Communicaid: Business Language courses Worldwide <https://www.communicaid.com/country/ghana/>
5. Latova, N. & Latov, Yu. (2008): «Ethnomethodological approaches to economy and cultural values», – «Voprosy ekonomiki», 5, pp. 43-72
6. Kirsanov A. (2013): Wild Image. Kommersant.ru №103 (5134), 18 June 2013.
<http://www.kommersant.ru/doc/2210199>

INTERNATIONAL SECTOR DYNAMICS AND WEALTH DISTRIBUTION: A CASE OF EMERGING ECONOMIES

Reyes Calderon Julio Osvaldo

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

It is important to explain the relationship between the dynamics of the international sector and how it affects: in the domestic market and mainly in the distribution of wealth, in an environment of globalization and after the fall of the Bretton Woods agreements, by Part of the United States that has made it possible to

make the change from the gold pattern to the dollar pattern. And it is at this moment that a new era of world economy begins because instead of devaluing the dollar with respect to gold, that the exchange rate was 35 dollars for an ounce of gold, and moving it as it does in a regime of free floating, Devalues all currencies especially those with lower gold reserves because the currency that should have been devalued would now be the reference because the United States would not have had enough gold to have all the issued dollars back. However, we have the dollar, as the currency pattern of demand, his demand is very high, because only the federal reserve supply but every countries of the world demand, this has led the United States to issue more money than it has supported for the world demand and that makes his currency of very high price against the currencies of other countries.

We plan to use the historical series of exchange rate and inflation levels in the particular case of emerging economies to see how they have changed and that this event created a disturbance in the market because it devalued currencies globally and adjusted the demand of the dollar not in a value, is based in the fiduciary character of the demand like pattern of change

And for example in Mexico this exchange rate have a clear trend to increase a devaluating of the Mexican peso, but that mechanism create a inflation because all products related with international markets are affected, to the imported products makes more expensive to national buyers, and the exported products makes cheaper to foreign buyers, but making the products and services more expensive because the money decrease their value, and because many companies, especially the high technology sectors or high profit margin, are dominated by foreign companies or use imported equipment or inputs, and they must cover benefits in the money expensive with the money cheap As prices rise, the public modifies their behavior to adapt and this can lead to greater inflationary pressures. For example, a producer seeing higher prices for his inputs opts to make purchases more and more, this higher demand drives up the prices of its inputs, and in the case of the exchange rate at the time the rate rises of change agents become nervous and begin to demand more dollars trying to avoid a higher price to the future creating with this an inflationary spiral. In cases where there are significant amounts of debt as a mortgage loan, these people will have to allocate an increasing proportion of their salary in the attention of their credits and this in turn will cause them to spend less on certain products or services, decreasing the demand.

This issue of market appropriation and degradation from the non-reinvestment of the gains of the economic cycle from the perspective of “The theory of dependence” [1] of ECLAC (Economic commission for Latin America and

Caribbean) arose with the purpose of explaining the causes of underdevelopment in Latin America, taking up formulations of the theory of imperialism and sharing not only with ECLAC, with emerging economies too, the conception of the world system and the evolution of capitalism.

The fundamental difference is that this theory regards development and underdevelopment as two opposing realities and questions the notion of autonomous development of ECLAC and the considerations of opening up the economy and the theories of the Keynesian labor market and the Neoclassical point of view, to explain the phenomenon of labor supply and wages in the labor market of emerging economies, particularly in Mexico, Russia, Brazil and India

Finally, in the labor market, collect wage employment data and population data to analyze by Gini, Palma or Theil index, and do the conclusions for these emerging economies and their about the relationship between the dynamics of the international sector and wealth distribution.

According to Credit Suisse [2], more than 51% of the world's wealth it's in hands of 1% of the world's population in the other hand, I remember an announcement about the bonds for retirement which have lost their value in a 1/3 proportion in relation with those bonds from 10 or 20 years ago, and by other means, I see the evolution of currency in several emerging economies realizing that the evolution is almost ever losing value in comparison with the currency leader in the region like US dollar in America, euro and pound in Europe, yen and yuan in Asia, and knowing the concepts of economy, connecting with currency, like exchange rate parity, inflation, sterilization, arbitrage in 3 bands, financial leverage, how the banks work and how the reproduction of fictional money and the perturbations is created in markets due to that. Makes me think that all of that is related with poorness and economic inequality, because the wealth in the world is only one; in order to be rich, there must be many poor.

Convertibility of currencies is very important for international trade and for economic efficiency. Without it, commerce is limited to a simple exchange of goods. And if one does not have a reference of the value of the coins between one and another is very distant this would generate a great loss of the value when trying to change it. The capital market imperfections together with unequal access to investment opportunities across individuals can generate endogenous and permanent fluctuations in aggregate GDP, investment, and interest rates. Reducing inequality of access may be a necessary condition for macroeconomic stabilization.

The most important single fact about saving and investment activities is that in our industrial society they are generally done by different people and for different reasons

For years there might tend to be too little investment, leading to deflation, losses, excess capacity and unemployment. For other years, there might tend to be too much investment, leading to periods of chronic inflation [3]. By other way we have “The Lucas paradox” presented in the paper “Why doesn’t capital flow from rich to poor countries” where Lucas consider two countries producing the same good with the same constant return to scale production function. Relating output to homogeneous capital and labor inputs, if production per worker differs between these two countries, it must be because they have different levels of capital per worker: I just have ruled everything else out! Then the law of diminishing returns implies that the marginal product of capital is higher in the less productive economy. If so, then if trade in capital good is free and competitive, new investment will occur only in the poorer economy, and this will continue to be true until capital-labor ratios, and hence wages and capital returns are equalized [4] we are agree but also we are interested in a different international dynamics specifically these that affects the exchange rates.

The dynamics in the international sector have occurred since it occurred to someone that he could trade not only with the immediate environment, but could trade with regions beyond those known by himself, a clear example is mercantilism and its purposes, basically (strong growth in trade and economic activity) [5], this continues being the same purpose to increase the capital and do an intensification or optimization about the reproduction of the economic cycle [6] (Marx, 1959) because is something logic obviously, with the border of production-possibility frontier of the marginalist school and the diminishing returns law from David Ricardo, if we have more capital we can reproduce more profits, and if you take new markets you can avoid the possibility production frontier, crossing political borders instead economic frontiers. Whit the set of events that configure the global financial system as it is the fall of the regime of the breton woods and the change to the dollar pattern as the main currency in the world and the falls of the local currencies of the emerging markets, through different events Political, armed or economic, such as the 1973 oil crisis, the debt crisis of 1982, the tequila effect of the "Mexican crisis" of 1994, the Asian tiger crisis of 1997, the vodka effect "the Russian crisis" 1998, the samba effect "the Brazilian crisis of 1998" and then the crisis of the subprimes in 2008 in the USA and its transmission towards Europe with the crisis of Portugal, Italy, Greece and Spain in 2008 that lasted until 2012.

The currency effects in countries could they be developed or emerging are very important because in an globalization environment like we are living, ever we are affected by people who we interact with, and this is not different in the business way, in this case depends of the offer and demand of your money, the people who you trade, the competitiveness of your product, the trust on your business, the ideology of sellers and buyers and another many things and this elements will determine the price of money in comparison with the price of the other and that affect in all possible ways your economy. Currency among other international factors affects level of prices of exchange rate, represented by a loss of value in the domestic currency and produce an increase in the inflation rates and this impact with an increase in interest rate and fractional banking practices (creation of fictional, money, speculation, financial instruments, etc.) create and scheme of exploitation, poverty and finally inequity in wealth distribution.

Reference list

1. Marini, R.M. Dialéctica de la dependencia México D.F. ERA, 1977
2. Credit Suisse. Global Wealth Databook, Zurich, 2015.
3. Aghion, P. Dualism and macroeconomic volatility. Oxford University Press Oxford, England, 1999.
4. Lucas, R. Why doesn't capital flow from rich countries to poor countries?" American Economic Review. 199080 (2): 92–96.
5. Rojas, J. "Mercantilismo. Teoría, política e historia" Fondo editorial PUCP, Lima, Peru, 2007.
6. Marx K. El Capital III [Book]. - C.d. de México : Fondo de Cultura Económica, 1959. - Vol. III.

COMPARISON OF THE IMPACT OF TAX SYSTEM STRUCTURE ON SMALL ENTERPRISES: RUSSIA AND COTE D'IVOIRE (CASE STUDY)

Konin Ama Eloise Prisca

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

The importance of Small Enterprises lies particularly in the political, economic, social and tax advantages that are important in terms of their contribution to the economy development.

- On the political aspect

The existing of Small Enterprises in the countries favors the growth of national entrepreneurs. Small Enterprises also makes it possible to launch and consolidate the economic fabric related to the needs of the country.

- On the economical aspect

Small Enterprises contribute to the development of national resources through the creation of other activities such as agriculture for the food trade, the integration of the artisanal sector for a business manufacturing, etc. They also participate in the development of the tertiary sector grouping the industrial services that are non-material such as insurance, inter-mediation, training, studies, research, administration, services to the person, securities, cleaning, restaurant. This sector can increase the gross national product. The creation of SMEs particularly favors the diversification of the industrial structure, while at the same time helping to exploit unused resources, that concealing the formation of capital

- On the social aspect

The creation of Small Enterprises is seen as a way to reduce unemployment; it is also undoubtedly a sign of the vitality of the Ivorian people and their ability to adapt to new situations. Many people find their livelihoods in Small Enterprises. They promote a distribution of wealth between different segments of the population through access to labor income, properly assess is essential for all small enterprises located in ivory coast especially in times of crisis. Thus, the small enterprises are the centers of development of the workforce and the spirit of local enterprises essential to the industrialization.

- On the fiscal aspect

The importance of Small Enterprises in the Ivorian economy, whether by their economic structure or their organization, small enterprises do not look like the others, which puts them in excellent position to play a role in economic, social, and political leadership from the point of view of job creation, resource utilization and income generation and to ensure that change occurs by degrees without agreement.

Small Entreprises represent at least half of the Canadian economy, three-quarters of the US and Japanese economy. This is one of the essential factors of the economic superiority of these countries over that of the European countries. In France, it is estimated that one out of every two workers is employed in an Small Enterprises, which is why the European economies are now recognizing the urgent need to curb the decline of SMEs.

According to Mr.Billon "Small and Medium Enterprises represent 98% of the Ivorian economic fabric, 20% of the national wealth, 12% of the investment and 23% of the active population " and estimate that the development of Ivory Coast passes necessarily by this sector. The development of small and medium-sized enterprises is one of the focuses of the Ivorian President program, which promised to make Ivory coast an emerging country by 2020.

In Russia, the share of GDP produced by Small and Medium Enterprises is estimated at around 13-17%, which is less comparing to others OECD countries. Small and medium-sized enterprises, including individual entrepreneurs, do not represent about one-fifth of total employment, which is a very small share of most OECD economies. The government has made the development of Small and Medium Enterprises a major asset of its economic policy. The program for socio-economic development has Russian Federation term plans to increase the share of Small and Medium Enterprises in GDP and employment by 30 percent by 2020

Table 1

NUMBER OF EMPLOYEES AND RETURN OF THE TYPES OF ENTERPRISES : IVORY COAST

Types of enterprises(Ivory Coast)	Number of employees	Return of the enterprise without tax
Micro-enterprise	<10	≤ 30 M CFA, ≈ 3 M Ruble
Small enterprise	<50	>30 M CFA and ≤ 150 M CFA
Medium Enterprise	<200	>150 M CFA and ≤ 1 B CFA

Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Petite_et_moyenne_entreprise

Table 2

NUMBER OF EMPLOYEES AND RETURN OF THE TYPES OF ENTERPRISES : RUSSIA

Types of enterprises(Russian Federation)	Number of employees	Return of the enterprise
Micro-entreprise	<15	<120 M Ruble
Small -enterprise	<100	<800 M Ruble
Medium-enterprise	<250	<2000 M Ruble

Source : <https://mvf.klerk.ru/spr/spr109.htm>

The problems that we want to analyze with these small enterprises in this article are to determine

- How tax burdens affect the economic profit of small businesses in Russia and Cote d'Ivoire?

Therefore, our objective will be

- To identify, characterize and compare the effects of the tax burdens on small enterprises in Russia and Cote d'Ivoire

TAX SYSTEM STRUCTURE OF IVORY COAST

In the Ivorian tax system, there are four (4) tax regimes that are classified in real plans and in flat-rate plans:

the real schemes: the normal real tax system and the simplified real tax system

flat-rate schemes: the synthetic tax system and the flat-rate tax for small traders and craftsmen.

1-REAL REGIMES

- **Real normal taxation**

The normal real or normal real benefit scheme. The taxable profit, different from the accounting profit, is established according to specific rules. The applied rate is 35%. The payment of the tax by the individuals at this rate is liberatory of the general tax on the income. Regardless of its taxable result (loss or profit), the taxpayer is required to pay a minimum flat tax of 0.5% of turnover with a minimum tax of 2 million and a tax of maximum of 30 million FCFA ≈ 53 943 USD

Industrial and Commercial Profit or Agricultural Profit (BIC or BA)

Non Commercial Profit (NBC)

Taxes on Salaries and Wages (ITS)

Special Equipment Tax (TSE)

Value Added Tax (VAT)

Contribution of patents

- **Real Simplified Taxation**

The Simplified Plan or Simplified Real Benefit Plan is an interim plan between the synthetic tax and the normal real profit. The BIC rate is 27%. Whatever its tax result (loss or profit), the taxpayer is required to pay a minimum flat tax equal to 2% of its turnover inclusive of all taxes (TTC).

Industrial and Commercial Profit, Agricultural Profit (BIC or BA)

Non Commercial Profit (NBC)

Tax on Salaries and Wages (ITS)

Special Equipment Tax (TSE)

Value Added Tax (VAT)

Contribution of patents

2-FLAT-RATE REGIME

- **synthetic tax**

The synthetic tax is an annual tax whose payment frees the taxpayer from the payment of the license, the commercial profits tax (BIC) and the VAT. The amount of tax due for a period is fixed at a flat rate by the tax authorities from a scale that defines the tax based on the turnover based on the turnover of the previous year

Are subjects to the synthetic tax system

- Individuals whose annual turnover, including all taxes, does not exceed 50 million francs for sales of goods ≈ 89 906 USD
- Individuals whose annual turnover, including all taxes, does not exceed CHF 25 million for BIC taxable services; (≈ 44 953 USD)
- Natural persons who simultaneously engage in activities in both categories above shall be subject to the synthetic tax only to the extent that neither of the two limits of 50 million and 25 million is exceeded. (≈ 89 906 USD - 44 943 USD)
- **Flat fee for small traders and craftsmen**

The flat-rate tax for small traders and craftsmen is a tax representing the contribution of licenses and permits, communal taxes, the tax on salaries and wages and the contribution paid by employers. It is levied for the benefit of the municipalities on the territory of the communes and for the benefit of the department outside of them.

The standard rate of corporate tax (Industrial and Commercial Profit - BIC) in Côte d'Ivoire is 25%. For a company that makes sales of less than 1 million CFA francs, the tax rate is 20%. The tax rate for foreign companies is 20%

Residence - An entity incorporated in Côte d'Ivoire resides for tax purposes.

Base - A resident corporation is subject to movable capital income tax on a worldwide basis.

Taxable Income - Income is taxed under separate schedules for industrial and commercial profits, non-commercial profits and capital incomes moving, land and agriculture. A non-commercial calendar is mainly used for professional income, royalties and know-how and for non-resident companies. Operating costs and expenses are deductible if they are strictly related to the activity. Management fees, royalties and similar payments are deductible if they are reasonable and in total do not exceed 5% of the turnover or 20% of the general expenses.

Taxation of dividends - Dividends received are subject to the 25% corporate tax rate, but only to 50% of the total amount received if tax has already

been withheld on dividends. However, subject to certain conditions, dividends received by a parent company are taxed at a rate of 5%.

Losses - losses can usually be carried forward 5 years; Losses can be carried forward indefinitely as they result from capital cost allowances. Retrospective loss carryforward is not allowed

Tax rate - The corporate tax rate is 25%.

Taxpayers must also pay a minimum tax of 0.5% (reduced rate for financial, insurance and oil companies) of the turnover of the previous year. The minimum tax must be between 2 million CFA francs and 15 million CFA francs.(≈3 596USD - 26 971USD)

Holding companies plan-Subject to certain conditions, dividends received by a parent company are taxed at a rate of 5% and the reduced rates apply to capital gains from the sale of the shares and the withholding of shares interest tax

Incentives - Plant, machinery and equipment that is used exclusively in the manufacturing, agriculture, transportation or storage sector and has an expected life of more than 5 years may be eligible for up to two capital allowances times the normal rate. Companies investing at least 10 million CFA francs (≈17 981USD) can claim a tax reduction on industrial and commercial profits. Other incentives include a 5 to 8-year tax exemption on industrial or commercial profits, license fees, property tax and import tax, depending on the location of investment.

Special tax incentives may be granted to companies involved in mining (a 5-year tax holiday) for oil and certain construction activities.

Other corporation tax

Property Tax- Property taxes are taxed on owner's real or rental income(11%) and their equity (4%). Property owned and used by the same legal entity pay a property tax on the basis of 15% of the market rental value. The charge is reduced for unoccupied or underdeveloped property.

Socail Security- Employers are required to pay socail security contributions based on an employee's gross salary(retirement benefits(4.8%)), family allowances (5.75%) and work accident(2-5%)

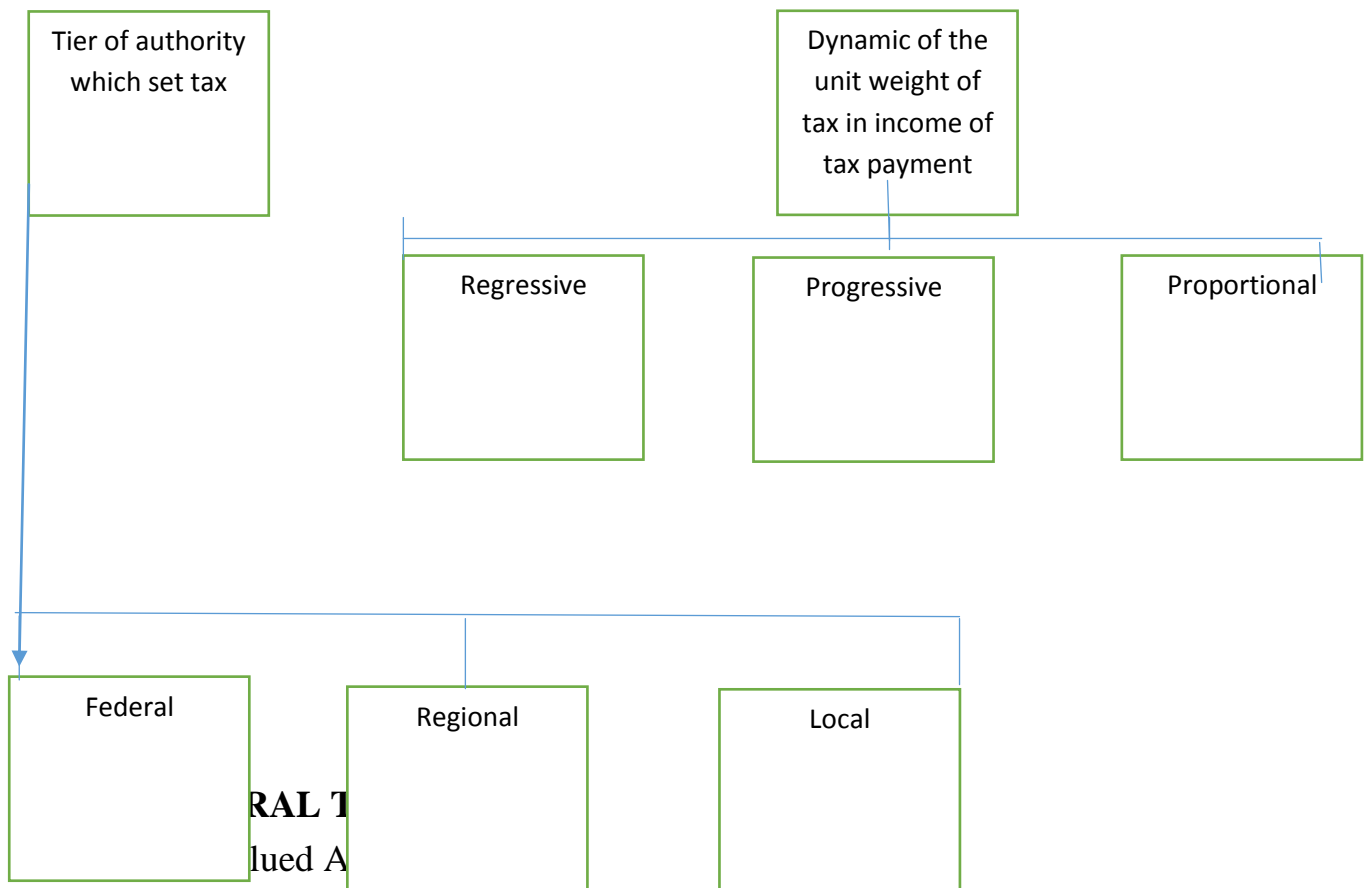
Stamp Duty-Stamp duty is generally charged at 1% on negotiable and non-negotiable instrument. Flat rates applicable to various legal documents.

Transfer Tax- No stamp duty is levied on the transfer of share. A transfert tax of 10% applies to immovable property (7.5% if the assignee is a taxable person).Business transfers are alsobilled at 10%. Registration fees may apply.

Other –A company or a person carrying on some business in Ivory Coast must also pay a license fee, subjetc to certain exemptions. Customs is based between 0.5%-

0.7% of turnover, between 16%-18.5% of the rental value of business premises, depending on the location. Insurance premiums are subject to a levy at the rate of 0.1% (export credit) at 25%

TAX SYSTEM STRUCTURE OF RUSSIA FEDERATION



Taxpayers Legal entities and individual entrepreneurs

Subject to tax Sales of goods, works and services, transfer of property rights

Tax rate 0, 10, 18% (depending on type of goods and operations (e.g. export), in some cases a calculation rate (10/110, 18/118) is applied, e.g. upon receipt of advance payment

- Excises

Taxpayers Legal entities, individual entrepreneurs and individuals who carry goods across the Russian Federation national boundaries

Tax base

Sales of excisable goods (incl. ethyl (cognac) spirits, alcoholic beverages, tobacco products)

Tax rate Is separately established for each excisable good (Article 193 of the Tax Code of the Russian Federation)

- Personal income Tax

Taxpayers individuals (tax residents and non-residents of the Russian Federation)

Subject to tax Income of an individual expressed in money and in kind

Tax base

Personal income taxed at 13% tax rate and maybe reduced by an amount of tax deductions

Personal income taxed at other tax rates (tax deductions are not applicable)

Tax rate Residents and Non-residents

- Profit Tax

Taxpayers Russian businesses and Non-Russian businesses that operate in the Russian Federation through permanent establishments and (or) gaining income from sources located in the Russian Federation

Taxable object Profit For Russian companies: - income minus costs for Non-Russian companies operating in the Russian Federation through permanent establishments: - income minus costs for Non-Russian companies with income sources located in the Russian Federation: - Income gained from sources located in the Russian Federation

Tax rates 20%(general rate) unless otherwise specified by the law 0% tax rate applies to: - income received by legal entities engaged in educational and (or) medical activity - income received by the Central Bank of the Russian Federation from activity which as established by the Federal Law «On the Central Bank of the Russian Federation (the Bank of Russia)» - income received by research and development companies according to the Federal Law «On Innovation Center «Skolkovo» Withholding tax rates Dividends 0 % - dividends received by Russian companies due to participation exemption rules 9% - dividends received by Russian legal entities from Russian and foreign companies 15% -dividends received by foreign legal entities from Russian companies Interests 15%, 9%, 0% taxrates may be applied to interest income gained from operations with certain types of securities depending on their issue and circulation conditions

- Minerals Extraction Tax

Taxpayers organisations and individual entrepreneurs recognized as users of subsoil

Subject to tax Extracted commercial minerals

Tax rate Determined for each type of exacted mineral

- Water Tax

Taxpayers Legal entities and individuals

Taxable objects Water bodies use types

Tax rate Rates are established for watersheds of rivers, lakes and seas and economic areas

- Stamp Duty

Payers of state duty Legal entities and individual entrepreneurs.

Subject of levying of duties Relevant in law activities enumerated in the Tax Code of Russian Federation.

Duty rates State duty amount for accomplishing by state authorities, local authorities and other authorities and entitled official person relevant in law activities is determined by Chapter 25.3 of the Tax Code of the Russian Federation.

2-REGIONAL TAX

- Corporate Property Tax

Taxpayers Businesses in possession of property objects which are identified as taxable objects

Tax rate Is established by laws of the subjects (i.e. regions) of the Russian Federation and cannot exceed 2,2% of taxable value

- Transport Tax

Taxpayers Legal entities and individuals in possession of registered transport

Tax rate Is established by laws of the subjects of the Russian Federation

- Gambling Tax

Taxpayers Legal entities

Taxable objects Gaming-table, gambling machine, pay-box of tote, pay-box of book-maker office.

Tax rate

- Tax rates identified by the laws of the subjects of the Russian Federation: - 1 gaming-table – from 25 000 to 125 000 Rubles; - 1 gambling machine – from 1 500 to 7 500 Rubles; - 1 pay-box of tote or 1 pay-box of book-maker office – from 25 000 to 125 000 Rubles. Following tax rates will apply when the laws of the subjects of the Russian Federation do not identify tax rates: - 1 gaming-table 25 000 Rubles; - 1 gambling machine – 1 500 Rubles; - 1 pay-box of tote or 1 pay-box of book-maker office – 25 000 Rubles.

3- LOCAL TAX

- Land Tax

Taxpayers organizations, individuals and individual entrepreneurs – owners of land

Taxable object Land plot

Tax rate Rates are established by local legislative acts and cannot exceed the rates specified by Russian Tax Code: 0,3% -for agricultural, residential and utilities infrastructure lands; 1,5% - for other types of land use Tax rates may be differentiated subject to allowed types of land use

- Individual Property Land

Taxpayers Individuals who are owners of the property recognized as taxable objects

Taxable Objects Residences, apartments, rooms, country homes, or other structures, premises and buildings, as well as ownership shares in such property.

Tax rate Tax rate is determined by the legislative acts of representative bodies of municipal government. Tax rate depends on integrated inventory value of the object of taxation. Representative bodies of municipal government determine differentiation of tax rates within certain limits according to inventory cost and type of usage of a taxable object.

TABLE 3

Tax rates are determined within following ranges

Lower then 300 000 Rubles	0,1% (inclusive)
From 300 000 Rubles to 500 000 Rubles	within 0,1 – 0,3 % (inclusive)
Higher then 500 000 Rubles	within 0,3 – 2,0% (inclusive)

Source
<https://www.nalog.ru/>

**CHOSEN
SECTOR FOR**

THE CASE STUDY

The tertiary sector includes all economic activities that are not part of the primary and secondary services. For example, advice, insurance, education, mass distribution, tourism, catering and real estate agencies are part of the tertiary sector. Our study will be based on the RESTAURATION SECTOR. The data below are from primary and secondary sources

Table 4

SIMPLIFIED TAX REGIME

	COTE D'IVOIRE	RUSSIA
Number of employees	100	100
Average salary(Monthly) of an	200.000 CFA ≈ 21423.80 Rubles	20486 Rubles

employee		
Total annual revenue	50 M CFA \approx 5 355 950 Rubles	5 121 500 Rubles
Total annual cost	30 M CFA \approx 3 213 570 Rubles	3 072 900 Rubles
Profit	20 M CFA \approx 2 142 380 Rubles	2 048 600 Rubles
Tax rate	27%(25% for legal entity and 2% taxpayer turnover)	the incomes : 6% the incomes, reduced by the amount of the outlays: 15%
Object of taxation	Industrial and Commercial Profit, Agricultural Profit (BIC or BA) and Non Commercial Profit (NBC)	the incomes and the incomes, reduced by the amount of the outlays

CALCULATION

Total annual revenue= number of employees \times average salary of 1 employee \times 2.5

Ivory Coast = $100 \times 21423.80 \times 2.5 = 5\,355\,950$ ruble

Russia = $100 \times 20486 \times 2.5 = 5\,121\,500$ ruble

Total annual cost= food cost (which is between 28%-35% of total revenue)+ labor cost(30%-35%).The percentage of the 2(labor + food cost)= 50%- 75%

- With 60%

Ivory Coast = $5\,355\,950 \times 60\% = 3\,213\,570$ ruble

Russia = $5\,121\,500 \times 60\% = 3\,072\,900$ ruble

Profit= total revenue- total cost

Ivory Coast = $5\,355\,950 - 3\,213\,570 = 2\,142\,380$ ruble

Russia = $5\,121\,500 - 3\,072\,900 = 2\,142\,380$ ruble

PROFIT OF A COMPANY

Economic profit takes into consideration explicit costs (such as wages, rent, salaries, transport) and implicit costs (opportunity cost), while accounting profit only utilizes explicit costs. We can then say that, the tax apply in the simplified tax regime will affect the economic profit of a restauration company because it will take into account not only the revenue but the direct and the indirect expenses

Reference list

1. https://www.memoireonline.com/04/12/5780/m_Lapport-des-petites-et-moyennes-entreprises-au-developpement-economique-de-la-RDC3.html
2. <http://burkinapmepmi.com/spip.php?article12001>
3. <https://www.iso.org/fr/news/2015/03/Ref1937.html>
4. <http://www.izf.net/content/fiscalite-des-entreprises-2013-en-cote-d-ivoire>
5. <https://www.memoireonline.com/03/11/4351/Impact-des-politiques-fiscales-sur-les-recettes-fiscales-et-la-croissance-economique-en-Cote-dIv.html>
6. <https://www.contrepoints.org/2014/10/22/185401-cote-divoire-quest-ce-qui-freine-les-pme-pmi>
7. <http://news.abidjan.net/h/601486.html>
8. <http://www.ifrap.org/emploi-et-politiques-sociales/limpact-de-la-fiscalite-sur-la-creation-dentreprises>
9. <https://www.contrepoints.org/2015/11/25/230249-trop-dimpot-tue-lentreprise-comment-la-fiscalite-decourage-linvestissement>
10. <https://www.africaportal.org/publications/limpact-de-la-politique-fiscale-sur-les-petites-et-moyennes-entreprises-au-togo-the-impact-of-fiscal-policy-on-small-and-medium-enterprises-in-togo/>
11. <https://www.memoireonline.com/09/13/7342/Fiscalite-dans-le-secteur-des-PME-au-Congo-Brazzaville-enjeux-et-perspectives.html>
12. <https://www.capital.fr/votre-argent/investissement-dans-les-pme-un-avantage-fiscal-certain-une-rentabilite-aleatoire-1107172>
13. <https://rea.revues.org/3748>
14. http://www.institutmolinari.org/IMG/pdf/note0315_fr.pdf
15. https://www.memoireonline.com/09/13/7342/m_Fiscalite-dans-le-secteur-des-PME-au-Congo-Brazzaville-enjeux-et-perspectives1.html
16. <http://news.abidjan.net/h/579905.html>
17. http://www.academia.edu/22614427/EXPOSE_SUR_LES_PME_ET_PMI_EN_COTE_DIVOIRE
18. <https://www.cairn.info/revue-de-l-ocde-sur-le-developpement-2004-2-page-37.htm>
19. <https://www.ladissertation.com/Soci%C3%A9t%C3%A9/Aide-Soignante/LES-PME-EN-COTE-D%27IVOIRE-122529.html>
20. <http://news.abidjan.net/h/579905.html>
21. <https://books.google.ru/books?id=zQfTxN2ptPkC&pg=PA160&lpg=PA160&dq=pme+en+russie&source=bl&ots=jZROJyhEf4&sig=cQKIUpSyVWvGWx3sw05Fx3UFcNQ&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjh9Nehw6TXAhXCKlAKHWzNDOcQ6AEIbTAJ#v=onepage&q=pme%20en%20russie&f=false>
22. https://fr.wikipedia.org/wiki/Petite_et_moyenne_entreprise
23. https://fr.rbth.com/economie/2013/07/29/les_petites_entreprises_en_russie_24897
24. <http://ryanborn.net/revenue-estimates/>
25. https://www.google.ru/search?newwindow=1&dcr=0&biw=1116&bih=546&ei=fGYNWsjNCcH06ASG_qvgCQ&q=percentage+of+food+cost+in+restaurant+industry&oq=percentage+of+food+cost+in+restaurant+industry&gs_l=psy-

ab.1.0.35i39k1.11329.13687.0.16058.8.8.0.0.0.0.300.1115.1j5j0j1.7.0....0...1.1.64.psy-ab..1.2.332....0.mv_3efJULFk

26. <http://www.oswego.edu/~atri/e101ch910.html>

27. <https://opentextbc.ca/basickitchenandfoodservicemanagement/chapter/the-basic-calculation-of-operating-costs/>

28. <https://www.investopedia.com/ask/answers/033015/what-difference-between-economic-profit-and-accounting-profit.asp#ixzz4ycID1PmP>

INNOVATIVE DEVELOPMENT AS A PATH TO BUSINESS GROWTH IN AGRICULTURE (A CASE STUDY OF THE EMERGING MARKETS OF GHANA)

Emmanuel Kwaku Manu

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Agricultural research and development (R&D) has undergone a number of paradigm shifts in Sub-Saharan Africa (SSA) over time, which have had serious implications for the way agricultural research is conceived, designed, implemented, and evaluated, as well as how the results are disseminated and utilized to generate innovations. Over the past four decades, international consensus on the importance of agriculture in economic development has varied to what could currently be described as a rediscovery

The scientific methods of experimentation and discovery have not changed since their exposition in the 21st century. What changes constantly is the environment within which discovery and innovation occurs. This influences the organization and, in turn, the social process of discovery and innovation. Rapid changes are taking place in the structure and authority of governments, the global economy, the structure of the farming sector, and the global and local food industries and retail businesses. The institutional landscape is also changing dramatically. Cross-sectoral linkages between agriculture and other sectors are becoming more important. The agricultural sector is expected to play a significant role in alleviating poverty and ensuring food and nutrition security, while protecting the environment. With reduced funding, agricultural R&D systems are now forced to raise questions about their continuing relevance, approaches, accountability, and impact. Funding for research and support services can no longer be separated from broader developmental questions.

The identified basic problems of the agriculture sector include: reliance on rainfed agriculture and low level and low performing irrigated agriculture; low level

of mechanization in production and processing; high post-harvest losses as a result of poor post-harvest management; low level and ineffective agricultural finance; poor extension services as a result of several institutional and structural inefficiencies; inadequate markets and processing facilities; low performing breeds of livestock; poor feeding of livestock; high cost of feed for poultry; poor livestock housing and husbandry management; competition from imports and poor post-production management of livestock products; over-fishing of natural water bodies; undeveloped fish value chain and inadequate skills in aquaculture.

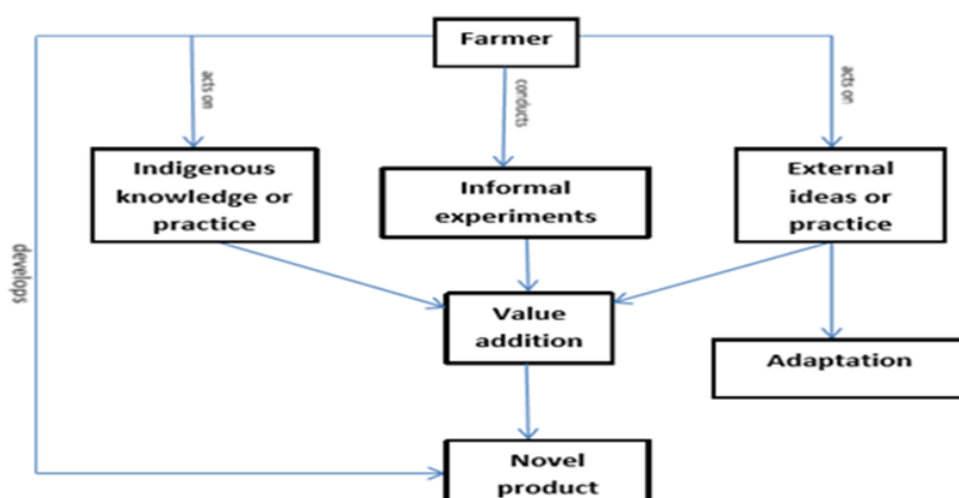


Fig. 1: Farmer Innovations in Agriculture
Source: Mutanga and Critchley, 2001

The Government in the 2014 fiscal year spent GHC 781.4 million on the agriculture sector, which represented 9.0 per cent of its total spending. Lifting the proportion of its spending going to agriculture to 10 per cent would therefore require an increase of about 10 per cent over the 2014 figure. Government expenditure on four categories of (i) agriculture (crops and livestock), (ii) fisheries, (iii) agriculture-related research and (iv) feeder roads (roads to farm areas) in 2014 was GHC 630.0.

Agriculture Sector Performance in Ghana

Economic growth in Ghana has been quite impressive since 2005-2014. There has been relative economic stability and indications are that income poverty has reduced in Ghana and in the rural forest zone, especially among export crop farmers (ISSER, 2007). There are, however, indications of growing inequality between social groups, occupational groups and geographical areas in the country (Ibid). The situation points to structural problems that need to be addressed. Some of the structural problems relate to the dominant agriculture sector which is responsible for about 39% of Gross Domestic Product (GDP), provides employment to about 50.6%

of the labour force (4.2 million people) and is the largest foreign exchange earner. The general performance of the agriculture sector relative to other sectors since 2005-2014 is as given in the table below.

Table 1

Agriculture sector contribution to Gdp, Output Growth and Investment in Agric Innovation from Ghana Budget

Year	Agric gdp, output and investment		
	Agriculture GDP	Agric Output Growth (m/tonnes)	Investment in agric. Innovation (millions of Gh cedis)
2005	39.6	18,000	63
2006	39.6	20,700	65
2007	39.8	23,234	66
2008	38.8	24,123	70
2009	40.3	25,245	72
2010	39.5	26,875	74
2011	39.3	28,876	76
2012	38.0	29,896	77
2013	33.6	30,245	78
2014	33.7	32,636	80
Average sectoral share in GDP	38.52		

Source: Ghana statistical service (2014)

It shows that the sector has been and still is the largest contributor to GDP even though service is the fastest growing sector. While the average agriculture sector GDP growth rate between 2005 and 2013 has been about 4.7% that of the service sector has been about 6.0%.

Conclusion

Agriculture continues to be the largest sector of Ghana's economy, contributing about 39% of GDP compared to about 26% for the industry sector and 31% for the services sector. Arable and industrial crop production has increased only marginally over the last 10 years with the only exception being cocoa which increased significantly between 2000 and 2005. Growing consensus suggests that, in the 21st century, agriculture remains fundamental for poverty reduction, economic growth, and environmental sustainability in agriculture-based countries (World Bank 2008). Increasingly, developing countries are viewing science and technology (S&T) as the drivers of economic growth, and agricultural R&D is expected to play a significant role in the process.

Investment in innovations has increased agriculture out growth by Strategies in the Plan to improve agricultural performance in contribution to the vision for a modernized agriculture, structurally transformed economy, food security, employment opportunities and poverty reduction, focus on investments to address sector constraints on productivity, market access, sustainable production and institutional coordination.

Reference list

1. Afuah, Allan: Innovation Management, Chapter 4, Oxford University Press, New York, 1998. (Amabile et al. 1996) Amabile, Teresa M.; Conti, Regina; Coon, Heather; Lazenby, Jeffrey; (Afuah 1998).
2. Amanor, K. 1989. 340 abstracts on farmer participatory research. Network Paper Agricultural Administration Research and Extension Network. No. 5. 152pp. London, UK: ODI .
3. Apusigah, A.A. (2009) the gendered politics of farm household production and shaping of women's livelihoods in northern Ghana. *Feminist Africa* 12: 51-68
4. Alene, A. and Manyong, V. (2007) the Effects of Education on Agricultural Productivity under Traditional and Improved Technology in Northern Nigeria: An Endogenous Switching Regression Analysis. *Empirical Economics* 32: 141-159
5. Kleemann, L. and Abdulai, A. (2013) Organic certification, agro-ecological practices and return on investment: Evidence from pineapple producers in Ghana. *Ecological Economics* 93:330–341
6. Kummer, S. (2011) Organic farmers' experiments in Austria - Learning processes and resilience building in farmers' own experimentation activities. Doctoral thesis, University of Natural Resources and Life Sciences, Vienna
7. Tambo, J.A. and Abdoulaye, T. (2012) Climate change and agricultural technology adoption: the case of drought tolerant maize in rural Nigeria. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change* 17:277-292
8. Thornton, P.K., Jones, P.G., Eriksen, P.J. and Challinor, A.J. (2011) Agriculture and food systems in sub-Saharan Africa in a 4°C+ world. *Philosophical Transactions of the Royal Society* 369:117–136

IMMIGRATION AND IT'S EFFECTS IN AN ECONOMY

Karen T Jambaya

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

I. INTRODUCTION

Immigration is the international movement of people in the country of destination not as a citizen or without citizenship, in order to settle or reside there, in

particular permanent residency or citizenship, or even employment of migrant workers or temporarily as a foreign worker.

Is the movement of people from one place to another the intent is to solve temporarily or permanently in the new location, relates generally to flow over long distances and from one country or region to another. Immigration may be voluntary or non-voluntary.

Non-voluntary migration, including the slave trade, trafficking in human beings and ethnic cleansing. We all know that the first form of migration, it is through the movement of man out of Africa across Eurasia about 1.75 million years ago.

Early humans migrated due to many factors, such as climate change and landscape and inadequate food supply.

The Middle East countries has the highest levels of immigration in the world according to United Nations figures.

While many large Western joint debate on migration, which is in fact in the Middle East has the largest proportion of migrants with the population size.

Small open countries, such as Andorra and Monaco also have a high level of immigrants' percentage of the population.

In all eight countries, more than half of the population before the end of 2015, including many countries in the Middle East.

Even though immigration is a big issue for the British republic, other countries have the highest degrees of migrants, according to United Nations figures.

The United Arab Emirates, Qatar, Kuwait had the highest number of immigrants compared to the percentage of the population in 2015.

In the Gulf oil countries, there is a lot of migration, especially labour force is mainly composed of foreign workers.

South-East Asia and Africa countries experienced the lowest level inside of immigration with China, Vietnam and Cuba the lowest numbers. These rates are less than 15 migrants and 10 000 people.

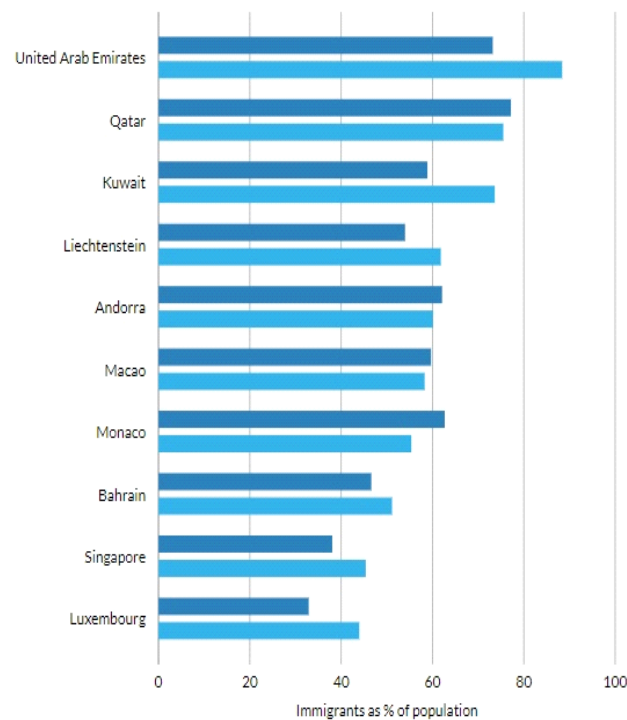


Fig 1.1 Shows Immigrants as % of population

The United States has the highest number of migrants with 19% of the world's population of migrants.

Followed by Germany and the Russian Federation with share of 9.7% of immigrants.

Saudi Arabia has 4.2% with a 15% increase in the number of migrants from 2005 to 2015.

These countries of the Middle East have seen a huge increase in the number of immigrants in the past decade, although Western countries have seen small increases.

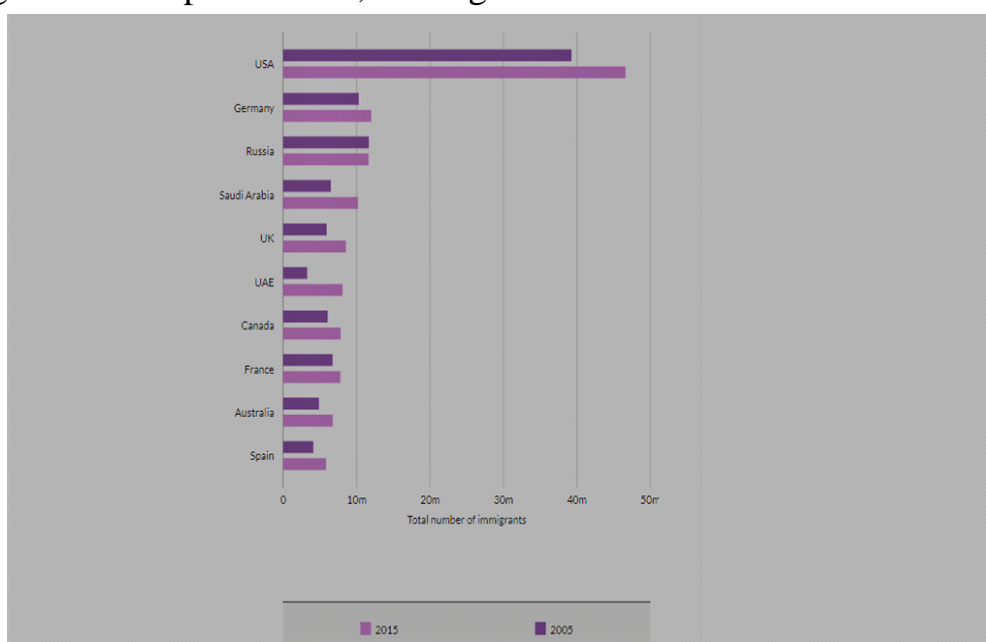


Fig 1.2 Shows total number of immigrants in comparison of 2005 and 2015

All regions of the world, Oceania, North America has a large number of immigrants-followed by Europe.

By 2015, one-fifth of the people in Oceania have the classification of immigrants, compared with 15% in North America and 10% in Europe.

Central and South America have a small number of migrants as a proportion of the total population.

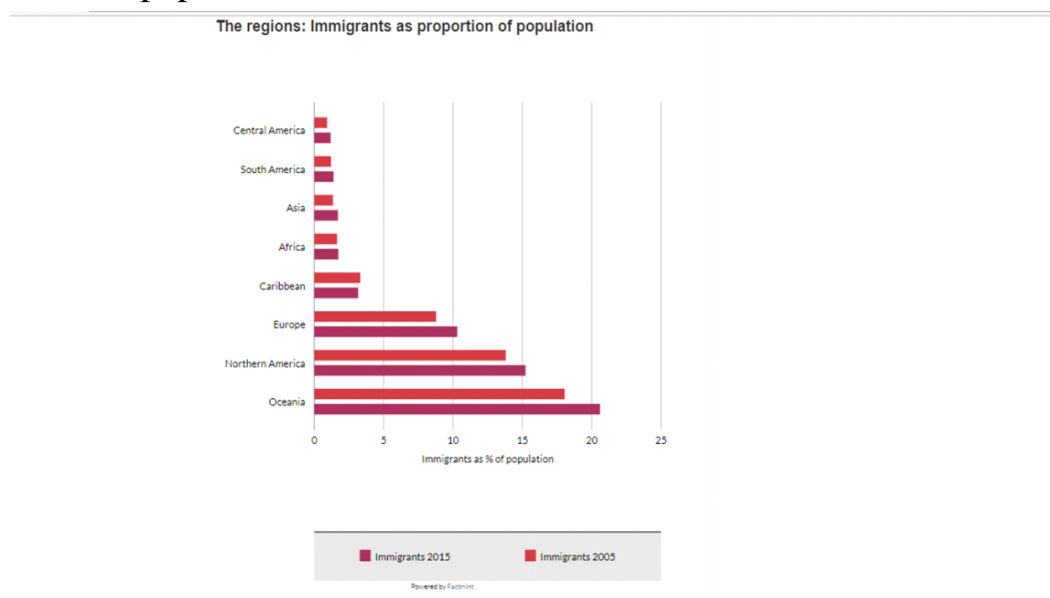


Fig 1.3 Shows Immigrations as % of population in different regions

II. EFFECTS OF IMMIGRATION ON THE ECONOMY

Immigrants, whether high or low skill, legal or illegal, is impossible to replace local workers or lower wages in the long run, although it may cause some short-term volatility of the currency market.

Migrant workers make an important contribution in the labour market in both high-and low-skill occupations over the past ten years, immigrants represented 47 per cent of the workforce in the United States, 70% in Europe (OECD, 2012). The transnational Organization for Economic Cooperation and development, only a relatively small part of this foreign workforce to the management of labour migration (which represents only part of all the action for Economic Cooperation and development), and increasingly through other channels, including family, humanitarian and freedom of movement and migration.

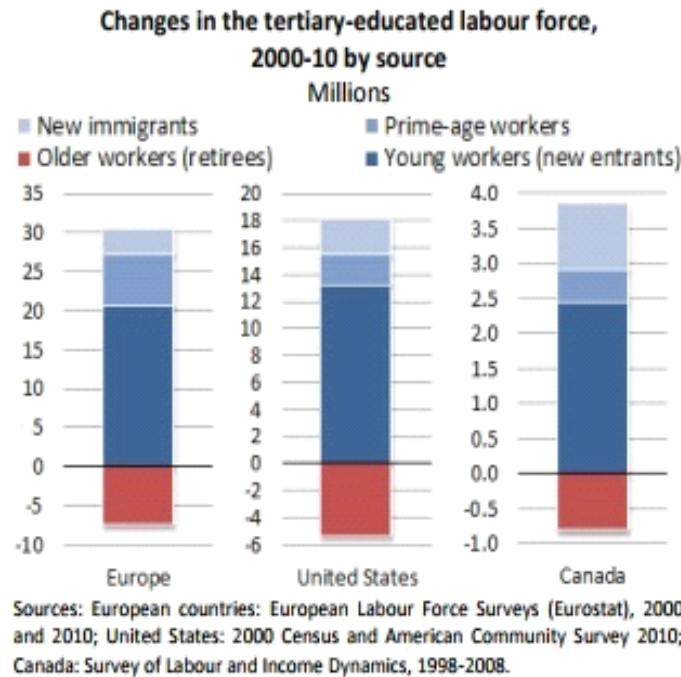


Fig 2.1 Shows changes in the tertiary educated labour force

The educational situation of migrants there is a big difference. Just like the relationship between young people and the elderly, young migrants are generally more educated than the immigrants of the edge of retirement.

This also applies to migrants entering the labour market on average more than one third of higher education. The same women, however, did not complete secondary education. Since 2000/01, the migrants accounted for 31%, the increase in the educated labour force in Canada, 21% in the United States and 14% in Europe.

Although most of the attack is directly at the same time, immigrants accounted for about a quarter of the entries into the most strongly declining, career, Europe (24%), the

United States (28%). In Europe, these tasks include and related trades workers and operators of machines and machinery; in the US, for most of their work in the production, installation, maintenance and repair.

In all of these areas of immigrants to fill the labour force needs of the by the gas the work is considered by the domestic worker does not appeal or lack of career prospects. Driven by the need for immigrant labour plays an important role in the most vital sectors of the economy.

New immigrants represented 22% of the strong growth of the profession, in the United States and 15% in Europe. These include in particular health care professionals of important stem (science, technology, engineering and Mathematics).

Migrants contribute more in taxes and social contributions than they receive in individual benefits

Recent work on the financial impact of the European immigration countries of the Organization for Economic Cooperation and development as well as Australia, Canada and the United States, have provided new and internationally comparative evidence.

The study suggested that the impact of the cumulative waves of migration arrived in the past 50 years in OECD countries the average is close to zero, seldom more than 0.5% of the GDP in positive or negative terms. Impact is the highest in Switzerland and Luxembourg, where immigrants provide an estimated net income of about 2% of GDP to the public Treasury.

Immigrants and therefore not a burden on the public Treasury as it is not a panacea to solve financial challenges. In most countries, except those with a majority of older migrants, migrants contribute in taxes and social contributions than they receive in individual benefits. This means that they help in the financing of public infrastructure, although admittedly to a lesser extent than the original.

On the contrary, widespread public belief, low-educated migrants, to improve the financial situation, the difference between their contributions to the benefits they receive through the local-born peers. And where immigrants have a less favourable past, this is not driven by a greater reliance on social benefits, but from the fact that they often lower wages and thus tend to encourage the less.

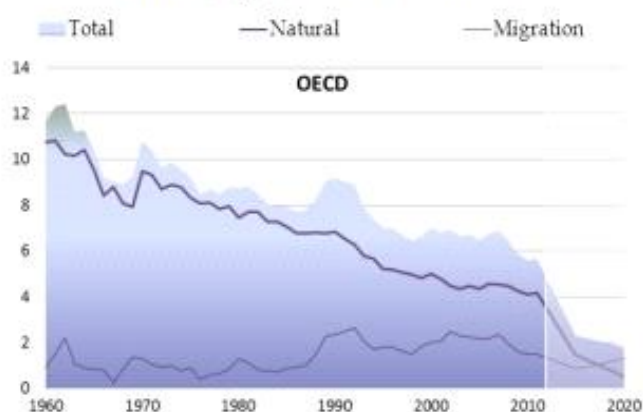
Financial gains in many of the countries of the Organization for Economic Cooperation and development and the European Union, especially in Belgium, France, Sweden, which will include the budget impact of more than 0.5% of GDP. It will also help immigrants meet their own goals: most of the irregular migrants to social benefits, but in order to work on improving their lives and their families. Efforts to improve the integration of migrants should be seen as an investment, not a cost.

Migration contributes to spur innovation and economic growth

International migration is directly and indirectly related to economic growth. Without a doubt, immigration expands the labour force, GDP is expected to grow. However, the situation is less clear when it comes to Per capita GDP growth. The first migration impact on the population, not only by increasing population size but also by changing the age pyramid of receiving countries.

Migrants tend to be more concentrated in the young and economically active age groups compared to the local people, thus contributing to reduce the dependence of the ratio (Gagnon 2014 years). Second, migrants arrive with skills and abilities to complete the human capital of the host country.

Components of total population growth in OECD countries,
1960-2020, per thousand inhabitants



Source: OECD Population and Vital Statistics database.

Fig 2.2 Shows components of total population growth in OECD countries

More specifically, evidence the United States proposal; skilled migrants contribute to the promotion of scientific research and innovation as well as technological progress (hunt, 2010). The proportion of highly educated migrants in OECD countries has risen sharply.

The number of high-educated migrants in OECD countries showed an unprecedented growth in the past decade (70%), reaching a total of nearly \$ 30 million in the 2010/11 year. Of these people, about 5 million, or 17%, reached in the last five years. This trend is mainly driven by Asian immigrants, more than 2 million tertiary educated migrants from the region arrived in the OECD in the past five years (OECD economic and Social Affairs, 2013).

Less empirical studies have tried to estimate the impact of net migration on economic growth, partly because of the lack of uniform data and comparable on international migration by skill level. A study looking at the impact of migration on economic growth for 22 OECD countries between 1986 and 2006 showed positive, but relatively small impact of the human capital brought by migrants on economic growth.

The contribution of immigrants to human capital accumulation will tend to offset the mechanical loosening effect (i.e. the impact of the population increase in the capital per worker), but the net result is relatively small, including in countries with highly selective immigration policies. A 50% increase in net migration of foreign born is less than ten percentage point change in productivity growth (Boubtane and Dumont2013 years).

III. CONCLUSIONS

From the gathered information I have come to a conclusion that immigration has both positive and negative influence on either the home and host countries. Looking at it from the receiving countries point of view, there are huge possibilities of cheap labor for most immigrants just want to earn a living depending on the different reasons that made them vacate their home countries and such countries can take advantage of that whilst it can also be problem because the increase supply in unskilled illegal migrants can offset technological developments and reduce countries economic competitiveness in the international markets.

Looking at this from the point of the home country there is a loss in skilled labor for most people leave to seek out greener pastures. Whilst on the other hand unemployment is reduced and young migrant enhance their prospects and they also bring back home saving and skills they acquired from the countries they had gone.

Секция 7. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

СИСТЕМА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ОТБОРА ТРУДОВЫХ МИГРАНТОВ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Бакижонов А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время трудовая миграция представляет значительный миграционный поток в Российскую Федерацию. Итак, за 12 месяцев 2012 года Федеральная миграционная служба России выдала 1 567 943 разрешения на работу, что составляет 16% больше, чем за тот же период в 2011 году. В 2011 году было оформлено 1 344 226 разрешений на работу. Кроме того, Федеральная миграционная служба России выдала 1 228 968 патентов иностранных граждан для найма физических лиц. В 2012 году патенты были выданы на 51% больше, чем в 2011 году. В 2011 году было выпущено 810 028 патентов. Всего в 2012 году на территории Российской Федерации поступило 15 739 000 иностранных граждан, за тот же период 2011 года на 13%. В 2011 году въехали 13 826 000 человек. Основной поток трудовых мигрантов - в странах без визового въезда. Таким образом, в 2012 году для разрешений на работу, выданных иностранным гражданам, прибывшим на территорию Российской Федерации в порядке, не требующие визы, составили 83% или 1 066 000 разрешений на работу (за аналогичный период 2011 года - 86% или 1 007 500 разрешений). Правительство активно работает над объединением излишков трудовых ресурсов в одной стране с нехваткой ресурсов в другой стране. Интересен опыт разных стран в оценке потребностей рынка труда. Опыт МОМ в этой области с правительствами разных стран, именно это направление в основном отстаёт, по сравнению с направлением измерения предложения на рынке труда. Довольно много исследований проводится по вопросам безработицы, активности населения, основанные на обследовании рабочей силы, базы данных служб занятости. Что касается направления изучения мнений работодателей - опросов и исследований, здесь на национальном уровне, зачастую не хватает информации. В результате, при отсутствии информации в одной из двух основных областей, возможность

разработки полного анализа ситуации и на выходе список мер контроля довольно сложный. Кроме того, при отсутствии полной информационной базы трудно прогнозировать развитие ситуации на рынке труда в будущем. В настоящее время различные инструменты используются для измерения потребностей рынка труда и определения наличия нехватки рабочей силы. Этими инструментами являются списки вакансий и регистры, прогнозы (формальные, национальные, количественные, основанные на модели), разовые исследования (в частности, оценка определенных сектора и профессии), а также сценарии. Измерение предложения рынка труда и наличие избытка рабочей силы осуществляется с помощью обследований рабочей силы, анализа баз данных агентств занятости (административных данных) и разовых исследований. Отдельным вопросом является анализ и прогноз ситуации на рынке труда в сфере неформальной занятости. В странах с высокой долей занятости в неформальном секторе экономики (например, в Турции доля неформальной занятости достигает 30%), анализ, основанный на данных о рынке труда, только в формальный сектор экономики является неполным. Вторая проблема при сборе информации для анализа рынка труда является предметом рассмотрения иностранных рабочих. Как правило, опросы населения по занятости охватывают только местное население, выход иностранных рабочих выходит за рамки такого анализа. На основе анализа ситуации на рынке труда выявляются расхождения / дисбаланс, существующие на рынке.

Когда трудовая миграция используется в качестве механизма пополнения дефицита рабочей силы на рынке труда, возникают проблемы:

- Точное определение нехватки / избытка рабочей силы,
- Точные прогнозы воздействия бизнес цикла, изменения уровня заработной платы, поведения кампаний, технологии и инноваций или дополнительные источники трудовых ресурсов,
- Разработка успешных механизмов выбора желаемого / потенциального мигрантов,
- Оперативное влияние на миграционные потоки с учетом изменения спроса / предложения,
- Направление миграционных потоков в регионе испытывает недостаток рабочей силы,
- Обеспечение успешной интеграции на рынок труда и избежание «потери умов».

Особое внимание следует уделять вопросам, касающимся регулирования привлечения и использования низко-квалифицированных трудовых работников. В целом следует отметить, что основной тенденцией является приоритетное внимание к миграции квалифицированных специалистов. Миграция менее квалифицированной рабочей силы чаще всего рассматривается как временная миграция, несмотря на то, что потребность в этом часто бывает долгосрочной. Существующие каналы для легальной экономической миграции низко-квалифицированных работников часто несут временный или сезонный характер. Однако потребность в трудовых ресурсах этой квалификации может быть постоянным или циклическим, что очень трудно отразить в одной миграционной программе. В связи с этим, необходима разработка смешанных, гибридных систем, которые отвечали бы потребностям работников как высокой, так и низкой квалификации.

Экономические реформы в России, направленные на повышение эффективности предприятий и организаций, привели к осознанию того, что предприятия являются одним из важнейших ключей к достижению заявленной цели. Для того, чтобы персонал был высококвалифицированным, имел мотивацию для эффективной работы, менеджеры должны внедрять и использовать в системе управления на предприятии потенциальных трудовых мигрантов.

Кадровый потенциал можно рассматривать в виде резервных рабочих мест, которые потенциально могут быть заполнены работниками определенных, необходимых предприятию, компетенции в результате их опережающего развития и обучения. Важно отметить, что при управлении персоналом необходимо учитывать кадровой специфику, обучение, развитие и совершенствование персонала по профориентации. В то же время необходимо создать основу для формирования долгосрочных человеческих ресурсов - это сотрудники, на которых можно ориентироваться в решениях задач долгосрочного развития предприятия или организации.

Долгосрочные взаимовыгодные отношения между работодателем и работником гораздо выгоднее, краткосрочных. Во-первых минусом смены работников являются затраты на процесс отбора и найма новых сотрудников. Во-вторых сотрудник, проработавший в компании, уносит с собой знания, навыки и умения, на обретение которых были потрачены средства организации. Обученный персонал - ценный актив, который довольно сложно вкладывать каждому новому сотруднику. Поэтому важно правильно сформировать кадровый потенциал организации и поддерживать ее на высоком уровне.

Оптимальность организации труда включает в себя положение о том, что основой принимаемых решений всегда является правильный состав работников. Человеческий капитал позволяет предприятию разрабатывать и выбирать вариант, который обеспечил бы наиболее рациональное и эффективное использование трудовых и материальных ресурсов, соответствующих поставленным задачам.

Рассмотрение кадрового потенциала возможно в экономическом и социальном аспектах. Первый определяет эффективность, результативность предприятия в целом, а второй учитывает соответствующий подход с этих позиций до личных качеств работника.

Общая проблема кадрового обеспечения на российском рынке выражается в высокой стоимости труда, нехватке как неквалифицированного, так и квалифицированного персонала. Характерной особенностью является то, что высокая стоимость труда не особенно значительна, как это видно в развитых странах. На первом месте все чаще прослеживается нехватка квалифицированного персонала, в том числе, помимо прочего, развитие деловой активности, такую как наличие материальных ресурсов, машин, оборудования и финансовых ресурсов.

Можно выделить основные компоненты трудового потенциала сотрудника:

- психофизиологический компонент формирует состояние здоровья рабочего, его выносливость, работоспособность, тип темперамента, нервную систему, способность и склонность;
- социально-демографический компонент включает в себя половые и возрастные характеристики и социальный статус;
- квалификационная составляющая - уровень образования, наличие специальных знаний, опыт работы, навыки работы, способность к новаторству мышления, профессионализму;
- личностный компонент - дисциплина, моральные принципы, ценностная ориентация, возможность мотивация, интересы.

В то же время, при формировании кадрового потенциала, нужно учитывать следующие характеристики: профессионально-квалификационные, демографические, медико-биологические, психофизиологические, социальные, идеологические и политические, моральные и другие.

Стратегия развития кадрового потенциала на предприятии способствует созданию надежных механизмов, которые позволили бы достичь главной цели -

повышения эффективности всего предприятия и привлечения персонала к выполнению корпоративных задач.

Таким образом, система формирования кадрового потенциала должна быть многогранной и включать целый ряд мер для обеспечения такого трудового потенциала предприятия, который будет направлен на создание долгосрочных взаимовыгодных отношений с сотрудниками организации.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что эффективное и целенаправленное использование кадрового потенциала, его управление в целях повышения конкурентоспособности предприятия невозможно без организованной системы формирования кадрового потенциала предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Трудовой кодекс РФ 2017 Актуальная редакция с Комментариями по состоянию на 19.07.2017 [Электронный ресурс] URL: [www. http://tcodeksrf.ru/oglavleniye](http://tcodeksrf.ru/oglavleniye)
2. Налоговый кодекс РФ 2017 Актуальная редакция с Комментариями по состоянию на 19.07.2017 [Электронный ресурс] URL: [www.http://ncodeksrf.ru/](http://ncodeksrf.ru/)
3. Правила и порядок приема на работу иностранных граждан в Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: [www.http://turdocs.com/immigration/to-russia/priem-na-rabotu-inostrannyh-grazhdan.html](http://turdocs.com/immigration/to-russia/priem-na-rabotu-inostrannyh-grazhdan.html)
4. Иванов Г. С. Влияние внешней трудовой миграции на структуру социально-трудовых отношений в Российской Федерации: монография. - Директ-Медиа - 2015 год – 155с.
5. Прудникова Т. А., Акимова С. А., Егоров С. А. Правовые и организационные особенности миграционной политики в ряде зарубежных стран: учебное пособие. - Юнити-Дана • 2015 год • 135 страниц

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Батуро А.А.

Псковский Государственный Университет

На сегодняшний день в большинстве российских организаций существует высокая потребность в эффективном управлении персоналом. Наблюдается несоответствие между растущей потребностью в обеспечении функций управления персоналом и состоянием как кадровых служб, отвечающих за этот вопрос, так и руководящих уровней организации. Разумным шагом для наиболее эффективного повышения качества управления является смена самой парадигмы взаимодействия и управления персоналом, включающая введение новых и усовершенствование уже устоявшихся принципов и законов управления.

В большинстве организаций функции управления персоналом распределяются между различными подразделениями, участвующими в решении кадровых вопросов. На данный момент кадровые службы не способны в полной мере обеспечить весь спектр мер по управлению персоналом. Это объясняется тем, что их влияние на эффективность работы компании минимально, а престиж среди других уровней организации всё ещё не высок.

В обязанности кадровой службы входят действия по контролю, учёту, мотивации персонала, регулированию взаимоотношений как между уровнями организации, так и между сотрудниками, относящимся к одному звену. [2] Однако, руководство служб, контролирующих эти процессы, до сих пор больше надеются на действия со стороны руководства организации, оценивая свою роль в данном вопросе, как вспомогательную.

Стоит отметить и сложившиеся рабочие традиции, сильно сказывающиеся на психологическом состоянии и системе личных убеждений сотрудника. Стрессы, давление, неуверенность и неопределенность всё чаще проявляются в жизни сотрудников современных организаций. Это усложняет принцип поощрения и систему мотивации/стимулирования персонала. Чаще всего это проявляется в связи с приемом на работу, при выдвижении испытательного срока или других предварительных условий, полной зависимостью материального поощрения от принесенной пользы организации и другими факторами.

К наиболее важным современным проблемам управления персоналом также можно отнести такие как: низкая квалификация персонала и руководящего звена, уход квалифицированных работников, отсутствие доверия между сотрудниками, неудовлетворительный морально-психологический климат, недостаточная мотивация сотрудников и, как следствие, безынициативность со стороны персонала. [4]

Успешное развитие потенциала организаций в современных условиях в большей степени зависит от конкурентоспособности персонала, которая достигается постоянной переподготовкой персонала, повышением квалификации, стратегическим планированием и профессиональной ориентацией. В Российской Федерации рынок образовательных услуг до сих пор считается несопоставимым с реальными потребностями рынка квалифицированного труда: качественный уровень работников существенно уступает требованиям, предъявляемым на международном рынке труда. Периодичность повышения квалификации практически всех категорий персонала продолжает расти и составляет в настоящее время для руководителей

и специалистов в среднем семь-восемь лет, в то время как в странах Западной Европы и Японии – три-пять и три-шесть лет соответственно. [3]

Данная статистика, для России, не соответствует как «Закону компетентности управленца», так и «Закону актуальности». Поэтому, именно сейчас наступает время, когда необходимо уделять более пристальное внимание планомерной подготовке и, особенно, переподготовке квалифицированных специалистов. Тем не менее, большинство российских компаний продолжают жить одним днем, сосредоточивая все внимание на решении текущих проблем.

Особое место в процессе усовершенствования управления персоналом занимает проблема «устаревания». Рассматриваемая проблема имеет место в том случае, если отдельный сотрудник использует точки зрения, теории, понятия и методы, которые являются менее эффективными при решении проблемы, чем другие, существующие в настоящее время. Стоит отметить, что не всякий случай неэффективности управления персоналом организации связан с процессом «устаревания». Лень, недостаточное понимание, перегрузка другими обязанностями также могут привести к неэффективности. Но расходы компании на разработку и принятие второсортных решений, зачастую, намного больше, чем расходы, необходимые для преодоления «устаревания» своего персонала. [1]

Также, практика в сфере управления персоналом показывает, что в любой организации в результате сочетания разных причин неминуемо наличие конфликтов. Конфликты могут возникнуть как при несогласованности действий между сотрудниками, так и из-за недовольства персонала оценкой их работы руководителем. В случае очень серьезных конфликтов может иметь место даже смещение организационных целей.

Исследования психологов показывают, что наличие «хорошего непосредственного начальника» является самым необходимым фактором эффективного руководства коллективом. Неурядицы в отношениях с непосредственным начальником часто приводят к психологическим срывам у сотрудников.

Таблица 1 - Основные проблемы в области управления персоналом

Проблема	Формулировка	Пути решения
«Лучший ученик»	Руководителем назначается лучший сотрудник. В большинстве случаев такой сотрудник имеет достаточную компетенцию только в своей сфере, а в остальных сферах разбирается	Здорово подходить к выбору сотрудника на руководящую должность. Проводить конкурс.

	поверхностно.	
«Свой парень»	Понятие управления подразумевает конфронтацию между руководством и подчиненными. Не всем нравится, когда им подкидывают дополнительную работу. В таких случаях руководителю приходится привыкнуть с возникающим негативом и сопротивлением.	Находить подходы и частные пути решения в зависимости от причин недовольства сотрудников.
«Позитивная проекция»	Стремление придать окружающим свои черты характера.	Не стоит забывать, что каждый сотрудник – индивидуальная личность, имеющая собственный взгляд на вопрос или ситуацию.
«Звезда цирка»	По мнению руководителя, если сотрудник получает зарплату либо другие поощрения, то он обязан работать на износ.	Обратить внимание на соответствие размера поощрений и объема выполняемых сотрудником работ.
«Синдром старшего»	Руководитель специально сохраняет дистанцию между собой и подчиненными.	Участие в жизни коллектива.
«Текучка кадров»	Уход квалифицированных работников из-за неправильного формирования кадровой политики.	Изменить подход к управлению кадрами.
«Разница в зарплате»	Руководитель получает в разы больше, чем сотрудник.	Проверить на соответствие требованиям.

Основным способом достижения результатов в управлении персоналом является постоянный мониторинг существующих проблем. Необходимо постоянно повышать навыки в сфере управления персоналом для профилактики возникновения различного ряда проблем.

В таблице 1 отражены наиболее частые и острые проблемы, встречающиеся в сфере управления персоналом:

Хороших результатов добиваются те компании, которые ориентированы на перспективу инновационного управления трудом. Ведущие зарубежные организации предлагают своим работникам необходимые условия для периодического повышения квалификации, увеличения полномочий, самосовершенствования. Всё это они получают взамен занятости, вознаграждения и жестких организационных структур. Это приводит и к

совершенствованию менеджмента – формированию новых моральных ценностей, разделяемых всем персоналом организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Адизес И. К. Управление жизненным циклом корпораций. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 512с.
2. Друкер П. Ф. Классические работы по менеджменту. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 218с.
3. Зайнагутдинова А.Н., Галеева З.Ф. Проблематика управления персоналом организации в России// Научное сообщество студентов XXI столетия, 2013. Электронный ресурс] – Режим обращения: <http://sibac.info/archive/economy/Economy05.11.2013.pdf>
4. Купцова А.С., Родин Д.В. Примеры актуальных проблем управления персоналом на современном этапе. [Электронный ресурс] – Режим обращения: <http://www.unn.ru>.
5. Кибанов А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. – М.: Проспект, 2016. – 64с.
- 6.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИИ HR-МЕНЕДЖЕРА В МИРЕ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Бодякина С.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время информационные технологии являются платформой для развития многих отраслей и рынков. Рынок труда не исключение. Он достаточно быстро и динамично меняется и развивается, поэтому сложно сказать каким он будет через 20-30 лет. Через несколько десятилетий искусственный интеллект превзойдет нас во многих сферах, которые мы считаем особенными для себя. Это большой вызов для нашей эпохи, считает исследователь Виктор Майер-Шонбергер. [1] Многие ученые и исследователи стараются ответить на этот вопрос уже сейчас, чтобы люди могли усовершенствовать свои ЗУН и быть востребованными на будущем рынке труда. Те, кто сейчас об этом не задумывается, вполне вероятно окажутся «аутсайдерами», которых легко могут заменить высокоразвитые технологии. Компьютеры завоевывают сферы, которые раньше считались глубоко человеческими. На данный момент составлены списки тех профессий, которые с наибольшей или наименьшей вероятностью могут исчезнуть в результате автоматизации. Среди этих списков пока нету профессии HR менеджера. И нас,

как будущих HR-ов это радует. Само название подразумевает собой «управление человеческими ресурсами». Страшно подумать, что если автоматизировать и эту профессиональную область, то компьютер будет управлять человеком. Но не стоит расслабляться и нам. Современные роботы прекрасно справляются с рутинными задачами также и специалистов сферы HR: они проводят собеседования, ведут учет персонала и даже прогнозируют поведение сотрудников. Таких компьютерных HR называют ботами. Рассмотрим несколько из них [2]:

1. «Связной-бот» Летом 2016-го портал для поиска работы и сотрудников Superjob.ru совместно с ритейлером «Связной» запустили бота-рекрутера в Telegram. @Svyaznoyhrbot предлагает активным соискателям выбрать одну из доступных вакансий в «Связном» и пройти блиц-интервью с чатботом. Бот задает кандидатам вопросы и проводит первичный отбор, оценивая их базовые знания и компетенции в определённой области. На сегодняшний день пройти собеседование с ботом можно на две позиции - программист в центральный офис и менеджер по продажам в розничную сеть. Особенность @Svyaznoyhrbot в том, что он не просто задает вопросы, подготовленные при участии будущих руководителей кандидата, но и реагирует на ответы соискателя, создавая при этом положительный эмоциональный настрой.

2. Beesenser HR-bot. Белорусская ИТ-компания «Альтарас» разработала программу «Beesender HR Bot», помогающую использовать чат-боты для обучения, тестирования и опросов сотрудников и кандидатов. Преимущество технологии Beesenser в том, что чатботы могут настраиваться без привлечения программистов-разработчиков. Рекрутер или корпоративный тренер сможет настроить чатбот всего за 2-3 часа. Для этого достаточно во встроенном конструкторе заполнять карточки с материалами занятий или тестов. Также возможно проведение тренингов - подача материалов реализована по методологии микро обучения (microlearning). Каждый урок можно пройти за 5-10 минут, после чего необходимо сдать тест. Программа не пропустит на следующий урок, пока не будет успешно сдан тест. После окончания курса программа распечатывает протокол о прохождении курса (инструктажа) с подробными результатами тестирования. Благодаря этой функциональности Beesender HR Bot интересен не только в области обучения для развития softskills, но и в сфере мониторинга обязательных компетенций (противопожарная безопасность, охрана труда, регламенты работы).

3. Robot Vera. «Добрый день, меня зовут Вера. Вам необходимо пройти со мной

короткое собеседование. Расскажите о своем опыте работы», – так специалист по подбору персонала начинает интервью с потенциальным соискателем. Интервью проводит виртуальная миловидная девушка, которая всегда вежлива и умеет задавать точные вопросы. Вера – робот. Она работает круглые сутки, не зная усталости: обзванивает кандидатов, разместивших вакансии на рабочих сайтах и принимает звонки от соискателей. Своим «рождением» Вера обязана проекту российской компании Staforу, стартовавшему в 2015 году. Робот умеет проводить собеседование с потенциальным кандидатом на какую-либо должность, считывать все эмоции, анализировать разговор и определять, подходит ли соискатель для заявленной вакансии или нет. В отличие от обычного рекрутера, робот за час может обзвонить и провести собеседование с 10 тысячами человек. На сегодняшний день Вера приняла на работу уже более 400 человек.

4. Ассистент по подбору персонала «XOR». XOR – это уникальный проект масс-найма на вакансии X5 Retail в магазины «Пятерочка» и «Перекресток». Бот умеет подбирать вакансии рядом с домом (используя геолокацию кандидата или адрес, который он ввел в ответ на вопрос робота) и записывать кандидатов на интервью. XOR позволяет прямо из Slack, Telegram или Facebook Messenger искать работу или специалистов в ИТ-сфере по всему миру. На подходе Skype (немалое количество российских команд и сообществ до сих пор сидят в нем). База данных вакансий и позиций пополняется за счет отдельных пользователей, а также профессиональных сообществ, где подключен XOR. За 4 месяца пилотного проекта с роботом успели пообщаться более 20 000 кандидатов.

5. Hh.ru бот. У hh.ru появился дружелюбный робот в мессенджере Telegram — HH robot. По вашему запросу он присылает несколько новых вакансий и предлагает подписку на обновления. Робот ищет вакансии по запросу — в зависимости от города, размера зарплаты, по должности или ключевым словам. Если вы ищете работу не в столицах, на вопрос о городе введите название населенного пункта вручную. По умолчанию робот предлагает 5 вакансий. Получив результаты, пользователь может посмотреть еще 5 объявлений, изменить параметры запроса или подписаться на вакансии: робот будет присылать их ежедневно. Чат-бот поддерживает работу с Viber, Telegram, Facebook Messenger и Slack, также компании могут использовать собственный интерфейс. Полученные ответы бот вносит в заявки, чтобы рекрутер сразу мог отобрать подходящих под основные требования соискателей. С ними бот может договориться о времени собеседования, остальным сообщит об отказе или же

предложит другие вакансии, если они имеются у работодателя. С одной стороны, кажется, что боты лишь помогают рекрутерам и HR-ам выполнять самую тяжелую работу: обзванивать тысячи людей, договариваться о собеседованиях и тестировать их. Дальше, вроде как, дело за человеком. Но не исключение, что дальнейшее собеседование, тестирование и прием на работу будет проводить компьютер. Таким образом HR менеджер отдает несколько своих трудовых функций компьютеру или вовсе умирает профессия рекрутера. Нам следует учитывать долгосрочную перспективу, даже если компьютеры превзойдут нас, мы останемся самыми творческими созданиями в мире, если только совершенно не подавим этот аспект человечности в себе. Таким образом на рынке труда появляются новые профессии в сфере HR, требующие от нас креативности, творчества, идей, вдохновляющие людей. Именно эти навыки будут цениться на будущем рынке труда на равне с машинами. К таким профессиям в сфере HR относятся [3]:

1. Менеджер по работе с талантами. Талантливые кадры – ключевой актив компаний. Более 80% российских компаний считают обучение сотрудников важным стратегическим шагом для дальнейшего развития компании. Бюджет, выделяемый на обучение и повышение квалификации сотрудников в 2017 году, по прогнозам, превысит показатели предыдущего года на 12-15%. Но мало этот талант найти и развить, важно уметь им управлять. Пока менеджеров по управлению талантами в российских компаниях единицы.

Менеджер по работе с талантами будет: искать новые таланты для компании, в том числе благодаря нетворкингу, посещению профильных мероприятий и студенческих конференций, развивать таланты сотрудников, их лидерские и творческие качества. отслеживать перемещение талантов внутри компании, обеспечивать ротацию кадров, консультировать и помогать сотрудникам в персональном росте.

2. Менеджер по работе с сообществами внутри компаний. Сотрудники внутри компании связывают общие хобби, ценности, интересы. Такие «объединения по интересам» не просто сплачивают коллег, но и обладают большим потенциалом для развития бизнеса компании. Во-первых, внутри сообществ в неформальной обстановке могут рождаться интересные идеи и проекты, связанные с работой. Во-вторых, через сообщества компания может доносить свои идеи и ценности до сотрудников. В-третьих, по мере развития созданные сообщества могут расти и даже выходить за пределы компании во внешний мир и, таким образом, превращаться в мощный PR-инструмент компании.

3. Менеджер по корпоративной культуре. Сегодня все больше кандидатов на собеседовании спрашивают о корпоративной культуре в компании. И это не праздное любопытство. Сотрудникам важно работать в компании, у которой есть достойные ценности и миссия, а также где царит комфортная и дружеская психологическая атмосфера. Поэтому в ближайшем будущем должен выделиться еще один тип HR-специалиста, который возьмет на себя роль евангелиста компании и будет пропагандировать ценности, нормы и принципы компании внешней и внутренней аудитории. Им станет менеджер по корпоративной культуре. Его задачи: выстраивать бренд компании-работодателя, развивать и защищать корпоративную культуру компании, согласовывать цели сотрудников с целями компании.

Таким образом, нам как будущим специалистам HR, стоит больше обращать внимание на такие аспекты как HR-бренд, корпоративная культура, управление талантами, PR и некоторые другие. Тогда наша профессия «проживет» на рынке труда гораздо дольше.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Новости высоких технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hi-news.ru/> (дата обращения: 03.03.2017)
2. Бизнес, технологии, идеи, модели роста [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vc.ru/> (дата обращения: 03.11.2017).
3. Управление персоналом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://upravlenie-personalom-hr.blogspot.ru/> (дата обращения: 10.10.2017).

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ ИННОВАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ЕЕ РАЗВИТИЯ

Гарнова Я. Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время в экономике сформировалась новая модель устойчивого экономического роста, заключающаяся в использовании знаний и инноваций как важнейших экономических ресурсов. Инновации являются одним из факторов, позволяющих организациям поддерживать свою конкурентоспособность, а предпосылкой и условием инновационного процесса служит наличие в организации инновационного потенциала и инновационной культуры. Инновационная культура – это восприимчивость людей к новым

идеям, их готовность и способность поддерживать и реализовывать новшества [6].

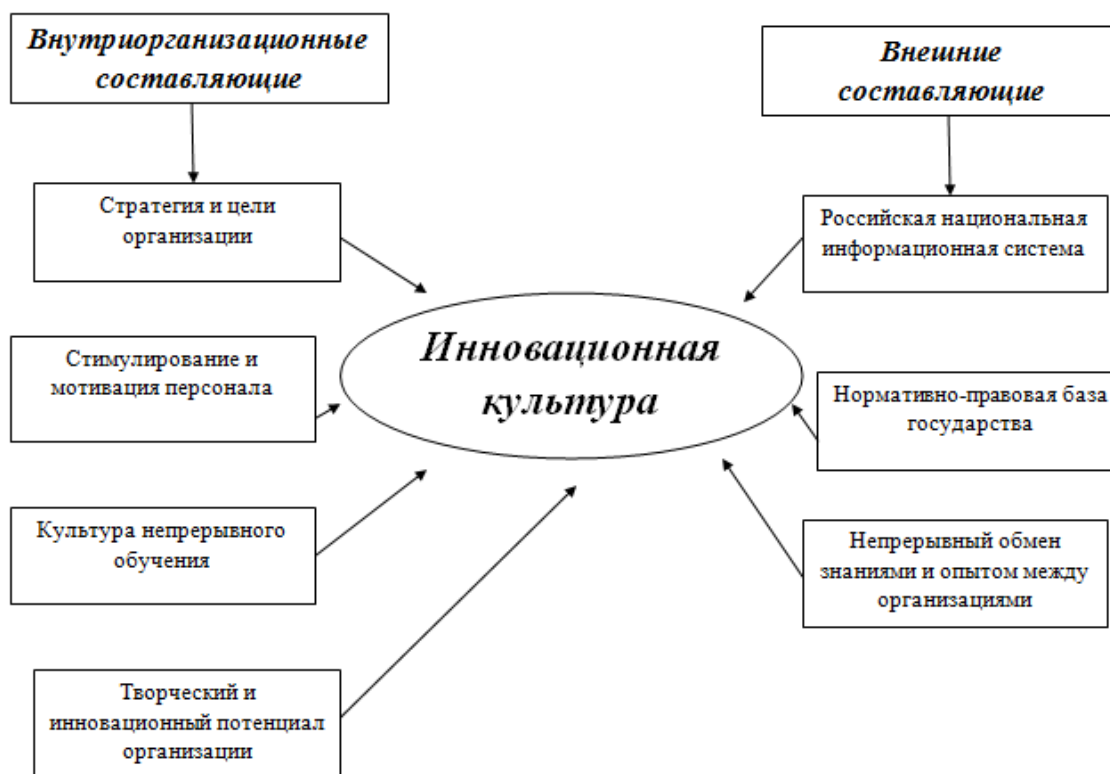


Рис. 1 Факторы, влияющие на формирование инновационной культуры

Она напрямую связана с развитием творческих способностей человека и реализацией креативного потенциала. Но, несмотря на это, инновационная деятельность в России весьма слабо развита. Мы очень часто сталкиваемся с консерватизмом мышления и отсутствием творческого подхода к решению экономических, политических, социальных проблем общества. Именно эти факторы являются одной из причин задержки развития культуры инноваций и благоприятного инновационного климата России. Также ни государственный, ни частный сектор не проявляют достаточной заинтересованности во внедрении инноваций. Уровень инновационной активности отечественных предприятий заметно уступает ведущим странам в этой сфере. В начальный период преобразования рыночной экономической системы разработка и внедрение инноваций в деятельность отечественных предприятий осуществляли только 4,8% от общего числа отечественных предприятий России. [1] Согласно данным Федеральной службе государственной статистики инновационная активность российских организации в 2010 году составляла 9,5%, в 2011- 10,4%, в 2012- 10,3%, в 2013- 10,1% , в 2014 – 9,9%, в 2015 году

активность составляла 9,3% и наконец в 2016 году- 8,4%.[14]. Можно отметить снижение инновационной активности в последние годы. Причины этого мы рассмотрим немного позже.

Привлечение к труду высококвалифицированной рабочей силы, полная реализация интеллектуального потенциала невозможны в рамках традиционного подхода к управлению трудом и персоналом. Устаревшие технологии и массовая продукция не предъявляли к работнику таких требований, как: гибкость мышления, совершенствование коммуникативных процессов, четкая согласованность действий в условиях неопределенности результатов, которые необходимы организациям в целом для создания инновационной культуры и инновационного потенциала.

Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что в последнее время все большее внимание начинает уделяться разработке и развитию инновационного потенциала персонала и инновационных стратегий организации. Основными задачами предприятий является увеличение денежных потоков, улучшение имиджа предприятий, захват новых рынков, создание конкурентных преимуществ, а так же выживание в долгосрочной перспективе. Средствами достижения целей, т. е. стратегиями, при этом служат как интенсивное развитие всех элементов производственно-хозяйственной системы предприятия, так и их инновационное развитие. Появление нововведений и перенос их в практическую деятельность организаций – сложный процесс, в котором проявляются острые противоречия между возникающим и отмирающим, между стабильностью и инновационным развитием, которое невозможно представить без ошибок.

Какие же пути решения проблемы инновационной культуры существуют?

Во-первых, это изменения в управлении организационной культурой. Организационная культура – это практически неизменная черта, характеристика организации. Но все мы осознаем, что для развития инновационной культуры необходимо совершенствовать организационную. Одной из самых важнейших составляющих организационной культуры в целом и инновационной культуры в частности – это развитие культуры непрерывного обучения и изменений. В системе управления инновационной деятельностью организации обучение является ключевым элементом, который соединяет воедино стратегию, сам инновационный процесс, ресурсы и структуру организации. Обучающая среда позволяет организации непрерывно получать те преимущества, которые предоставляет инновационная деятельность. В свою очередь, такое постоянство требует непрерывного потока идей и эффективных

путей их коммерческой реализации. Поток новых идей должен формироваться путем использования эффективных механизмов отбора и развития наиболее перспективных идей [7]. Таким образом, стратегия сочетается с инновационным процессом и творческим использованием ресурсов. В задачи организации входит создание обстановки постоянного обучения, развитие способности совершенствования процессов генерации и распространения знаний, технологических и инновационных платформ, основных знаний и умений. Инновационное развитие, безусловно, ведёт к преобразованию и совершенствованию человека как работника. Это проявляется в повышении квалификации, повышении уровня образования в целом, расширении и постоянному обновлению знаний, умений и навыков для освоения новых научных идей. В современных рыночных условиях организация и работник взаимосвязаны. Совершенствование технологий позволяют увеличивать доходы, соответственно повышать заработную плату, которая ведёт к улучшению условий жизни работника, что создает благоприятные условия для повышения образования. В свою очередь, новые знания и умения, полученные во время обучения, могут привести к появлению новых технологий. Для поддержания конкурентоспособности и извлечения все большей прибыли организациям необходимо вкладывать деньги в обучение своих кадров – это и есть прямая зависимость между финансированием обучения работников и ростом инновационного капитала. По данным Федеральной службы государственной статистики доля занятых, участвующих в непрерывном образовании в России составляет 56,5 % . К ним относятся : занятые освоением образовательных программ, освоением дополнительных образовательных программ, занятые дополнительным обучением на работе, посещением мероприятий просветительского характера, занятые самообразованием.[17]

Во-вторых, это изменения в стимулировании и мотивации персонала. Инновационный потенциал организации включает ресурсы, необходимые для достижения положительных инновационных результатов: материальные, финансовые, информационные, организационные [2]. Но самым важным инновационным ресурсом, безусловно, является человек и персонал в целом, потому что только человек способен вырабатывать и эффективно реализовывать как свои, так и чужие идеи и проекты. Отсюда следует, что в инновационной организации возрастает роль мотивации и стимулирования персонала. Влиять на работников можно преимущественно косвенно, заменяя традиционное управление реализацией стилей руководства,

которые предполагают соучастие, признание личных заслуг конкретных специалистов, гласность результатов деятельности, предоставление информации для самооценки. Снижается роль материальной мотивации, а потребность в самореализации, всеобщем признании, успехе и саморазвитии для специалиста, занятого инновационной деятельностью, выходят на первый план. Однако роль денег не стоит недооценивать. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики среднемесячная номинальная начисленная заработная плата занятых в технической, научно-инновационной деятельности в июне 2017 года составила 61457 рублей, в июле- 58566 рублей, в августе – 55054 рублей. [15] А средняя заработная плата по Нижегородской области 27, 5 тысяч рублей по данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. [16]

В-третьих, совершенствование нормативно-правовой базы государства. Основным барьером для внедрения инноваций на современных отечественных предприятиях является несовершенная нормативно-правовая база государства. Прежде всего – это недостатки в таможенном, налоговом и антимонопольном регулировании деятельности организаций в сфере инноваций, необходимость усовершенствования прав защиты интеллектуальной собственности. Устранение данных проблем не может обойтись без соответствующей реакции органов государственной власти. Необходима поддержка и защита на законодательном уровне инновационной деятельности отечественных субъектов хозяйствования. Это может проявиться в предоставлении государственной материальной помощи или путем предоставления соответствующих налоговых льгот организациям, внедряющим инновации или генерирующим новшества [5]. Например, в США после Второй Мировой войны в рамках налогового законодательства действовали особые правила, направленные на стимулирование Научно-Исследовательских и Опытно-Конструкторских Работ и организации работы предприятий в сфере инноваций. С 1954 года существовала система вычета из налогооблагаемой суммы расходов на эксперименты и исследования в текущем году или амортизации этих расходов в течение 5 лет. Кроме того, дополнительные налоговые льготы были предусмотрены на расходы на образовательные и исследовательские цели, представляющие общественные интересы. В Канаде налоговые стимулы действуют с начала 60-х годов, а с 1967 года была введена специальная система грантов по стимулированию деятельности организаций в сфере инноваций. В Швеции налоговые льготы для организаций, внедряющих инновации

в производство, применяются с 1973 года. Подлежащие к освобождению от налога суммы равняются 10% затрат на Научно-исследовательские и Опытно-Конструкторские Работы, а так же специальная 20% скидка предусмотрена с суммы прироста исследовательских затрат по сравнению с уровнем предыдущего года [6].

В-четвертых, это создание российской национальной инновационной системы. Как нами было отмечено ранее, мировой опыт показывает возможность решения проблем повышения конкурентоспособности предприятий на рынках через формирование национальных инновационных систем, обеспечивающих эффективное взаимодействие в треугольнике «наука – бизнес – государство», объединяющих научно-технические, экономические, финансовые и организационные факторы создания и нововведений. Очевидно, что главный итог развития науки и технологий в XX веке – это не только массовые научные открытия, но и создание новых перспективных рынков товаров и услуг. Важнее другое – формирование в экономике системы производства инноваций как нового механизма саморазвития, в рамках которого постоянно и непрерывно зарождаются и реализуются экономически успешные нововведения [3].

В-пятых, необходим обмен знаниями и опытом между субъектами хозяйствования через проведение различных международных выставок, конференций, создание объединений организаций. Данные действия предоставят широкий спектр информации о достижениях в сфере деятельности, покажут на примерах эффективность каких-либо инноваций для искоренения сомнений по поводу внедрения новшеств в организацию.

В заключении хотелось бы отметить, что существует ряд преград, мешающих внедрению инноваций в деятельность российских предприятий. Активная инновационная деятельность предприятия позволяет максимально оптимизировать все внутренние управленческие и производственные процессы организации, привести организационную структуру предприятия в соответствие с его целями и задачами, создать необходимую инновационную культуру, максимизировать прибыль от положения предприятия на рынке во время той или иной стадии его жизненного цикла. Но стоит отметить, что эффективная реализация инновационной деятельности современными предприятиями невозможна без активного содействия органов власти, которое немыслимо при отсутствии четко определенной модели инновационного развития национального хозяйства и мер государственной политики по ее формированию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Долженкова О. В., Горшенина М. В., Ковалева А. М. Проблемы внедрения инноваций в России. Пути их решения // Молодой ученый. – 2012. – №12. – С. 208-210.
2. Управление персоналом организации. Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: Инфра-М, 2010. – 695 с.
3. Горнфинкель В. Я. Малый бизнес: учеб. пособие. / В. Я. Горнфинкель. – М.: КноРус, 2011. – 336 с.
4. Максимов Н. Н. Основные принципы и задачи инновационной деятельности организаций в современных условиях // Молодой ученый. – 2013. – №10. – С. 344-347.
5. Полетаев В. Э. Государство и бизнес в России: инновации и перспективы: Монография / В. Э. Полетаев. – М.: Инфра-М, 2010. – 282 с.
6. Рюмина Ю. А. Зарубежный опыт налогового стимулирования инновационной деятельности // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. – 2012. – № 3 (19).
7. Управление персоналом и культура инновационной организации
8. Стратегический ресурс XXI века – инновационная культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://inno-mir.ru/innovation-culture> (дата обращения 08.10.2017).
9. Культура инновационной организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://studbooks.net/1306778/menedzhment/kultura_innovatsionnoy_organizatsii (дата обращения 08.10.2017)

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК ПРОФИЛАКТИКА ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ

Демина А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Конфликты в трудовом коллективе явление не редкое. Под конфликтом принято понимать столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, взглядов и мнений двух или нескольких людей, а также это вид противоречия, который может привести или к развитию деятельности организации, или к ее угасанию [4].

Причины, вызывающие конфликты весьма разнообразны, но, так или иначе, они оказывают влияние на поведение персонала, нередко приводящие к текучести кадров.

В настоящее время менеджеры организаций должны своевременно управлять конфликтами, так как это оказывает прямое воздействие на эффективное использование человеческих ресурсов. [3, с.56]

Управление конфликтом понимается как целенаправленное, обусловленное объективными законами, воздействие на его динамику в интересах развития или разрушения той социальной системы, к которой имеет отношение данный конфликт. [8]

Ряд авторов полагают, что это целенаправленное воздействие на его ход с целью развития или разрушения отношений между отдельными индивидами, группами, а также развития или разрушения социально-экономической системы, в которой происходит конфликт; как деятельность третьей стороны по воздействию на конфликт с целью изменения его развития; как деятельность по обеспечению развития конфликтного взаимодействия, направленная на минимизацию в нем кризисов и деструктивных последствий.[7, с.829]

Специалисты выделяют несколько групп методов управления конфликтами. Это: внутриличностные, структурные, межличностные. Межличностные методы включают: уклонение, сглаживание, а также решение проблемы. Руководитель, отдающий предпочтение данным методам управления конфликтами готов признавать различия во мнениях и может ознакомиться с разными точками зрения, с целью выявления причин конфликтов и определения курса действий, приемлемых для всех сторон. Переговоры представляют широкий набор тактических приемов, направленных на поиск взаимоприемлемых решений для конфликтующих сторон.

Возникающие проблемы лучше всего решать позитивными формами разрешения конфликтов. К которым, можно отнести компромисс как соглашение на основе взаимных уступок. Компромиссы различают по видам: добровольные (на основе соглашения по определенным вопросам) и вынужденные (навязываются сложившимися обстоятельствами). В случае невозможности достижения компромиса, руководитель может подвести конфликтующие стороны к консенсусу (выражение согласия с аргументами противника в споре). В процессе управления конфликтами важна профилактика конфликта - создание субъективных предпосылок и объективных условий, способствующих разрешению предконфликтных ситуаций неконфликтными способами. [1, с.177]

На примере ООО «Спорт-Бар» было проведено исследование и рассмотрены вопросы управления конфликтами с целью профилактики текучести кадров. [5] В коллективе предприятия работает 58 чел, но штат предприятия изменяется в разные временные периоды, что связано с открытием летних веранд в весенне-летний период и обслуживанием большего числа клиентов. Динамика численности за 2016г представлена в табл. 1.

Коэффициент стабильность кадров уменьшается с каждым сезоном, что связано со сменой в среднем 25% персонала в период «весна-лето». По инициативе администрации в связи с временным договором, увольняется 54% сотрудников (15/28), 46% работников (13/28) увольняется по собственному желанию (из которых только 23% увольняются по причинам личного характера, остальные по причинам возникших на предприятии проблем), что вызывает беспокойство администрации.

Таблица 1 - Сезонная динамика численности персонала

Показатели	сезоны				за год
	зима	весна	лето	осень	
численность на начало периода	57	53	63	66	57
поступило	0	16	13	0	29
выбыло	4	6	10	8	28
в т.ч. по собственному желанию	4	4	3	2	13
по инициативе администрации	0	2	7	6	15
численность персонала на конец периода	53	63	66	58	58
среднесписочная численность	55	58	64,5	62	58
коэф. по приему	0	0,28	0,20	0,00	0,50
коэф. по выбытию	0,07	0,10	0,16	0,13	0,49
коэф.текучности	0,07	0,07	0,05	0,03	0,23
коэф. стабильности кадров	0,93	0,90	0,84	0,87	0,51

Исследование показало, что большая часть уволившихся сотрудников – это официанты. Результаты оценки причин текучести представлены в табл. 2.

Таблица 2-Соотношение этапов возникновения конфликтов.

Категория работников	Этапы возникновения конфликта							Итого, %
	встреча клиента	прием заказа	подача блюд	процесс расчета	дополнительные услуги	работа с работниками кухни	Прочее	
Официант (новичок)								71
Официант (штат)								28
Итого %	25	25	60	75	25	75	25	

На основании оценки этапов возникновения конфликтов, можно сказать, что наиболее часто возникают конфликты у новичков. В большей степени

сотрудники конфликтуют с клиентами на этапах расчета за заказ и с работниками кухни.

На рис. 1 представим причины конфликтов в коллективе ООО «Спорт-Бар». Причинами данных конфликтов являются: долгий процесс расчета гостя, что связано с тем, что официанты пробивают чеки в едином компьютерном узле. А поскольку один официант обслуживает несколько столиков, то гостям приходится ждать расчета, что вызывает их недовольство.

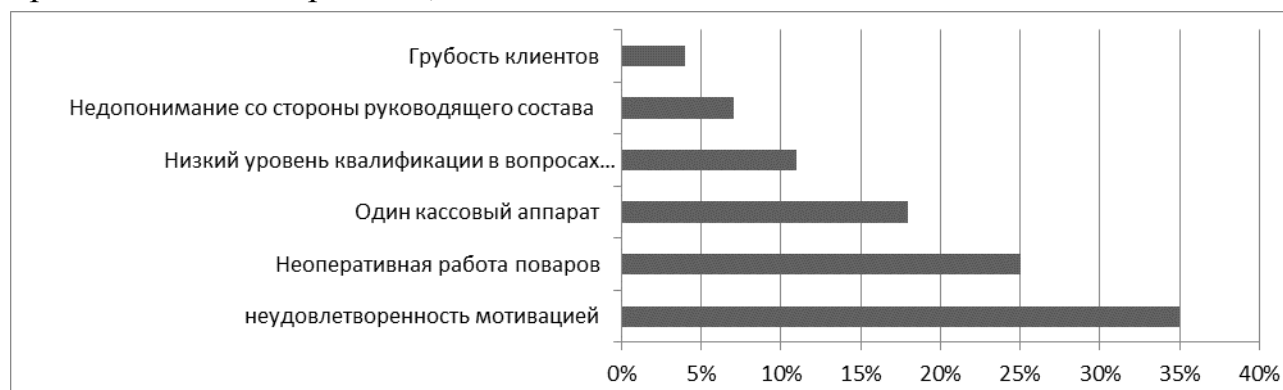


Рисунок 1 – Основные причины конфликтов в ресторане

Также, конфликты возникают в процессе работы с работниками кухни, что связано с низкой оперативностью работы сотрудников кухни при выполнении заказа. Причиной чего является устаревшее оборудование и несвоевременная подача заявок от официантов.

Неудовлетворенность гостей культурой обслуживания официантов порождает конфликт между менеджерами и официантами, что еще больше усугубляет психологический микроклимат в коллективе. В результате недовольства клиентов, снижается общий уровень культуры обслуживания, гости ресторана пишут жалобы на работу официантов и менеджеров. А наличие жалоб, является решающим критерием, для отмены стимулирующих надбавок данным категориям сотрудников. В результате чего, средняя заработная плата официантов составляет 11-12 тыс. руб. Неудовлетворенность заработной платой, работа, требующая больших физических усилий, регулярные конфликты «менеджер-официант», приводят к тому, что сотрудники ресторана принимают решение об увольнении. Следовательно, для того, чтобы снизить уровень текучести следует разработать мероприятия по управлению конфликтами в ресторане, которые будут способствовать снижению текучести кадров:

1. Для того, чтобы снизить конфликты в процессе обслуживания гостей, следует провести повышение квалификации официантов. Для этого, можно использовать метафорические игры, которые направлены на развитие навыков:

наблюдательности, умение выслушать собеседника, быстро определить потребности клиента, выбрать конструктивный стиль взаимодействия.

2. Для снижения причин конфликтности во время расчета гостя предлагается внедрить систему «Poster». Это система облачных технологий расчета с клиентами в ресторанах и барах. Внедрение данной системы позволит принимать заказы и мгновенно отправлять их на кухню, что повысит оперативность работы поваров. Она получила одобрительные отзывы в ведущих ресторанах мира.

3. Для повышения эффективности работы работников кухни и снижения уровня недовольства клиентов долгим процессом ожидания заказа предлагается заменить используемую устаревшую электро плиту на индукционную модель, время разогрева которой 5с. Что не только повысит оперативность работ поваров и сократит время ожидания гостей, но и позволит снизить расходы на электроэнергию.

4. Для совершенствования мотивации необходимо увеличить премиальные выплаты сотрудникам; организовать систему дополнительного медицинского обслуживания, оплачивать дополнительные выходные сотрудникам, проработавшим длительное время и т.п.

Подводя итоги проведенному исследованию, можно отметить, что конфликты, имеющие место в ресторане носят в основном производственный характер и тесно взаимосвязаны с текучестью кадров. Разработка управленческих действий по снижению уровня конфликтности в коллективе положительно отразится на всех аспектах деятельности ООО «Спорт-Бар» и повысит репутацию ресторана на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бутакова А.В. Специфика управления конфликтами в системе управления персоналом // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2015. № 2. С. 177-179.
2. Зинченко Е.В., Зинченко С.С., Дроздова И.И. К вопросу об управлении конфликтами в деятельности организаторов выборов // Инженерный вестник Дона. 2016. Т. 43. № 4 (43). С. 127.
3. Малахова Н.С. Совершенствование процесса по управлению конфликтами на предприятии // В сборнике: Эффективные технологии и практики управления в современных компаниях России. Материалы всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 56-62.
4. Мусийчук С.В. Организационное поведение : учебное пособие / С.В. Мусийчук, М.В. Мусийчук. –Магнитогорск: МаГУ, 2015. – 226 с.

5. Официальный сайт ООО «Спорт-Бар» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lfrfamily.ru/sportbar.html>

6. Программа для автоматизации кафе, ресторанов, магазинов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://joinposter.com/tour>

7. Шавырина А.Е. Готовность сотрудников организации к управлению конфликтом: содержание, структура, функции // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С. 829.

8. Серебровская, Н.Е. Мотивированное поведение как важная психологическая составляющая организационного поведения персонала. - Novainfo.Ru (Электронный журнал) – 2015г. - №37

ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ЗАНЯТОСТИ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Зотов О.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время экономика России функционирует в условиях рыночных отношений. Проблема занятости населения сопровождается ростом безработицы и ужесточением конкуренции на рынке труда. [1]

Согласно Федеральному Закону от 31.12.2005 N 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;

1.1) 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 N 227-ФЗ)

2) 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;

3) содействие гражданам в поиске подходящей работы, а работодателям в подборе необходимых работников;

4) организацию мероприятий активной политики занятости населения;

5) осуществление социальных выплат гражданам, признанным в установленном порядке безработными, в соответствии с настоящим Законом и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;

6) 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 малообеспеченные 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 и в Нижегородской области в частности 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 2016 год в Нижегородскую область прибыли 6954 человек из стран СНГ и других государств. В Нижегородстате подсчитали, откуда в регион приезжают чаще всего.

На первом месте оказалась Украина: за прошлый год в Нижегородскую область приехали оттуда 2568 человек. Второе место у Армении – 925 мигрантов, третье у Таджикистана – 830 приезжих. Далее идут Узбекистан (732), Азербайджан (554), Казахстан (527), Молдова (290), Киргизия (138), Беларусь (64), Грузия (60), Вьетнам (38), Туркмения (35), Турция (20), Эстония (15) и другие.

При этом за год покинули регион 6259 мигрантов. Так, покинули Нижегородскую область 187 выходцев из Индии, 160 из Китая, 130 - из Малайзии, 81 - из Марокко. Кроме того, число выезжающих превысило количество вновь прибывших по таким странам, как Армения, Киргизия и Узбекистан.

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] Количество пенсионеров увеличилось на 0,6% в Нижегородской области за 2016 год. Как сообщил руководитель отделения ПФР по Нижегородской области Владимир Тарасов на пресс-конференции 24 января, на 1 января 2017 года в регионе на учете состоит 1,060 млн пенсионеров, среди которых порядка 300 тысяч человек продолжают работать. В январе 2016 года было 1,054 млн пенсионеров.

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 год более 14 млн. студентов являются безработными, а в Нижегородской области около 150000 человек.

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 возможные пути повышения эффективности работы государственной службы занятости Нижегородской области:

- 1) Привлечение на низкооплачиваемую работу эмигрантов из стран СНГ.
- 2) Предложение работы лицам, вышедшим на пенсионное обеспечение.
- 3) Сотрудничество с образовательными учреждениями (привлечение студентов на практику)

4) Проведение работ с инвалидами и социально незащищённым населением для их дальнейшего привлечения на предлагаемые рабочие места.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Чукреев П.А., Корытова Е.В. Занятость населения и её регулирование: Учебное пособие 2010 г. - С. 9-18
2. Герций Ю. В. К станку! // Российская газета, 19.02.2015
3. Официальный сайт Государственной службы занятости Нижегородской области, ст. "Деятельность" 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://czn.nnov.ru/>
4. Сони́на Ю.В., Колосницы́на М.Г. Пенсионеры на Российском рынке труда: тенденции экономической активности людей пенсионного возраста 2015 г. С 38 - 49
5. Официальный сайт Федеральной службы Государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
6. Официальный сайт статистики Германии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.destatis.de/

ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПЕРСОНАЛА И СПОСОБЫ ЕГО ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ

Ивлиева А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Выполнение работниками своих обязанностей на высоком уровне – залог продуктивности организации. Однако даже если компания уделяет большое внимание на конструктивное трудовое поведение, может повышаться девиантное (деструктивное) поведение персонала[1] . Девиация - это поведение, которое считается отклонением от общепринятых норм и установленных стандартов (юридических, моральных или социальных). Существует негативные формы девиантного поведения на рабочем месте и позитивные. Для компаний особую важность представляет негативные формы девиантного поведения. В последнее время причиной роста категории «проблемного» персонала является именно отклоняющееся поведение сотрудников.

Принято выделять три типа отклоняющегося поведения на рабочем месте.

Первый тип можно определить как нарушение количественных или качественных производственных стандартов. Примерами такого рода отклоняющегося поведения являются непроизводительный расход сырья или ресурсов (проще говоря – необоснованный перерасход) или намеренное снижение темпов работы под любыми причинами.

Второй тип – это отношение на личной основе сотрудника к клиентам, поставщикам, подчиненным. Выражается данное отношение в том, что сотрудник одним (клиентам, поставщикам, подчиненным, коллегам) необоснованно предоставляет более благоприятные условия, другим – наоборот, предоставляет менее благоприятные условия.

К третьему типу относят присвоение или разрушение собственности организации. Примерами могут являться кража или преднамеренное завышение расходов в отчетности с последующим присвоением разницы между тем, что объявлено как потраченное и реальными затратами.

Помимо этих классических типов в отдельную группу выделяют:

- персонал, склонный к конфликтам;
- легко внушаемые лица;
- карьеристы, готовые пойти ради карьеры на любой поступок;
- излишне амбициозные сотрудники.

Выделяют так же самые сложные формы девиантного поведения персонала. Первой формой осложненного девиантного поведения принято считать оппортунизм персонала. А. Савкин писал: «Оппортунизм персонала способен привести бизнес на кладбище». [2] Данное поведение можно определить как стремление индивида (группы) реализовать собственные интересы и сопровождается проявлениями коварства и обмана, нарушением контактов между сотрудниками.

Исследования ученых показывают, что наиболее распространёнными формами оппортунизма в настоящее время являются: саботаж (намеренный ущерб или разрушение, причиняемые работниками в отношении оборудования или процесса производства в ходе конфликта с руководством), обструкция (протест, действия, направленные на срыв трудовых заданий), забастовки, абсентеизм (отсутствие работника на рабочем месте без уважительной причины), брак, небрежность, неприязнь к коллегам и руководству, нелояльность к клиентам, плохие отзывы о собственной фирме, поиск новой работы, неприятие инноваций.

Одной из самых тяжёлых групповых форм девиантного поведения персонала является моббинг (от англ. *mobbing* – травля на рабочем месте), который означает целенаправленные психологические или моральные притеснения (преследования), которые выражаются в негативных воздействиях на личность (группу) со стороны делового окружения (руководителя, коллег). Моббинг может проявляться в виде следующих форм: насильственные действия на рабочем месте, этнокультурные притеснения, травля, прессинг,

психотеррор, иная патология межличностных отношений. Как показывает практика, жертвами моббинга чаще всего становятся женщины старше 45 лет. Цели, для которых применяется моббинг - различны: смещение в должности, принуждение к уходу из компании, повышение собственного авторитета, устранение нежелательного конкурента на рабочем месте.

Проявлениями моббинга можно считать:

- преднамеренную изоляцию от информации служебного и неформального характера;
- игнорирование успехов коллег, преувеличение ошибок и просчетов;
- подрыв деловой и личностной репутации;
- изоляцию от личных контактов и неформального общения с сотрудниками компании.

По мнению ученых - психологов, появлению и разрастанию моббинга способствуют рост проявлений агрессивности как индивидуальной, так и групповой, возрастание напряжения между индивидуумами вследствие увеличения рабочей нагрузки, давление на сотрудника его коллег, ускорение темпов работы и повышение уровня сложности бизнес - задач.

Третьей из тяжелых форм девиантного поведения, которая часто встречается считается управленческие манипуляции. Под термином манипуляции понимают стремление изменения поведения или восприятия работника или группы лиц для достижения определённых целей (личных или организационных), с применением обманной или насильственной тактики. Для манипулятивного управления характерно отсутствие возможности у подчинённых сделать осознанный выбор, применение негласных форм воздействия с пренебрежительным отношением к сотрудникам. Манипулирование подразделяют на осознанное (целенаправленное) и неосознанное (следование планам).

Манипулятор – управленец чаще всего использует следующие приемы для достижения доверия между ним и сотрудником:

- неполное изложение информации;
- смешение правдивых и ложных событий;
- акценты на успехах подчиненного;
- перекладывание вины за проступок или не выполнение задачи на обстоятельства или других людей;
- использование нереальных слухов;
- метод семантического манипулирования;
- парадокс повтора.

Данная форма воздействия на персонал позволяют руководителю не нарушать правовых норм организации и при этом добиваться намеченных целей (личных или организационных), однако при этом страдает морально-этическая составляющая организационных отношений. Манипулятивное поведение зачастую приводит к разрушению доверия между начальником и подчиненным и взаимного уважения, подрыву авторитета руководителя, что в конечном счёте наносит большой ущерб организации.[3]

Что является факторами данного поведения? И что делать, чтобы свести его к минимуму?

Выделяют несколько способов борьбы с девиантным поведением в

Основными факторами быстрого распространения отклоняющегося поведения можно считать:

- отсутствие действенной системы стимулирования труда;
- отсутствие гарантии занятости персонала на долговременной основе (постоянной);
- отсутствие возможностей для карьерного роста;
- определение функций работников без учёта их способностей и желаний;
- отношение к сотрудникам как к простым исполнителям воли руководства;
- использование взысканий в качестве инструмента стимулирования работоспособности;
- психотравмирующая практика увольнений.

Чтобы персонал выполнял свои обязанности на высоком уровне следует как можно раньше приступить к ликвидации или минимизации данных факторов.

Наиболее эффективным методом сведения к минимуму девиантного поведения следует считать комплексное формирование продуктивной организационной среды на основе системных взаимосвязей. Данный метод осуществляется посредством контроля начальства возможных причин возникновения отклоняющегося поведения. К данному контролю можно отнести: наблюдение, опрос, анализ документов.

Наблюдение занимает ведущее место в арсенале методов, которые могут использоваться не только психологами, но и начальниками. При данном способе управленец получает общую картину о конкретных «проблемных» сотрудниках фирмы

Опрос представляет собой метод сбора информации, основанный на ее получении от самих сотрудников путем вопросов и ответов. С помощью

опросов начальник может сосредоточиться на конкретных проблемах, возникающих в рабочем коллективе.

Анализ документов позволяет получить дополнительную информацию о сотруднике. В условиях организации речь идет о медицинской карте, личном деле, психологической карте, которая составляется и хранится в отделе кадров.

Так же при приеме на работу следует обращать повышенное внимание на следующие категории сотрудников:

1) работники, заключившие срочный трудовой договор и планирующие в ближайшее время его расторгнуть по различным обстоятельствам.

2) руководящий состав организации, который владеет довольно большими информационными ресурсами о фирме, привлекательными для конкурентов.

3) лица, работающие по совместительству, которые могут неосознанно или специально передавать значимую для организации информацию от одного работодателя к другому.

Таким образом, можно сделать вывод, что девиантное поведение персонала может привести к большому убытку организации. Устраняя основные факторы быстрого распространения отклоняющегося поведения можно существенно «выправить» поведение подчиненных и уменьшить вероятность его отклонений в будущем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Экономика труда:учебник/ Ю.Г.Одегов, Г.Г. Руденко.-М.: Волтрес Клувер, 2011. – 363с.
2. Оппортунистическое поведение работников в системе отношений труда и капитала: учебное пособие /Е.С. Щукина, Т.Ю. Дмитрива, О.Ф. Имамутдинова, 2012.-220-281с.
3. Хохлова Т.П. Управление поведенческими отклонениями и пути к устойчивому развитию/ Хохлова Т.П./Менеджмент в России и за рубежом.-2010.-№1

МОТИВАЦИЯ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ С ПЕРСОНАЛОМ

Колесов М.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире управление персоналом играет важную роль в развитии компании. В основе этого лежит взаимодействие многих факторов на трудовую деятельность сотрудников для повышения показателей и результатов при выполнении поставленных задач. Проблемы с управлением персонала на

сегодняшний день актуальны не только для руководителей, но и для всего коллектива, который работает в компании.

Самым оптимальным вариантом развития является та ситуация, когда персонал работает в компании качественно и выполняют задачи в нужный срок, а руководитель не относится к ним строго с излишней требовательностью. Но такой вариант развития встречается крайне редко по разным причинам, препятствующих этому. У руководителя, который хочет достичь максимального результата производительности в компании должны в запасе присутствовать, кроме своего опыта разные технологии, направленные на системное формирование эффективности отношений в организации и быстрый анализ возникающих вопросов, задач и трудностей [1].

Управление персоналом компании – сложная и многоплановая задача, для решения которой необходимы большие финансовые, временные и организационные затраты. Проблемы, управления персоналом связаны с тем, что управлять руководителю приходится не просто коллективом обычных сотрудников, что уже является сложной задачей, а коллективом профессионалов, которые имеют в большинстве своём практические навыки и часто даже высшее образование [2].

Один из ключевых проблем управления персоналом в компании – стимулирование и мотивация персонала. Ведь именно мотивация являются тем потенциалом, который способен увеличивать показатели сотрудников и делая их более успешными. Управленческие ошибки зачастую приводят к потере сильных и перспективных работников компании. А потому, чтобы собрать и сохранить команду, руководитель должен знать, что мотивирует его людей работать лучше.

Многие крупные компании, такие как Rackspace, обращают пристальное внимание на мотивацию сотрудников.

Это связано с тем, что ответственность за это несут непосредственные руководители, а не отдел кадров или другие подразделения. Невозможно ожидать мотивации от сотрудника, который не уважает и не ценит своего руководителя. По данным Netsurvey, 87% из тех опрошенных, кому нравятся их компании, высоко ценят свое начальство.

Вот почему для управленцев так важно относиться к мотивации коллектива со всей возможной серьезностью. Опять же поэтому высшему руководству не стоит самим принимать все решения. Напротив, стоит передать непосредственным начальникам, а уже те в свою очередь должны постараться вызвать в коллективе энтузиазм, энергичность и креативность [3].

Руководители учатся вести конструктивные диалоги со своей командой. Далеко не у каждого начальника получается увлечь сотрудников. Поэтому крупные компании проводят различные тренинги на тему того, как вести конструктивные дискуссии со своим коллективом. Там их учат справляться с деликатными темами вроде повышения зарплаты или страха перед аутсорсингом.

Чтобы высококлассные сотрудники захотели сменить работу, нужно найти к ним правильный подход. Дело в том, что только 10% работников обладают высокими амбициями, поэтому постоянно находятся в поисках более высокой должности. Всех остальных устраивает текущее положение дел, так что для того, чтобы заставить их покинуть «зону комфорта», нужно хорошо постараться.

В настоящее время большинство компаний тратит огромное количество финансовых ресурсов и сил, оценивая мотивацию персонала. поэтому результаты могут быть весьма положительными. чтобы использовать данный ресурс по полной, руководителям необходимо кардинально изменить свою стратегию. наступило время, когда необходимы диалоги между работниками и начальниками. Необходимо делегировать ответственность и работу в руки самого коллектива, и пусть высшее руководство обеспечивает поддержку. Именно с помощью данных решений вы сможете мотивировать свой персонал и сделать так, чтобы они всегда были полны энтузиазма, энергии и креативности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

4. Трапицын С.Ю. Мотивация персонала в современной организации. Учебное пособие. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2016. – 138 с.
5. Оперсонале [Электронный ресурс]: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ. Электрон, дан. [М., 2017]. Режим доступа: <http://opersonale.ru/upravlenie-personalom/upravlenie-personalom-upravlenie-personalom/aktualnye-problemy-upravleniya-personalom-organizacii.html>;
6. HARVARD BUSINESS REVIEW – РОССИЯ [Электронный ресурс]: Четыре секрета мотивации персонала. Электрон, дан. [М., 2017]. Режим доступа: <http://hbr-russia.ru/management/upravlenie-personalom/p13263/>.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСУДАРСТВЕННОМ БЮДЖЕТНОМ УЧРЕЖДЕНИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ

Колохина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы заключается в том, что одной из основных проблем государственного учреждения являются проблемы управления персоналом. В государственных учреждениях, как правило, отсутствуют подразделения по управлению персоналом. Создание такого подразделения позволит вести не только кадровый учет, но и развивать и осуществлять на практике процессы по улучшению производственного процесса, так как управление персоналом является одной из наиболее важных сфер жизни учреждения, способного повысить его эффективность, а значит и его престиж, так как целями управления персоналом предприятия являются: обеспечение высокой социальной эффективности функционирования коллектива, повышение эффективности производства труда и как следствие – повышение конкурентоспособности предприятия. Система управления персоналом должна быть комплексной и состоящей из, объединенных общей целью, таких элементов как: развитие системы мотивации работников, формирование корпоративной культуры, отбор, развитие и оценка работников, создание условий для привлечения новых высококвалифицированных специалистов, идеология и изменение стиля руководства. Также при системном управлении персоналом важен систематический анализ существующей системы. Для этого проводят: оценку кадровой политики, оценку основных документов, регламентирующих работу управления персоналом (локальные нормативные акты), оценку основных элементов корпоративной культуры учреждения.

Проблемы и основные элементы системы управления персоналом рассмотрим на примере государственного бюджетного учреждения дополнительного образования «Центр эстетического воспитания детей

Нижегородской области» (далее – Центр).

Центр является некоммерческой организацией, созданной для оказания услуг в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий в сфере образования.

Центр включает вокальные, хореографические коллективы, областные школы, ансамбль гитаристов, изо-студию, образцовый театр костюма «Прекрасная леди», ролевой клуб «Варги», клуб шахматистов.

Учредителем и собственником имущества учреждения является Нижегородская область. Функции и полномочия Учредителя от имени Нижегородской области осуществляет министерство образования Нижегородской области.

Учредительными документами Центра являются: Устав, программа развития, лицензия на осуществление образовательной деятельности, свидетельство о государственной аккредитации, локальные нормативные акты и т.д.

Правила внутреннего трудового распорядка, являясь локальным нормативным актом Центра включают в себя: порядок приема работников, порядок перевода и увольнения работников, основные правила и обязанности работодателя/работника, рабочее время, время отдыха, оплату труда, поощрения за труд, ответственность сторон и т.д.

Для каждого отдела утверждено свое положение, в котором прописываются общие положения, структура отдела, основные задачи отдела и функции отдела.

Руководство Центра включает в себя директора, трех заместителей директора и главного бухгалтера, каждый заместитель директора отвечает за определенный отдел или сектор. Так же в систему входят: конференции, родительский комитет, педагогический состав и совет центра. Методический состав Центра состоит из двадцати четырех специалистов и двадцати педагогов дополнительного образования. В связи с вступлением в должность нового директора с 2015 года в Центре произошло обновление коллектива на 70%, из которых 60 % составляют работники в возрасте 20-25 лет. Большую часть составляет женский коллектив, а именно 80%. В настоящее время штат учреждения составляют 79 сотрудников: 15 совместителей, 4 декретный отпуск.

В Центре эстетического воспитания детей Нижегородской области подбор персонала осуществляется руководством организации, а ведение кадрового делопроизводства — специалистом по охране труда и делопроизводству, руководствуясь законодательством Российской Федерации, Уставом и локальными нормативными актами Центра.

По результатам полуформализованного интервью на тему «Социально-психологический климат отдела по организации и обеспечению отдыха,

оздоровления и занятости детей и молодежи Нижегородской области» можно сделать вывод, что по эмоциональному компоненту результаты являются средними, ближе к положительному. Отношения в отделе сложились теплые, коллектив работает на общее дело, осознает свою общую цель. Работники осведомлены о сильных и слабых сторонах друг друга, чертах характера.

Молодые сотрудники оказались заинтересованными в формировании коллектива, но отметили отсутствие системы адаптации новых сотрудников. В коллективе отсутствует соперничающий тип личности, который старается в первую очередь удовлетворить собственные интересы в ущерб интересам других, вынуждая их принимать нужное ему решение проблемы. Это положительный момент, который демонстрирует, в целом, благоприятный фон. Отдел выбирает стиль сотрудничества. Следуя этому стилю, работники активно участвуют в разрешении конфликта и отстаивание своих интересов, но стараются при этом сотрудничать с другим человеком. Сотрудники благоприятно относятся к начальнику отдела, уважают и ценят знания своего руководителя, они положительно относятся к начальнику как к человеку. Однако по компоненту требовательности и справедливости руководителя, его организационных способностей сотрудники оценил своего начальника невысоко. В процессе беседы с испытуемыми было выяснено, что руководитель нелогично распределяет задачи, не всегда справедлив к сотрудникам. Руководство государственного учреждения использует авторитарный стиль управления (единовластие, низкая степень делегирования полномочий). Центр имеет свою историю, легенды, мифы, но обновленный коллектив мало знаком с субъективными факторами организационной культуры. Центр имеет фирменную символику, но она не отражается на том, что используется работниками компании в процессе их деятельности (календари, ручки, сувениры, подставки), таким образом, замедляя процесс единства и командного мышления.

Результаты анализа существующей системы управления персоналом Центра:

1. Технологические процессы управления персоналом недостаточно информатизированы.
2. Недостаточно эффективен процесс подбора, отбора и оценки кадров.
3. Аттестация персонала и формирование кадрового резерва недостаточно эффективны.
4. Отсутствие подразделения и специалиста по управлению персоналом.
5. Низкий уровень адаптации новых сотрудников.

6. Корпоративная культура развита недостаточно.

С целью устранения данных недостатков и совершенствования системы управления персоналом были предложены следующие мероприятия:

1. Ввести должность специалиста по управлению персоналом, либо добавить должностные обязанности по управлению персоналом специалисту по охране труда и делопроизводству

2. Использовать информатизацию и компьютеризация технологических процессов управления персоналом.

3. Совершенствовать процедуры аттестации персонала.

4. Модернизировать процесс подбора и отбора персонала Центра эстетического воспитания. Использование конкурсного приема даст высокие результаты подбора кадров в профессиональном и эмоционально-психологическом отношении.

5. Повысить имидж организации: награждать сотрудников подарками с символикой предприятия, регулярно выкладывать на сайте и в социальных сетях учреждения.

6. Ввести программу наставничества для молодых сотрудников в первый год работы, с помощью которой проще адаптироваться в организации.

7. Развить корпоративную культуру: помещение фотографий на стенд «лучшие работники центра», проводить различные конкурсы и предоставлять победителям возможность внедрить свои идеи в рамках организации, проводить корпоративные мероприятия.

8. Ежегодно обновлять систему мотивации, учитывая прежние ошибки.

Следуя данным рекомендациям, руководство ГБУДО ЦЕВДНО сможет решить проблемы управления персоналом: повысить заинтересованность работников в личных успехах и в успехах всего учреждения в целом, повысить социальный статус работников, что послужит повышению эффективности деятельности, а значит и конкурентоспособности учреждения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Региональный опыт развития системы дополнительного образования детей в рамках реализации Указа Президента Российской Федерации от 07.05.2012 г. №599 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// kremlin.ru/acts/bank/35263](http://kremlin.ru/acts/bank/35263).
2. <https://minobr.government-nnov.ru/?id=51613> (дата обращения: 09.11.2007).
3. Устав государственного бюджетного учреждения дополнительного образования «Центр эстетического воспитания детей Нижегородской области» от 15.11.2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http:// deti-nn.ru/>.

ПРОБЛЕМА РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ В ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЕ СУДЕБНЫХ ПРИСТАВОВ НА ПРИМЕРЕ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Кононова А.С.

Псковский Государственный Университет

Разделение труда – это исторический процесс, который стал следствием расширенных форм взаимодействия в процессе трудовой деятельности.

На сегодняшний день разделение труда – один из главных принципов организации процесса управления, в рамках которого деятельность работников разграничивается по специализации и направлена на достижение конкретной цели.[1] Благодаря разделению труда появились различные отрасли и профессии, а также имеет место развитие научно-технического прогресса. Правильное разделение труда, как правило, ведет к качественному исполнению функций управления.[4]

Управление Федеральной службы судебных приставов по Псковской области - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по обеспечению установленного порядка деятельности судов, исполнению судебных актов, актов других органов и должностных лиц, а также правоприменительные функции и функции по контролю и надзору в установленной сфере деятельности.[5]

Сложность выполнения работ, возложенных на сотрудников данного учреждения приводит к высокому уровню загруженности, что в результате способствует росту текучести кадров. К тому же, низкий уровень зарплат не способствует улучшению ситуации, как и то, что вопросы внутренней организации отходят на второй план перед конкретными задачами по исполнению судебных решений.

В УФССП России по Псковской области работает около 500 сотрудников с разным уровнем образования, квалификации, опытом работы. Вследствие большой загруженности, зачастую ряд вопросов остается не проработан в должной мере.

После проведения анализа распределения функций управления были выявлены следующие недостатки:

1. Отсутствие конкретизации в должностном регламенте сотрудника;

2. Передача дел, а иногда и направлений деятельности на отделы, чья специализация отлична от поставленных задач;

3. Ряд задач возлагается на специалистов, не обладающих требуемым для выполнения этой задачи опытом и уровнем квалификации;

4. Молодые специалисты вынуждены в стрессовых условиях входить в работу, изучая все по мере поступления задач, вне зависимости от уровня их сложности;

5. Перегрузка специалистов по отдельным направлениям и областям работы.

Представленные недостатки отрицательно влияют на качество работы персонала службы судебных приставов.

С целью совершенствования разделения труда и распределения функциональных обязанностей следует:

1. Исключить из должностных инструкций пункты и поручения управляющего звена, которые делают обязанности сотрудников очень расплывчатыми и приводят к его фактической перегрузке. Данное решение должно быть принято на уровне центрального аппарата Федеральной службы судебных приставов Российской Федерации;

2. Отредактировать положения о подразделениях, с целью решения проблемы передачи дел и ответственности за те или иные задачи на не профильные отделы;

3. В рамках разделения труда необходимо предусмотреть и ввести разграничение должностных обязанностей в зависимости от опыта сотрудника, находящегося на той или иной должности;

4. Создать систему наставничества, позволяющую молодым специалистам без лишнего напряжения пройти обучения с опытным, квалифицированным специалистом, с целью получения информации о своих будущих обязанностях и приобретения начальных навыков;

5. Разбить задачи на простые и сложные и распределить их по специалистам, в зависимости от их опыта и квалификации, с целью адаптации молодых специалистов;

6. Для сотрудников, не желающих проходить курсы с выездом из города, следует предусмотреть возможность прохождения курсов в дистанционном режиме.

Исполнение этих рекомендаций весьма затруднено тем, что Управление Федеральной службы судебных приставов по Псковской области подчинено в своей деятельности Центральному аппарату ФССП России и все ключевые

изменения должны вноситься в каждый из регионов централизованно. Однако создание системы наставничества, разбиение задач на простые и сложные, с целью распределения их по специалистам с должным уровнем квалификации и опыта, а также введение дистанционных курсов повышения квалификации можно реализовать в Псковском подразделении службы судебных приставов. Реализаций только этих рекомендаций качественно повлияет на деятельность учреждения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бирман Л.А. Общий менеджмент. – М.: Дело, 2013. – 232с.
2. Дорофеева Л.И. Основы теории управления. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 433с.
3. Кибанов А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. – М.: Проспект, 2016. – 64с.
4. Маслова В.М. Управление персоналом. – М.: Юрайт, 2015. – 492с.
5. Официальный сайт Управления Федеральной службы судебных приставов по Псковской области [Электронный ресурс] – Режим обращения: <http://r60.fssprus.ru/tasks/> (дата обращения 18.11.2017).

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРОБЛЕМА ЭТИКИ: ДЕЛОВАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ПЕРЕПИСКА

Куликова Е.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В статье даны определения понятиям «этика» и «деловая электронная переписка», рассмотрена значимость электронной переписки с деловой позиции, изучен единый стандарт оформления электронных писем, приведены правила, на которых базируется этика деловой электронной переписки, задеты правила обращения к адресату и подпись. Автор определяет преимущества электронного письма и правила вежливости.

1. 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 я бы хотела посвятить своё выступление.

2. К сожалению, одной из современных проблем управления персоналом является именно этика. 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.

3. 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;
- Фамилию Имя Отчество;
- должность;
- рабочие телефоны;
- адрес электронной почты;
- ссылку на сайт компании.

4. К деловой переписке относятся различные виды официальных документов, входящих в систему информационно-справочной документации и используемых для обмена информацией в деловой деятельности организаций и граждан. Ведение деловой переписки регулируется комплексом законодательных и иных нормативных правовых актов, в основном – в области связи, информации и документации.

5. На мой 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.

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, и только после этого следует переходить к цели вашего обращения.

6. 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.

7. 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 5-ти рабочих дней - это видимый отказ от общения.

8. 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 и корпоративной культуры. Согласитесь, что именно эти два показателя стоят на источнике успешной работы в коллективе и с партнерами других фирм. Конечно, многое зависит от руководителя компании. Если он изначально показал себя, как профессионала своего дела, как лидирующую личность и как личность, которая ставит деловую этику и культуру на высший пьедестал, то и от сотрудников стоит ждать положительных результатов, оправдывающих ожидания руководителя.

9. Правила деловой этики электронной переписки, о которых я рассказывала, довольно логичны и рациональны. Их применение в деловом общении не составит труда и эффект не заставит себя ждать. Поэтому бороться с данной современной проблемой управления персоналом не сложно, всего лишь нужно иметь желание и цель быть лучшим руководителем для персонала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шеламова, Г.М. Этикет делового общения: Учеб.пос. для нач. проф. образов. / Издат.центр, 2005. – 192 с.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.training-partner.ru/staty/etika-elektronnoj-delovoj-perepiski.html> (дата обращения 12.11.2017).
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://proprof.ru/stati/career/delovoy-etiket/etika-delovogo-pisma> (дата обращения 12.11.2017)

ОШИБКИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Лазарев О. Л.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Проблемы управления персоналом, безусловно, являются одними из важнейших и наиболее остро требующих решения для подавляющего большинства организаций стран СНГ на современном этапе. Бесспорным является тот факт, что в текущих условиях сложно переоценить роль управления персоналом для достижения намеченных целей, прежде всего, стратегических, а также повышения уровня эффективности деятельности организации.

В отечественных предприятиях существует очевидная потребность в более эффективном HR-менеджменте. На сегодня прослеживается осязаемое несоответствие между объективно все более растущей потребностью в необходимом обеспечении функций управления персоналом и деятельностью и состоянием служб, отвечающих за это.

Важно отметить, что именно относительно данного рода проблемы полезным может быть обращение к опыту других стран, изучение и анализ достижений зарубежной научной мысли и хозяйственной практики.

Прежде всего, для руководителя, озабоченного достижением грамотного эффективного управления своими подчиненными, необходимым является решение задачи по формированию такой рабочей среды, которая будет

наиболее благоприятно воздействовать на их трудовую мотивацию. Именно ростом интереса к аспектам мотивации трудового поведения характерен современный этап практики управления персоналом в нашей стране. В связи с уже существующим наличием достаточного объема печатной продукции по мотивации для практиков, конференций и семинаров наступает время теоретических обобщений, позволяющих поднять изучение данной проблемы на более высокий профессиональный уровень.

Одним из наиболее важных и интересных направлений работы HR-менеджера является мотивация персонала (материальная и нематериальная). В этом вопросе сотрудники по персоналу допускают большое количество ошибок, являющихся следствием неправильного понимания задач стимулирования. Рассмотрим их.

Наиболее серьезная ошибка, допускаемая работодателями, руководителями и менеджерами по работе с персоналом – это фальсификация мотивации [1]. Суть ее в том, что то, что и так положено сотруднику, выдается за стимулирование. Прежде всего, это касается недобросовестных работодателей.

Пример 1. В коммерческом банке сотрудников оформляют по гражданско-правовому договору, несмотря на то, что трудятся они фактически как полноценные работники, и с ними должен быть заключен трудовой договор. Периодически начальство в качестве подарка наиболее ценному сотруднику решает принять его в штат, устраивая тем самым «аттракцион невиданной щедрости». Работники понимают несправедливость данной схемы, ведь делается это лишь за особые заслуги, такие как заключение успешной сделки или перевыполнение плана. Наряду с оформлением в штат в такой ситуации применяются и другие виды немонетарных «поощрений», такие как ежегодный отпуск, «белая» зарплата, разрешение не работать в выходные дни и прочее. Подобная практика даже близко не имеет ничего общего с мотивацией и связана с грубейшими нарушениями трудового законодательства.

Еще одной из наиболее распространенных ошибок является «мотивация за свой счет» [1]. Временами фирма желает простимулировать сотрудников, перенося при этом на них часть затрат.

Пример 2. Коммерческий банк запланировал для сотрудников с детьми проведение мероприятия за городом. Главным условием было - добираться до места нужно самостоятельно. Чтобы доехать, необходимо было изрядно потратиться на такси. В результате лишь 3% персонала воспользовались «щедрым» предложением. Подобных примеров существует достаточно:

оплатить сотрудникам отдых на турбазе, но заставить самостоятельно оплачивать питание; заказать корпоративную спецодежду с символикой организации и в обязательном порядке заставить сотрудников ее купить. Не трудно догадаться, что подобного рода схемы «одной рукой даю, а другой забираю» обречены на провал.

Очень похожим является еще один случай, когда неудачно получается сэкономить на премиальных. А именно «духовная мотивация» вместо денег.

Пример 3. Компания-дистрибьютор перевыполнила план по продажам. Поскольку товарооборот был интенсивнее в несколько раз, чем обычно, сотрудники в течение последних месяцев работали на износ. Однако очевидное решение, которое напрашивалось на первый взгляд, а именно, выплатить повышенную премию сотрудникам – водителям-экспедиторам, операторам, торговым представителям, было отклонено. Для рядовых сотрудников устроили лишь корпоративный праздник с выездом на турбазу, купанием и шашлыками. Спустя месяц из компании уволилось несколько человек, которые ушли туда, где за хорошо выполненную работу не устраивают скромных мероприятий, чтобы откупиться от сотрудников, а платят хорошие деньги.

Особенно хотелось бы отметить такую ошибку как «выбирай, что душа пожелает». Для разных сотрудников любое поощрение, выраженное не в деньгах, но имеющее определенную стоимость, имеет разную ценность. Именно поэтому подобрать правильный набор средств стимулирования зачастую не легко. Не выйдет ничего хорошего, если не учитывать разность потребностей при разработке мотивации. Очевидно, что, например, футбол или бассейн, понравятся тем сотрудникам, кто без ума от спорта. Карьеристы любят учиться и участвовать в определенного рода профессиональных мероприятиях. Сотрудники с детьми с восторгом воспримут поход в детский развлекательный центр или получение в подарок сертификата на покупку в детском магазине.

Исходя из вышесказанного, необходимым является применение простого трехшагового алгоритма, который позволил бы не допускать ошибок при разработке системы мотивации [1].

1. Выяснение потребностей. Целесообразным для службы персонала является проведение диагностики и выявление группы персонала по интересам в своей организации. Как правило, для данной цели используются опросники, содержащие такие блоки, как жизненные интересы, отношение к подобным формам стимулирования, какая форма участия организации нужна.

Результатом опроса будет являться составление карты предпочтений, в которой могут выделяться несколько групп. Например, возможным результатом может стать выделение трех групп сотрудников на предприятии.

- Молодые люди 20-28 лет, сотрудники в основном отдела продаж, информационных технологий, рекламы. Их предпочтениями будут подвижные групповые мероприятия, билеты на различные фестивали, фитнес, корпоративный транспорт.

- Мужчины и женщины от 25 лет и старше, отделы: бухгалтерия, производство, отдел качества. Предпочтения: участие в тренингах и семинарах, публичное признание заслуг (награждение грамотами), корпоративный транспорт.

- Мужчины и женщины от 35 лет и старше, отделы: производство, логистика, склад. Предпочтения: детские праздники, культурные мероприятия, участие в работе различных комитетов и групп, корпоративный транспорт.

2. Составление банка стимулов. Поскольку необходимо больше возможностей влияния на персонал, необходима и большая база, которая нарабатывается путем проведения мозговых штурмов и изучения опыта конкурентов и других компаний [2].

Безусловно, лучше разбивать стимулы на несколько классов. Например, здоровье, спорт, карьера, семья, быт.

3. Правильное предложение.

Очевидно, что рассмотрев приведенный пример, можно выбрать либо вариант с универсальным предложением (в нашем случае это будет корпоративный транспорт), либо предложить на выбор несколько видов вознаграждений. Ведь главная задача HR-менеджера - подобрать такие стимулы, которые будут действительно мотивировать, а для этого нужно учитывать потребности людей.

Таким образом, повышение мотивации сотрудников является одним из наиболее важных направлений организации управления персоналом, а большое количество ошибок при разработке мотивации – одна из наиболее актуальных проблем в этой сфере в наше время. Поэтому внедрение системы мотивации персонала организации — это сложный и длительный процесс, требующий серьезных временных и финансовых вложений. Результатом внедрения системы мотивации персонала, поддерживающей достижение целей бизнеса, является существенный рост финансовых показателей компании, выход на новый уровень клиентов, а также качественное изменение персонала организации [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мамонов Е. Как избежать ошибок при разработке системы мотивации// Кадровая служба и управление персоналом. 2017. №9 С.14-19.
2. Прошкин Б.Г., Моргунов Е., Базарова Г. О некоторых методологических принципах мотивации трудовой деятельности персонала// Управление персоналом. 2009. №23. С. 28-35
3. Голиков Д. А. Проблема мотивации в современном менеджменте // Молодой ученый. 2015. №1. С. 188-191.
4. Кожемякина Е. Почему выплата премий стала проблемой для работодателей// Кадровая служба и управление персоналом предприятия. 2017. №6. С.75-78
5. Стародубцев В., Свистунова Н., Рейзман Е., Артамонов Е., Нечушкина И., Тарасова Ю. Что кадровикам ждать от 2017 года?// Кадровая служба и управление персоналом предприятия. 2017. №1. С.44-48
6. Чернышова П. Конфликт работодателя и работника невыгоден никому, но случается, и нередко...// Управление персоналом. 2016. №28. С.140-142

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БИЗНЕСА

Лусин А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Управление персоналом в целях обеспечения экономической безопасности и есть важный сегмент ведения бизнеса, так как напрямую связан с эффективностью работы предприятия. Управление персоналом в целях обеспечения экономической безопасности бизнеса заключается в стабильном развитии кадрового потенциала организации как его важнейшего интеллектуального и профессионального ресурса, обеспечивающего высокие темпы социально-экономического развития и устойчивой конкурентоспособности в сегменте.

Экономическая безопасность бизнеса – в первую очередь дело рук людей, которые работают в организации. Управление персоналом в целях обеспечения экономической безопасности бизнеса иначе называется «Кадровая безопасность». Кадровая безопасность – это некое состояние человеческого капитала, оптимально взаимодействующее друг с другом, направленное на формирование качественных и количественных профессиональных характеристик с особым акцентом на потенциал, обеспечение сохранности целостности и стабильного развития общества в целом и индивида в частности,

при условии нивелирования угроз потери самодостаточности в различных отраслях науки, техники, образования, и иных сферах деятельности, а так же оптимизации кадровой политики организации. Контроль персонала необходим для своевременного выявления и решения проблемы, возникающей в ходе выполнения ряда задач (Рис.1.). Для того, чтобы управлять персоналом существует пять видов контроля.

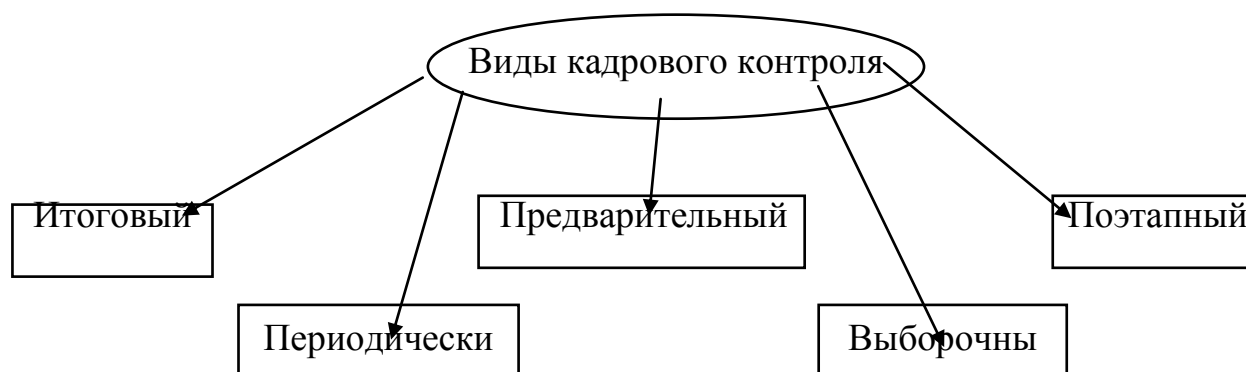


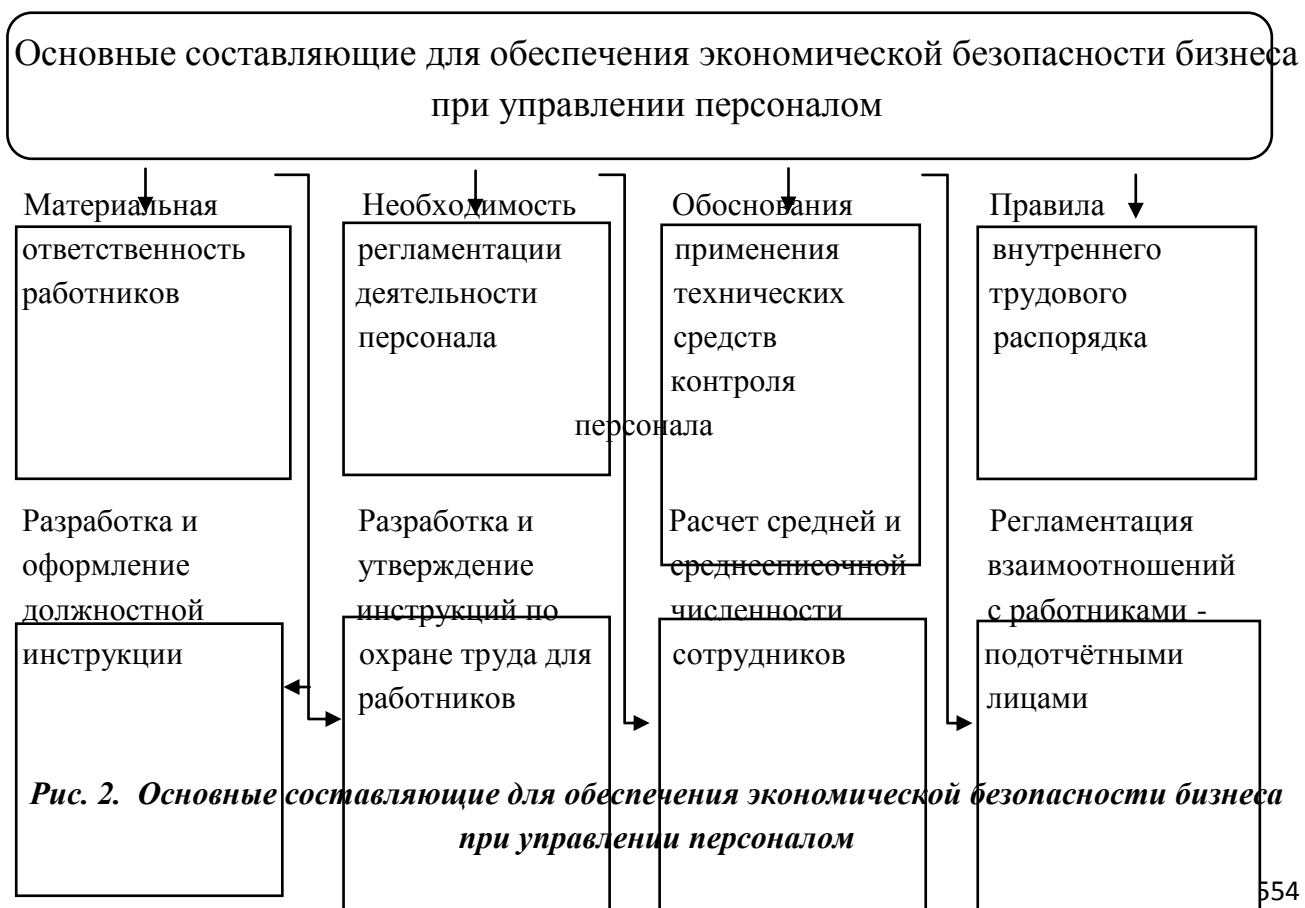
Рис. 1 Виды кадрового контроля

Таблица 1 - Содержание видов контроля персонала

Виды контроля	Содержание
Итоговый (контроль по результату)	<p>Данный вид заключается в том, что точка контроля одна и она совпадает с моментом достижения цели. Несмотря на преимущества итогового контроля, существуют максимальные риски, при которых работник может не выполнить работу в срок, или выполнить ее некорректно:</p> <ul style="list-style-type: none"> • При недопонимании сотрудником поставленной задачи или неправильно постановке задачи начальником • При итоговом контроле велик риск, что задача выполнена некачественно или не соответствует должному объему
Предварительный	<p>Почти то же самое что и итоговый, но для уменьшения рисков ставится промежуточная точка между началом выполнения задачи сотрудником и ее завершением.</p>
Поэтапный	<p>Такой вид применим только тем задачам, которые делятся на этапы, при этом в</p>

	конце каждого этапа и стоит ставить точку контроля .
Периодический	Точки контроля при этом виде ставятся через определенные промежутки времени. Преимущество периодического контроля в том, что и подчиненный и начальник четко знают, когда и в какое время будет проверка.
Выборочный	Данный вид контроля отличается от других тем, что сотрудник не знает, когда конкретно его будут проверять, но точно знает, что проверка будет .

Эффективность управления персоналом зависит от многих факторов. И, чтобы, достичь максимальной экономической безопасности бизнеса при управлении персоналом стоит отметить основные составляющие (Рис. 2.).



Рассмотрим более подробно:

Материальная ответственность работников. Если работник причинил ущерб работодателю, то он должен возместить этот ущерб в соответствии с трудовым договором Российской Федерации или другими федеральными законами. Материальная ответственность сторон (работника и работодателя) конкретизируется в трудовом договоре, или предлагающимися к нему соглашениями, заключаемыми в письменной форме. Под письменными соглашениями подразумевается полная материальная ответственность за ущерб, причинённый сотрудником работодателю, но при этом договорная ответственность не может быть больше, чем это прописано в Трудовом Кодексе РФ или ином федеральном законе. Если после причинения ущерба произошло расторжение трудового договора, то материальная ответственность с виновника не снимается. При достижении согласия, ущерб, причиненный работником работодателю, может быть возмещен добровольно, если же сторонам не удалось договориться, то возмещение ущерба стороной трудового договора другой его стороне рассматривается судом. Даже если дело уже рассматривается судом, то это не исключает того факта, что стороны в ходе разбирательств могут прийти к мировому соглашению.

Подводя итоги, становится очевидно, что для того, чтобы обезопасить бизнес при управлении персоналом следует соблюдать некоторые правила: Необходимо оптимизировать некоторые элементы в управлении персоналом (контроль персонала, его найм и лояльность). Под контролем подразумеваются определенные меры, предназначенные для персонала в виде режимов, ограничений, регламентов и другого перечня процедур безопасности, предназначенных для ликвидации возможного причинения ущерба. Лояльность включает комплекс мер по установлению позитивных отношений работников к работодателям. Если между подчиненными и начальником доверительные отношения, то у работника не возникнет желания выдавать информацию конкурентам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зубик В.Б., Зубик Д.В., Седегов Р.С., Экономическая безопасность предприятия (фирмы) / Под ред. Р.С Седегова, М.И. Плотницкого, А.С. Головачева. – Мн.: Выш.шк., 2005.]
2. Управление персоналом организации / Под ред. Кибанова А.Я. - М., 1997]
3. Архипов Э.Л., Крохичева Г.Е., Ронис А.А. Контроль в сфере экономической безопасности. Интернет-журнал Института Государственного управления, права и инновационных

4. Любимова М.В. Храмова И.Ю. Фролов В.Г. Чемоданова Ю.В. Савицкая Т.В. /Актуальные вопроса стратегического партнерства бизнеса и высшей школы. Журнал «Вестник Волжского университета имени В.И. Татищева 2014 год

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ НА КАДРОВУЮ ПОЛИТИКУ ОРГАНИЗАЦИЙ

Минин А.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Экономика любого государства носит циклический характер и поэтому проходит в своем развитии этапы как роста, так и кризиса. В связи с этим развитие организации является нестабильным и может сопровождаться отклонениями различных экономических показателей. На этапе кризиса особое значение приобретает поддержание и развитие конкурентных преимуществ организации. Одним из эффективных способов этого является целенаправленное управление нематериальными активами предприятия, поскольку они являются большей ценностью для развития компании, чем другие виды активов. Ввиду этого так или иначе перед организацией встает вопрос об изменении действующей кадровой политики, поскольку именно она ориентирована на рост трудового потенциала сотрудников. Риски со стороны персонала существуют и при нормальном течении экономической деятельности, а при нестабильной экономической ситуации только усиливаются в связи с тем, что персонал принимает участие во всех сферах экономических отношений [1].

Отметим, что кадровая политика отдельного предприятия должна соответствовать кадровой политике государства и разрабатываться с учетом внешних и внутренних ресурсов и возможностей предприятия, определяемых средой его функционирования [2]. Это позволит обеспечивать необходимое для организации производственное поведение каждого отдельно взятого сотрудника. При этом стратегия управления персоналом вне зависимости от условий деятельности должна сочетать и интересы организации, и интересы персонала.

Помимо внутренней составляющей на кадровую политику организации в определенные периоды развития начинает существенным образом влиять

нестабильность внешней среды, заставляющая предприятие существенно менять кадровую политику, вносить коррективы в деятельность отделов и служб, занятых ее реализацией. В качестве примеров таких внешних факторов можно назвать общую экономическую нестабильность в государстве, введение внешнеэкономических санкций в отношении страны и ее внешнеэкономическую изоляцию. Во время действия этих факторов перед руководством организаций встают вопросы относительно принятия решений по кадровой политике в целях, как минимум, сохранения организации. Ситуацию может усугубить совпадение внешних и внутренних кризисов в организации.

Основными направлениями кадровой политики любой организации являются:

1. управление персоналом в целом;
2. подбор и расстановка персонала;
3. формирование и подготовка кадрового резерва;
4. оценка и аттестация персонала;
5. мотивация и стимулирование персонала;
6. развитие персонала.

Исходя из основных направлений кадровой политики, можно выработать ряд рекомендаций для организаций, позволяющих при правильном применении уменьшить отрицательное воздействие экономической нестабильности.

Так, существенные изменения необходимы в системе управления персоналом в целом. Необходимо принять решение об адекватном существующим экономическим реалиям перечне трудовых функций и постараться обеспечить организацию конкурентоспособными кадрами, деятельность которых будет экономически эффективна. Это позволит провести оптимизацию количественного и качественного состава персонала, тем самым уменьшив расходы на его содержание.

В случае принятия решения о количественной оптимизации перед руководством встают вопросы о сокращении персонала и конкретизации сокращаемых должностей. В этой ситуации возможны две модели поведения фирмы, которые по своей экономической эффективности можно назвать равнозначными. В первом случае сохраняется весь персонал, но часть сотрудников переводится на неполный рабочий день, неполную рабочую неделю, предоставляются отпуска без сохранения заработной платы. При этом прогноз идет на скорейшую стабилизацию ситуации. Во втором случае сохраняется лишь часть персонала, без которой производство становится объективно невозможным. Здесь активно используется совмещение и освоение

новых профессий. При этом в обоих случаях присутствует цель сохранения наиболее квалифицированных сотрудников, поскольку в случае их выбытия из организации последняя понесет дополнительные затраты на подготовку новых кадров, а необходимых активов для этого может и не быть.

В условиях экономической нестабильности активным образом должна идти вертикальная и горизонтальная ротация персонала, находящегося в кадровом резерве. Это позволяет кандидату получить опыт руководящей работы по конкретной должности, а также закрыть возможно возникшее в будущем отсутствие сотрудника на этой должности. Так, например, чтобы подготовить резервиста на должность начальника подразделения, необходимо дать возможность сотруднику получить опыт работы в должности начальника одного из отделов. При этом необходимо использовать отсутствие штатных руководителей (например, во время отпуска или болезни). Проблема отсутствия руководящих кадров в условиях экономической нестабильности является основной проблемой [3].

Отметим, что роль оценки и аттестации персонала в условиях экономической нестабильности возрастает, особенно в случае принятия решения о сокращении персонала. Это обусловлено необходимостью выявления соответствия работника занимаемой должности, наиболее перспективных сотрудников и получения подтвержденной информации для принимаемых в дальнейшем кадровых решений. Таким образом, кадровая служба определяет критерии оценки персонала и удельный вес каждого критерия, а руководство организации на основе проведенного исследования принимает управленческие решения.

В условиях экономической нестабильности усиленного внимания требует формирование кадровой политики в части вопросов мотивации и стимулирования персонала [4]. К сожалению, на практике мотивация и стимулирование персонала в рассматриваемых условиях часто утрачивает свое первостепенное значение, поскольку у работников зачастую появляется цель просто сохранить свое рабочее место. Однако стимулирование персонала не должно прекращаться, поскольку оно является рычагом воздействия на работников с целью побуждения их к более высокопроизводительному труду [5]. На наш взгляд, стимулирование в условиях экономической нестабильности должно стать более прозрачным: за выполнение конкретных задач, обязанностей, измеримых показателей. Размеры выплат при этом должны быть в прямой зависимости от всей производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Что касается развития персонала, то на первый план при нестабильности экономической ситуации выходит переподготовка. Это предопределяется тем, что за счет переподготовки работник (в особенности уже много лет работающий на предприятии) может получить необходимую предприятию профессию в случае отсутствия дальнейшей необходимости в работе по его направлению. Это позволит избежать сокращения лояльного сотрудника и закрыть кадровый вопрос в отношении открытой вакансии.

Каждая организация сама определяет свою кадровую политику, адаптируя ее при этом к изменяющимся экономическим условиям. Но важно помнить, что предприятие должно реагировать на динамичные перемены, непрерывно меняющиеся технологии и неопределенность внешней среды. Адаптация к изменяющимся условиям внешней среды должна происходить непрерывно [6]. В то же время в условиях экономической нестабильности решения должны быть также направлены на повышение эффективности труда, что является основой для экономической и, что не менее важно, социальной стабильности коллектива организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Горковенко Е.В., Платонова И.В. Кадровая политика как важнейшая составляющая системы экономической безопасности организации // Экономика. Инновации. Управление качеством. 2014. № 1 (6). С. 4–8.
2. Афанасьева Е.С., Мирошниченко Н.В. Кадровая политика как инструмент обеспечения конкурентных преимуществ предпринимательских структур // Вестник института экономики и управления НовГУ. 2015. № 3 (19). С. 7–12.
3. Козлова О.А. Внешние факторы, определяющие кадровую политику компаний в будущем // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 3–1. С. 180–182.
4. Сарасеко Е.С., Крючков А.А. Мотивационная система реализации кадровой политики предприятия // Факторы успеха. 2013. № 1 (1). С. 33–37.
5. Вайсбурд В.А. Организация оплаты труда – важный элемент кадровой политики и стратегии // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 6 (128). С. 95–100.
6. Александрова И.Б., Фролов В.Г. Современные методы управления как фактор развития организации // Общество, наука и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции 29-30 ноября 2013 г.: в 4 ч. Ч. 1. 2013. С. 6–12.

ПРОСРОЧЕННАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА КАК ОДНА ИЗ ПРОБЛЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ: ДИНАМИКА И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ УГРОЗЫ

Молодцов М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Во взаимоотношениях работодателя с сотрудниками постоянно возникают различного рода проблемы. Как правило, первые недовольны работоспособностью последних, а те в свою очередь - уровнем заработной платы, которую зачастую выплачивают позже установленного срока. В результате действия внутренних и внешних факторов, работодатель не может вовремя выплатить заработную плату своим сотрудникам. Возникает задолженность перед персоналом, которая может привести к тяжким последствиям как для руководителя, так и для всей организации. Такие проблемы возникают во всех странах, но особенно этот вопрос актуален в нашей стране. По данным статистики на 1 октября текущего года задолженность по заработной плате составляла более 3,3 трлн. руб. [7].

На рисунке 1 приведены результаты опроса персонала. По результатам опроса видно, что сотрудники компаний могут быть недовольны различными факторами, влияющими на их заинтересованность в работе.



Рисунок 1. Основные факторы разочарования сотрудников

Как видно из опроса более 85% работников недовольны уровнем своей заработной платы. При этом есть тысячи работников, которым заработная плата задерживается на неопределенный срок по ряду причин. Такая ситуация усиливает социальную напряженность в коллективе и в обществе в целом.

Существуют разные причины возникновения задолженности по заработной плате. В бюджетных организациях задолженность часто возникает из-за несвоевременного получения денежных средств из бюджетов всех уровней. У коммерческих же организаций задолженность возникает, как правило, либо из-за реального отсутствия денежных средств, либо по причине сознательных неправомерных действий руководителем.

В качестве экономических факторов, влияющих на рост задолженности по заработной плате, обычно выделяют сокращение спроса на продукцию фирмы и как следствие отрицательные результаты хозяйственной деятельности. Очевидно, что с падением объемов производства уменьшается фонд оплаты труда, что и приводит к образованию задолженности. В самом незащищенном положении оказываются люди монопрофильных городов, имеющих одно градообразующее предприятие. В таких условиях возможность трудоустройства для граждан снижена, что позволяет работодателям систематически практиковать невыплаты заработной платы.

На 1 октября суммарная задолженность по заработной плате составила 3387 млн. руб., что больше на 33 млн. руб. по сравнению с 1 сентября этого года. По первой причине задолженность составила всего 25 млн. руб. (менее 1%). Соответственно из-за отсутствия собственных средств - 99% (3362 млн. руб.). Чаще всего денег не дожидаются из бюджетов субъектов РФ (16 млн. руб.). Задолженность из федерального бюджета составила 6 млн. руб., местного - 2,5 млн. руб.

Распределение просроченной задолженности заработной плате по видам экономической деятельности приведено в таблице 1.

Таблица 1 - Распределение просроченной задолженности по заработной плате по видам экономической деятельности

	Млн.руб.	В % к итогу
Всего	3362	100
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях, лесозаготовки	195	5.80
Рыболовство и рыбоводство	2	0.06
Добыча полезных ископаемых	395	11.75
Обрабатывающие производства	1483	44.11
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	63	1.87
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации	29	0.86

отходов, деятельность по ликвидации загрязнений		
Строительство	859	25.55
Транспорт	118	3.51
Управление недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе	28	0.83
Научные исследования и разработки	123	3.66
Образование	54	1.61
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	8	0.24
Деятельность в области культуры, искусства, отдыха и развлечений, теле- и радиовещания	5	0.15

Чаще всего зарплату задерживают в отраслях обрабатывающих производства, строительства и добыче полезных ископаемых. В строительстве такое положение дел сложилось из-за применяющейся там бестарифной системе оплаты труда. На первые две отрасли приходится более 55% общей задолженности по стране. Реже всего задерживают зарплату в рыбоводстве, обеспечении электрической энергии, водоснабжении, здравоохранении и деятельности в области культуры. В большинстве из них основная задолженность формируется не из-за недостаточности собственных средств, а из-за несвоевременного финансирования, так как почти все они - государственные.

Динамика изменения суммы задолженности по заработной плате приведена в таблице 2.

Таблица 2 - Просроченная задолженность по заработной плате в 2016-2017 гг

	2016 Млн. руб.	2017 Млн. руб.	Абсолютное изменение Млн. руб.	Темп роста %
Январь	3572	2725	-847	76.29
Февраль	4332	3232	-1100	74.61
Март	3303	3613	310	109.39
Апрель	4471	3635	-836	81.30
Май	4054	3848	-206	94.92
Июнь	4004	3331	-673	83.19
Июль	3804	3207	-597	84.31
Август	3666	3455	-211	94.24

Сентябрь	3531	3354	-177	94.99
Октябрь	3658	3387	-271	92.59
Ноябрь	3790			
Декабрь	3850			

По результатам расчетов в целом динамика положительная. Если к октябрю прошлого года задолженность составляла 3658 млн. руб., то в октябре текущего года этот показатель составил 3387 млн. руб., то есть произошло снижение на 7,5 %.

Увеличение задолженности по заработной плате влечет за собой снижение эффективности работы предприятия в целом и каждого работника в частности. Как показывают исследования, данный факт приводит к снижению производительности труда (рисунок 2)

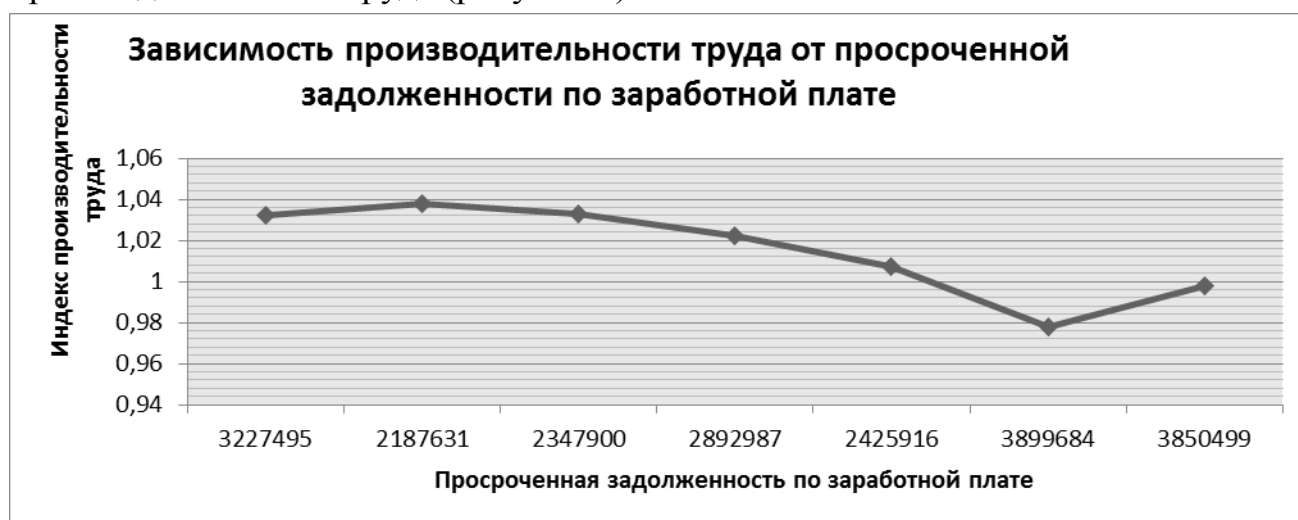


Рисунок 2. Изменение производительности труда в зависимости от изменения просроченной задолженности по заработной плате

На графике виден нисходящий тренд. При увеличении задолженности непременно снижалась производительность труда. Если же в 2016г. невыплаты были реже, то и производительность по сравнению с 2015г. увеличилась. Таким образом, можно сделать вывод, что два исследуемых показателя обратно пропорциональны.

Однако необходимо выявить степень зависимости этих показателей. В результате корреляционно-регрессионного анализа выявлена степень зависимости данных факторов в целом и по основным отраслям. Для проведения исследований производительность труда была принята за Y, а задолженность – за X (таблица 3).

Таблица 3 - Зависимость производительности труда от просроченной задолженности по заработной плате по отраслям

Итого по экономике	$Y = 1.061 - 0.0459X$
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	$Y = 1.011 - 0.0052X$
Транспорт	$Y = 1.023 - 0.0076X$
Добыча полезных ископаемых	$Y = 1.017 - 0.0068X$
Обрабатывающие производства	$Y = 1.112 - 0.0865X$

Как видно из таблицы 3, полученные уравнения показывают, на сколько процентов снизится производительность труда при увеличении задолженности по сравнению с прошлым годом на 1%. Самая большая отрицательная зависимость наблюдается в обрабатывающем производстве. В кризисные моменты производительность труда может снизиться в разы. Таким образом, если по сравнению с 2016 годом в текущем году задолженность в данной отрасли возрастет в 3 раза, то производительность труда снизится более чем на 25%.

Таким образом, возникновение просроченной задолженности по заработной плате является одной из самых важных проблем на большинстве предприятий. Невыплаты могут привести не только к социальной напряженности в коллективе, но и к реальному снижению производительности труда – одному из самых важных критериев повышения конкурентоспособности предприятия. Таким образом, необходимо при первых же признаках проблемы проводить комплекс мероприятий, направленных на ее решение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

11. Дубик Е.А., Павлова И.А. Инвестирование человеческого капитала в инновационной экономики России // Экономика и предпринимательство. 2015. № 9-1 (62-1). С. 989-992.
12. Демаков И.В., Новиков М.В., Павлова И.А. Совершенствование показателя приведенных затрат для экономической оценки инвестиционного проекта // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. С. 472.
13. Д.Зенгер, Д.Фолкман «Почему сотрудники всем недовольны», статья HBR [Электронный ресурс] // URL: <http://hbr-russia.ru/management/upravlenie-personalom/p15020/> (дата обращения: 01.11.2017).
14. Павлова И.А. Проблемы оценки стоимости бизнеса в России // Международное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2014. № 1 (12). С. 195-198.
15. Павлова И.А., Дубик Е.А. Инновационное развитие промышленных предприятий в условиях экономики знаний // Экономика и предпринимательство. 2014. № 8 (49). С. 500-504.

16. Нижегородстат [Электронный ресурс] // URL: <http://www.nizhstat.gks.ru>
17. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // URL: <http://www.gks.ru>
18. Козина А.Т. ПРАКТИКУМ ПО ЭКОНОМЕТРИКЕ: Учебное пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2011. – 96с.
19. Экономическая статистика: Учебник / Под ред. проф. Ю.Н. Иванова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 668 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Морозова М.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В каждой организации каждый сотрудник, прежде чем устроиться на работу, проходит процедуры набора и отбора персонала. Далее в своей деятельности работник сталкивается с задачами, решение которых напрямую зависит от деятельности подразделения по кадровому управлению: взаимодействие с новым руководителем, вовлеченность сотрудника в рабочую команду, создание благоприятного климата в коллективе и т.д. Как правило, в крупных организациях данные функции исполняют собственные подразделения по управлению персоналом или HR-менеджмент, в зависимости от организационной структуры организации название службы может быть разным. Роль кадрового управления или управления человеческими ресурсами в организации очень важна, поскольку от результата деятельности подразделения по управлению персоналом зависит будущее функционирование и эффективность развития компании в целом.

Необходимость эффективной и качественной работы службы по управлению персоналом обусловлено выполнением их функций. Джон Салливэн считает, что всю работу HR-менеджеров можно разделить на пять уровней[3]:

1. Управление информационными потоками и осуществление базовых операций. На данном уровне происходит знакомство сотрудников с необходимой информацией по организации их работы (документооборот в компании, процедуры приема и увольнения персонала, консультация сотрудников по социальным и страховым программам и т.п.)

2. Реализация основных функций. На данном этапе HR-служба выполняет различные функции: кадровое обеспечение, ведение первичной

кадровой отчетности, обучение и развитие персонала, разработка стандартных методик и стратегий по расширению штата и т.д.

3. Координация усилий, направленных на повышение продуктивности. На данном уровне осуществляются тактические задачи, направленные на повышение продуктивности, или производительности. Функциональные обязанности HR-подразделений представляют выявление причин и факторов, влияющие на продуктивность труда и последующая разработка действий по управлению ими.

4. Развитие конкурентных преимуществ через таланты. Основной задачей данного уровня является определение недостатков в работе конкурентных фирм. Также осуществляются такие функции, как анализ HR-программ в конкурирующих компаниях, оценка HR-стратегии конкурентов, создание позитивного имиджа компании и т.д.

5. Разработка решений для стратегических бизнес-проблем и поиск новых возможностей. Данный уровень содержит следующие функции: решение стратегических проблем бизнеса в сферах развития новых товаров и услуг, повышение качества обслуживания и лояльности клиентов, улучшение сервисов для клиентов и улучшение позиции компании на рынке.



Рис. 1 Функции HR-менеджмента (Джон Салливэн) [1]

Проанализировав данные этапы, можно сделать вывод, что операциональные (операционные) функции выполняются в каждом подразделении передовыми специалистами HR-службы. Численность сотрудников по персоналу достаточно высокая, так как это обусловлено

объемом выполняемых задач на данном этапе. Стратегическими задачами занимается топ-менеджмент компании в области HR. Кроме того, не все функции выполняются в организациях (например, стратегические задачи), и качество их выполнения оставляет напрямую влияет на возникновение проблем в области управления персоналом.

Многих проблем управления персоналом в организации можно избежать, если вовремя принять меры. К наиболее часто возникающим проблемам можно отнести следующие:

- увольнение квалифицированных специалистов;
- отсутствие трудовой дисциплины, низкая исполнительская дисциплина сотрудников;
- низкая квалификация рабочих и ряда руководителей;
- конфликты и негативная атмосфера в коллективе;
- низкий уровень мотивации;
- низкий уровень инициативности персонала;
- конфликт между руководством и работниками.

Каждой компании необходимо проанализировать текущую ситуацию, для принятия решения по возникающим проблемам. При приеме на работе HR-службе стоит отдельное внимание уделить на эмоциональный интеллект кандидата, составить его психологический портрет, возможно, проанализировать данные со страниц социальных сетей для устранения появления проблемы, связанной с отсутствием трудовой дисциплины или низкой исполнительской дисциплины работника. Зачастую при совершенствовании программ в организации происходит оптимизация расходов и сокращение квалифицированных специалистов в определенной области. Для решения данной проблемы кадровым службам следует проводить перераспределение кадровых ресурсов с последующим обучением в новых сферах деятельности. Также обучение и тренинги по развитию личных и профессиональных компетенций поможет в решении проблем с низкой квалификации сотрудников и конфликтами между руководителем и сотрудниками. Повышая уровень вовлеченности персонала путем участия в конкурсах компании, к примеру: «Лучшие по профессии в области...» или «Лучший наставник года», повышается уровень мотивации и инициативности персонала. Также проведение корпоративных мероприятий и тим-билдингов улучшают психологический климат в компании, что устраняет конфликты и противоречия в коллективе. Сотрудники ощущают чувство нужности и причастности в компании, работая более слаженно и продуктивно.

Таким образом, проблемы управления персоналом, следует решать на начальных этапах их возникновения. Персонал – это основной ресурс, без которого не может существовать ни одна организация в мире. Создавая эффективную систему обучения и развития персонала, повышая уровень вовлеченности и мотивации у сотрудников и поддерживать уровень корпоративной культуры на высоком уровне, компания будет эффективно функционировать и развиваться в дальнейшем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. 4-е изд., доп. и перераб. М.: Инфра-М, 2010. 695 с.
2. Роль отбора персонала в управлении персоналом организации / Барнякова А.В. // Science Time. – 2014. №4. С. 20-23.
3. Стратегическая роль HR-службы / Дж. Салливэн // Менеджер по персоналу. – 2005, №4.
4. Почему кандидатов уже не увлекает интересная работа / М. Подцероб, П.Юдина // Ведомости [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2017/10/19/738524-kandidatov-interesnaya-rabota> (Дата обращения 30.10.2017)

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Новажён А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день в России организационная культура приобретает всё большее значение для организаций, и её исследованию и развитию уделяется много времени, причём не только со стороны исследователей и учёных, но и со стороны руководителей и представителей бизнеса.

Значение организационной культуры для развития любой организации определяется рядом обстоятельств. Во-первых, она придает сотрудникам организационную идентичность, формирует внутригрупповое представление о компании, являясь важным источником стабильности и преемственности в организации. Это создает у сотрудников ощущение надежности самой организации и своего положения в ней, способствует осознанию социальной защищенности. Во-вторых, знание основ организационной культуры своей компании помогает новым работникам правильно понимать происходящие в организации события, определяя в них все наиболее важное и существенное. В-

третьих, внутриорганизационная культура, наиболее чем что-либо другое, стимулирует самосознание и высокую ответственность работника, выполняющего поставленные перед ним задачи [1].

Изменяя параметры организационной культуры, компанию можно вывести на абсолютно новую качественную ступень. В связи с этим изменение культуры организации становится одним из объектов управления. Организационная культура объединяет все коммуникации и виды деятельности внутри фирмы, формируя коллектив таким образом, чтобы, прежде всего, он был сплоченным и производительным. Она создает внешний образ организации, формирует ее имидж, определяет характер отношений с клиентами и партнерами. Сильная организационная культура способна создать то самое «социально-экономическое поле», которое обеспечит наивысшую эффективность, успешность компании и приверженность ей сотрудников [2]. Именно поэтому обладать сильной организационной культурой становится традицией многих успешных компаний. Следовательно, организационная культура представляет собой стратегический инструмент, который позволяет ориентировать персонал на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников, обеспечить лояльность, а также облегчить общение. Согласно оценке генерального директора, CompUSA Дж.Хэлпина, «компания выигрывает или проигрывает в зависимости от культуры, которую они создают» [Цит. по: 3, С.4]. Тем не менее, процессы управления развитием организационной культуры до сих пор слабо отражаются в планах, проектах и программах, разрабатываемых и реализуемых на предприятиях.

В данной статье рассматривается влияние организационной культуры на эффективность деятельности организации на примере бизнес-подразделения профессиональной косметики ООО «Хенкель Рус».

ООО «Хенкель Рус» бизнес-подразделение профессиональной косметики существует на региональном рынке более 8 лет. Штат сотрудников бизнес-подразделения составляет 60 чел. Основным видом деятельности, согласно уставу компании является: обучение и повышение квалификации парикмахеров и стилистов на международном уровне. Консультация по косметическим продуктам профессионального назначения.

В ООО «Хенкель Рус» бизнес-подразделение профессиональной косметики в подчинении у руководителя-менеджера находятся 3 отдела: 1. Обучающая студия (занимается привлечением клиентов, а также их обучением (повышение квалификации) в области парикмахерского искусства, создание общей осведомлённости о бренде в индустрии красоты. Также данный отдел

занимается организацией презентаций по новым продуктам, организация показов, проведение кастингов); 2. Отдел продаж (продажа косметических продуктов для профессионального использования, создание более глубокой, локальной осведомлённости в индустрии красоты); 3. Технологический сервис (показательные и консультационные уроки по запросу, касающиеся косметических продуктов марки Schwarzkopf Professional). Все отделы бизнес-подразделения (филиала) подчиняются одному линейному руководителю – менеджеру. Исключением является отдел продаж - есть свой руководитель - супервайзер, который, в свою очередь, также подчиняется менеджеру данного бизнес-подразделения.

Ключевым показателем эффективности данного бизнес-подразделения является, несомненно, прибыль, которую оно приносит для компании. Для сотрудников же, в общедоступном формате, таким показателем является: выполнение/невыполнение поставленных ежемесячных, а также годовых планов по наполнению обучающей студии, продажам.

Для того, чтобы определить влияние организационной культуры данной компании на эффективность деятельности, было проведено исследование, включающее следующие этапы: 1. Анализ значений ключевых показателей, характерных для данной компании за несколько месяцев; 2. Проведение тестирования для определения типа организационной культуры, среди сотрудников в количестве 45 человек (75% от общего числа работников бизнес-подразделения) по методике Ч. Ханди [4]; 3. Проведение тестирования для определения уровня организационной культуры, согласно классификации используемого теста [5]; 4. Разработка мероприятий, направленных на развитие организационной культуры данной компании.

Анализ ключевых показателей эффективности деятельности бизнес-подразделения профессиональной косметики ООО «Хенкель Рус» (за 3 месяца с 31.07.2017 года по 31.10.2017 года), представленных в Таблице 1, свидетельствует о том, что фактические показатели деятельности не имеют прочной тенденции к росту.

Таблица 1 - Ключевые показатели эффективности
бизнес-подразделения профессиональной косметики ООО «Хенкель Рус»

Ключевой показатель	плановый показатель				фактический показатель			
	31.07. 17	31.08. 17	30.09 .17	31.10 .17	31.07 .17	31.08 .17	30.09 .17	31.1 0.17

Наполняемость обучающей студии, в чел.	189	299	198	207	89	90	78	99
Объём продаж, в млн.руб	3200	5600	4800	5800	2600	4300	4700	5400

Тестирование, направленное на определение типа организационной культуры, показало, что тип организационной культуры в данной компании, по мнению протестированных сотрудников в количестве 45 человек - *авторитарно-бюрократический*. Для такого типа организационной культуры характерно то, что процедуры управляют тем, что делают. Ценится поддержание главного хода деятельности организации. Сотрудников такой организации объединяют формальные правила и официальная политика. Что не в полной мере соответствует целям и задачам подразделения, так как не дает развиваться инициативности и творчеству, что незамедлительно снижает основные показатели эффективности деятельности.

Тестирование 3-го этапа, направленное на определение уровня организационной культуры и степени её влияния на работу данной организации показало, что, по мнению большинства протестированных сотрудников - 31 человек (51% от общего числа) - уровень организационной культуры имеет тенденцию к деградации; показатели только 14 человек (23% от общего числа) свидетельствуют о среднем уровне организационной культуры. Более того показатели 100% опрошенных сотрудников данного бизнес-подразделения указывают на то, что состояние в коллективе варьируется от «заметного уныния» до «упадочного» (согласно классификации теста [5]). «Узкие места» организационной культуры данной компании, по мнению большинства протестированных сотрудников - в количестве 38 человек (63 % от общего числа): 1. мотивация и мораль; 2. коммуникации; 3. управление; 4. работа (указаны в соответствии с рейтингом значимости: 1 – самое «узкое» место).

Что характерно, результаты тестирования руководителя бизнес-подразделения полностью противоречат результатам, полученным от сотрудников. Исходя из этого, можно также сделать вывод о том, что между культурой, которую регламентирует руководитель, и той организационной культурой, которую хотят видеть сотрудники, существуют противоречия. Более того, мы видим, что существующая организационная культура снижает эффективность деятельности, следовательно, необходимо предпринимать меры

по развитию организационной культуры ООО «Хенкель Рус», бизнес-подразделение профессиональной косметики.

Исходя из полученных данных и основываясь на теоретических разработках, можно сформулировать ряд рекомендаций, направленных на изменение организационной культуры данной компании:

1. Разработать систему мотивации, соответствующую данному типу организационной культуры компании для достижения максимального взаимопонимания между интересами компании и потребностями сотрудников.

Рекомендуется уделить большее внимание моральному направлению в системе мотивации. В авторитарно-бюрократическом типе организационной культуры наиболее уместно будет использование такой мотивационной политики, как разработка новых проектов, которые могут легко подстроиться под потребителя, если вдруг меняются внешние обстоятельства. Выплата поощрений (премий) сотрудникам, которые достигли определенных результатов в своей трудовой деятельности. Возможность повысить свою квалификацию и получить необходимые сведения о дальнейшем развитии компании. Более того рекомендуется постоянное участие руководителя во всех процессах, происходящих в компании.

Возможно использование нестандартных способов мотивирования, например: 1. Шуточная форма наказания нерадивых подчиненных: не обязательно снимать премию или штрафовать нерадивого работника, достаточно присвоить ему шуточное звание «Ленивец отдела» или «Черепаша месяца», такие «титутлы» мотивируют человека на повышение качества своего труда; 2. Внезапные подарки: неожиданное поощрение (даже незначительное) мотивирует трудящегося продолжать работать так же, а то и лучше; 3. Забота о семьях: это могут быть новогодние утренники или подарки для детей, а также скидки для отдыха членов семьи сотрудников; 4. «Повторение», или методика аналогий: появилась она во время кризиса, когда многие фирмы не имели возможности материально поощрять своих служащих, основана методика на психологических особенностях людей, а именно на бессознательном подражании, когда начальник своим примером мотивирует подчиненных на качественное исполнение профессиональных обязанностей [6]; 5. Приятным дополнительным стимулом может стать награждение «работников месяца».

2. Наладить внутренние коммуникации.

Они должны обладать рядом характеристик: 1) ясность и точность; 2) прозрачность и достоверность (сообщаемые сведения должны быть основаны

на достоверных фактах); 3) высокая мораль (взывать к лучшим интересам людей и помогать бороться с атмосферой недоверия в коллективе).

Добиться этого можно через формирование более тесного общения руководителя со своими сотрудниками. Необходимо наличие положительной обратной связи: сотрудники компании хотят понимать и чувствовать, что их мнение не менее важно, и что к ним прислушиваются. Например: проведение еженедельных собраний по обсуждению формирования работы / утренние «летучки», рассылка по электронной почте, личное участие руководителя в разрешении спорных вопросов и так далее.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сухорукова, М. Ценности как ключевой момент организационной культуры [Электронный ресурс] / М. Сухорукова. – Режим доступа: <http://quality.eur.ru/materialy7/ckk.html> (Дата обращения: 20.11.2017)
2. Соломанидина, Т.О. Организационная культура компании: Учебное пособие [Текст] / Т.О. Соломанидина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 624 с.
3. Петрова, О.В. Компаративный метод диагностики организационной культуры инновационного университета: автореф. дис. ...канд. соц. наук [Электронный ресурс] / О.В. Петрова. – Нижний Новгород, 2013. – 29 с. - Режим доступа: <http://www.unn.ru/pages/disser/1050.pdf> (Дата обращения 20.11.2017)
4. Пак, В.Д., Нужина, Н.И. Основные типологии организационной культуры [Электронный ресурс] / В.Д. Пак, Н.И. Нужина. – Режим доступа: <https://research-journal.org/social/osnovnye-tipologii-organizacionnoj-kultury/> (Дата обращения 19.11.2017)
5. Блинова, Т.А. Тест-анкета «Уровень корпоративной культуры «ОК» [Электронный ресурс] / Т.А. Блинова. - Режим доступа: http://www.hr-portal.ru/files/test-anketa_uroven_korporativnoy_kultury_kk.pdf (Дата обращения 20.11.2017)
6. Методы мотивации персонала [Электронный ресурс] /Официальный сайт Компания «СёрчИнформ». – Режим доступа: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/metody-motivatsii-personala/> (Дата обращения 20.11.2017)

УПРАВЛЕНИЕ ТАЛАНТАМИ: ОТ «ВОЙНЫ ЗА ТАЛАНТЫ» к «ПОДЛИННЫМ ТАЛАНТАМ»

Разумова А.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность вопроса инноваций в бизнесе и конкурентоспособности на рынке труда, несомненно, сопровождается вопросом своевременного развития

человеческого капитала. Важно понимать, что данный вопрос обсуждается не только в бизнес среде, стремящейся быстро реагировать на изменения рынка труда, но и на государственном уровне, чтобы сохранить конкурентоспособность на международной арене трудовых взаимоотношений.

Тема развития человеческого капитала всегда вызывала активные дискуссии, как в научной, так и в бизнес среде, что способствовало ряду коренных изменений в подходах к изучению и формированию систем управления человеческими ресурсами. Одной из значимых идеологий, оказавших влияние на ключевые задачи менеджмента, стала *система управления талантами*. Термин «управление талантами» впервые был использован Дэвидом Уоткинсом из компании «Softcare» в его публикации в 1998 году, который вскоре активно вошел в теоретическую и практическую терминологию. Уже в 2001 году данную тему детально изложили в своей книге «Война за таланты» консультанты компании «McKinsey». Ключевая мысль идеологии «управления талантами» заключалась в том, что с началом нового тысячелетия «право выбора» перешло от организации к самим сотрудникам, а это значило, что «люди стали выбирать организации, а не организации людей». Все это диктовало бизнесу необходимость пересмотреть системы развития, оценки и мотивации наиболее выдающихся, ярких и нестандартных менеджеров – талантов. [1] Ввиду новизны процесса работы с талантами, многие организации формировали собственное видение на данный процесс: для одних "талант"- отдельные высокопотенциальные сотрудники (High Potential - HiPo), другие же говорят обо всем персонале в целом. Однако исследования «McKinsey» показали, что в 87 из 100 случаев компании строили стратегии по работе с талантами исходя из мнения экспертов о том, что в любой компании 20% сотрудников приносят 80% результата. Именно эти 20% сотрудников, принадлежащих к категории "А", важно удерживать в компании и наделять большей ответственностью. [1]

Таким образом, система управления талантами, в данном ее понимании, на предприятиях активно набирала обороты, пока не пошатнулась в период кризиса 2008 года. В сентябре 2008 года разразился Мировой финансово-экономический кризис, что привело к значительному сокращению персонала. Тяжелое финансовое состояние многих компаний затронуло и «таланты» многих организаций. Исходя из статистики 2008 года, число управленческих вакансий в Москве сократилось на 31,5 %, а в Санкт-Петербурге на 34,3 %. [4] Как итог, на рынке труда появились свободные руководящие специалисты, но они оказались уволенными не по причине отсутствия у компаний средств для

оплаты их труда, а из-за профессиональной несостоятельности этих кадров. Это показало владельцам бизнеса, что слишком высокая степень креатива и инновационности, присущая «талантам», не может быть абсолютно выигрышной, как это считалось в начале XXI века.

«Подлинный талант» - новый взгляд на систему управления талантами

Полученный опыт в период экономического кризиса, напомнил компаниям о существующем подходе к талантливым сотрудникам, который утверждал, что все сотрудники имеют потенциал для развития таланта в профессиональной деятельности. Это не исключало само существование понятия «талант», но смысл в нее все чаще вкладывается иной. На данном этапе талантами называют «крепких» менеджеров среднего звена или высококвалифицированных рядовых сотрудников, которые демонстрируют хорошие результаты за счет баланса необходимых компетенций и опыта - «подлинных талантов» (experiential talent). [3] Важной особенностью данных талантов является то, что им требуется больше времени для получения серьезных знаний и навыков в определенной сфере, но удастся раскрыть свой потенциал за счет воли и трудолюбия. Так, постепенно организации вернулись к идее о том, что в условиях жесткой конкуренции в отраслях выигрывают тот, кто научился поэтапно развивать сотрудников с подлинными профессиональными и мотивационными способностями к своей деятельности и труду.

В связи с этим, стратегия постепенного развития менеджера, для которого создаются все условия медленного, без особых скачков роста, но уверенного в получении результатов, набирает популярность на российском рынке труда и уже является базой кадровой политики многих крупных предприятий. Представленное в 2017 году международной консалтинговой компанией «The Boston Consulting Group» (BCG) исследование «Россия 2025» наглядно доказало, что в ближайшем будущем нас ожидает «экономика знаний». Данный экономический уклад будет формировать рынки труда с учетом геополитических, демографических и технологических трендов, которые окажут влияние на понятие «талант» в среднесрочной перспективе. [2] В исследовании подробно описана «целевая модель компетенций 2025», основой которой являются когнитивные, социально – поведенческие и цифровые навыки. Именно поэтому, компании при построении системы управления талантами акцентируют внимание на «мягкие» навыки (soft skills): нацеленность на саморазвитие, организованность, навыки принятия решений и

достижения результатов, предпринимательские навыки, адаптивность, навыки коммуникации, эмоциональный интеллект и т.д.

Подход «Growth Mindset»: развитие культуры «мышления роста»

В рейтинге конкурентоспособности талантов (GTCI) в 2017 году (всего 118 стран) Россия по привлекательности – на 81-м месте, по созданию возможностей для талантов – на 107-м месте. Топ – 5 стран по привлекательности талантов на сегодняшний день составляет: Швейцария, Сингапур, Великобритания, США, Швеция. [2] Что способствует лидерству данных стран в рейтинге привлекательности талантов? Причин, на мой взгляд, масса. Однако хотелось бы уделить внимание одному из подходов в сфере воспитания, обучения и мотивации талантов, применяющихся в данных странах - «Growth Mindset» - теория развития интеллекта. Теория была разработана в конце 1980-х годов американским психологом Кэрл Дуэк и широко распространилась в сфере образования. Суть заключается в том, что у человека может быть два типа убеждений относительно своих интеллектуальных способностей:

- интеллектуальные способности никак не могут быть изменены, их стоит воспринимать как данность (Fixed Mindset);
- интеллектуальные способности могут быть улучшены с помощью собственных усилий (Growth Mindset). [6]

На сегодняшний день специалисты в сфере HR ведут активную дискуссию на тему практического применения данной теории и возможность ее оценки в корпоративной культуре.

Одним из успешных примеров реализации данной теории, интегрированной в корпоративную культуру, продемонстрировала компания «Microsoft». В феврале 2014 Сатья Наделла занял пост генерального директора «Microsoft», которому предстояла глобальная работа, так как компания к началу его руководства находилась в плачевном финансовом состоянии. На 2014 год по оценке журнала «Gartner» доля компании на мобильном рынке составляла всего 1,7%. В 2012 году американское издание «Vanity Fair» оценила состояние корпоративной культуры компании как высокомерное и бюрократичное. Будучи ранее лидером на рынке производства программного обеспечения для персональных компьютеров, в 2010-х компания перешла в разряд «догоняющих», желающих получить долю на рынке мобильных устройств. Именно с подобным текущим положением пришлось работать новому руководителю компании. В 2015 году тяжелое финансовое состояние компании способствовало принятию решения о масштабном сокращении

сотрудников (9000 человек). Вместе с тем, был дан старт зарождению новой организационной культуры и реализации подхода в работе с персоналом, которые были нацелены на постоянное развитие (Mindset). При реализации теории «Growth Mindset» компания «Microsoft» учитывала важные условия:

- давать «талантам» задания, которые находятся в их «зоне роста», то с чем сотрудник не готов справиться легко;
- предоставлять им честную, поддерживающую и своевременную обратную связь (feedback);
- четкая стратегия развития и формирования новых навыков у определенных категорий сотрудников;
- способствовать их к оценке качества собственной работы.

Результат проведенных изменений не заставил себя ждать. Уже в конце 2016 года компания имела следующие результаты:

- Облачный бизнес «Microsoft» — то подразделение, на которое ставились основные ставки — активно продвигается. Доля рынка облачных сервисов «Microsoft» выросла на 4,3%. Компания снова прибыльна, и самые трудные времена позади.
- Были разработаны новейшие продукты, такие как «Outlook» и «Sunrise», которые являются лучшими в своем классе для электронной почты и календарного планирования, независимо от используемой платформы, и «Hololens» — остается одним из самых необычных технических продуктов на IT рынке.
- Уровень продаж игровых консолей «Xbox» вырос в 2,5 раза несмотря на предсказанное аналитиками значительное сокращение рынка игровых консолей.

Обобщая все изложенные теоретические и практические моменты о системе управления талантами из кейсов отечественных и международных организаций, важно подчеркнуть момент адаптивности системы конкретным условиям на рынке труда, ее актуальности и постоянной модернизации. Работа с талантами не подразумевает наличие единственно верного алгоритма развития и управления. Менеджмент компании, понимая и анализируя текущую обстановку, внедряет уникальное решение, которое будет актуальным для данной конкретной ситуации и компании. Адаптивное и осознанное использование новых методов управления талантами точно подскажет менеджменту, когда должен произойти то самый переход от «войны за таланты» к развитию «подлинных талантов».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Майклз Э., Хэндфилд-Джонс Х., Экселрод Э. Война за таланты; пер. с англ. Ю. Е. Корнилович. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005. — 272 с.
2. Бутенко В., Полутин К., Котов И., Сычева Е. и др. // Доклад «Россия 2025: от кадров к талантам»: The Boston Consulting Group (BCG), 2017 г. 75 с.
3. Еремина И.Ю., Лавров И.И. Управление развитием менеджеров организации в рамках стратегий управления талантами // Развитие человеческих ресурсов нефтегазовой отрасли: РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина, 2016 г. С. 152-160.
4. Хаванская А.В. Влияние кризиса на рынок труда Топ- менеджеров// Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. V междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5. URL:<http://sibac.info/archive/economy/5.docx> (дата обращения: 21.11.2017).
5. Лютикова М.А., Нечушкина В.С. Использование систем управления талантами в управлении персоналом // Nauka-rastudent.ru. – 2016. – No. 10 (034) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:<http://naukarastudent.ru/34/3686/>
6. CAROL S. DWECK, PH.D. Mindset: the new psychology of success — М.:Random House | New York, 2006. — 153 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ

Семеркина Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Корпоративное управление является довольно непростым явлением, которое затрагивает отношения внутри организаций. Нормы законодательства способствуют управлению организацией, обеспечивают разделение деятельности среди акционеров и других заинтересованных лиц. Суть корпоративного управления выражается в том, чтобы обеспечить акционерам фирмы возможность эффективно осуществлять контроль и мониторить работу менеджеров, что в конечном итоге должно содействовать повышению капитализации. При этом аналогичные взаимоотношения осуществляются с помощью использования определенного набора инструментов, в качестве которых выступают устав организации, внутренние регламенты, кодекс корпоративного управления и поведения.

Многие фирмы могут выпускать продукцию с низкими издержками, с помощью этого они приспособливаются к прибыльной хозяйственной деятельности, что показывает эластичный финансовый механизм управления и высокий потенциал. Это стало главной предпосылкой формирования отраслевых холдинговых компаний.

Корпоративное управление рассматривают в таких аспектах как:

- система управления и контроль за деятельностью организации;
- структура, допускающая разделение прав, обязанностей и ответственности;
- правила и процедуры принятия управленческих решений [3, с.89].

В качестве основной задачи корпоративного управления выступает обеспечение деятельности корпорации в заинтересованности владельцев.

Положительный результат деятельности компании с помощью корпоративного управления допустимо с улучшением работы его субъектов, в связи с этим можно сгруппировать два блока: внутреннее управление и внешняя инфраструктура, оказывающая прямое воздействие на состояние и развитие компании.

К первому блоку можно отнести высшие органы управления и отдельные должностные лица, участвующие в жизни и работы фирмы (корпорация, учредители общества, участники, совет директоров, собрание акционеров).

Ко второму блоку относят государство, объединения физических лиц, которые оказывают воздействие на работу фирмы, либо зависимые от нее (банки, клиенты, поставщики, конкурентные компании).

Оба блока представляют немаловажное значение в успешном функционировании фирмы: изменение положения первого участника или внешней / внутренней обстановки влечет за собой изменение положения всей фирмы. Но оказать влияние на внутреннюю структуру компании значительно проще, так как у органов управления есть сильные рычаги и стимулы, с поддержкой которых они ограничивают или, напротив, поощряют ту или иную форму поведения [4].

Регулирующие органы и инвесторы стали повышать требования к различным российским компаниям, также происходит обострение конкуренции со стороны транснациональных корпораций. В связи с этим концепция корпоративного управления российских компаний обладает конкурентным превосходством. Однако для понятия особенностей корпоративного управления в Российской Федерации необходимо осознать, что такое корпоративное управление, корпорация и как она функционирует в РФ.

В связи с тем, что наша страна на много позже остальных стран встала на устойчивый путь развития, системе корпоративного управления характерен такой недостаток, как слабая проработка механизма внедрения инновационных проектов. Однако Правительство Российской Федерации сейчас стремительно пытается развивать данное направление.

Каждая уважающая себя компания должна методично, опираясь на научном подходе и инновационных технологиях, создавать действенную концепцию управления. Это позволит не только достигать положительных результатов внутри самой корпорации, но и выйти на мировой уровень, повысив эффективность производства и управления, а также увеличить свою прибыль, что также не маловажно. [5]

Чаще всего проблемы корпоративного управления решаются на государственном уровне и на уровне отдельных компаний. Компонентами управления рыночной экономики непосредственно являются правила корпоративного управления. В связи с этим компании Российской Федерации вводят кодексы корпоративного поведения или управления, что в свою очередь положительно отражается на их деятельности [2].

К сожалению можно с полной вероятностью констатировать факт замедления совершенствования корпоративного управления в Российской организации из-за неблагоприятной государственной политики.

В настоящее время также прослеживаются некоторые негативные особенности в российском корпоративном управлении такие как:

- слияние функций владения и управления, при этом фирмы, которые являются публичными корпорациями, продолжают управляться как частные фирмы;
- слабая система контроля за работой менеджмента;
- распределение полученной прибыли по вне дивидендным каналам, причем получение прибыли в данном случае актуально лишь для доминирующих акционеров;
- затрудненный доступ к информации о состоянии компании, скрывание настоящих собственников;
- частое применение незаконных методов в области увода активов, размыивании пакетов акций, ареста акций, не допуск на собраниях акционеров и т.д. [1]

Корпоративное управление и его эффективность происходит лишь в распознавании кризиса, его причин, а также его преодоление с помощью человеческих факторов.

Фирмы, которые соблюдают стандарты корпоративного управления, могут в большей степени обладать превосходством при привлечении инвестиций, как на территории Российской Федерации, так и за ее рубежом. Сложилось мнение, что инвесторов привлекает качественное корпоративное

управление, которое обеспечивает хорошую работу менеджмента и деятельность компании позволяющих снизить риск потери средств.

Первоочередными задачами в контенте совершенствования практики корпоративного управления российских компаний в настоящее время являются как регулирование защиты прав и интересов собственников предприятия, так и привлечение инвесторов.

Чтобы достигнуть стабильного состояния и развития корпорации, то следует применить метод антикризисного финансового управления, который гарантировал бы преодоление кризисного состояния фирмы.

Для этого требуется преодолеть цель, которая создаст механизмы, с помощью которых будет происходить реализация основных функций корпоративного центра. В качестве таких механизмов могут выступать:

- процессы выстраивания стратегии, благодаря которой компания может создать и завоевать стабильные позиции на рынке;
- контролирование реализации стратегии;
- сбор данных, которые требуются для диагностики и подготовки к принятию решений в сфере управления предприятием;
- анализ финансовой и хозяйственной деятельности компании, на базе которого возможно выявить состояние кризиса. [3]

Развития корпоративного управления обусловлено тем, что можно добиться положительных результатов в следующих сферах:

- привлечение инвесторов, которые смогут вложить свои средства на долгосрочную перспективу в деятельность компании;
- повысить деятельности компании;
- увеличить рыночную стоимость предприятия;
- облегчить доступ к рынкам капитала;
- повысить репутацию фирмы.

Хотелось бы выделить, что эффективный механизм корпоративного управления в Российской Федерации возможен к достижению посредством принятия управленческих решений в условиях непостоянности, для адаптации корпорации к внешним изменениям, что в свою очередь сильно скажется на деятельности работы компаний [1]. Эта проблема достаточно распространена в России, и для ее преодоления требуются не только силы владельцев компаний, но и помощь правительства. Кроме того, невзирая на сохраняющуюся закрытость российских фирм, в области корпоративного управления прослеживается развитие. Если начать уже сейчас прикладывать больше усилий в совершенствовании этой области, то возможно, что через несколько

лет прогресс будет виден невооруженным взглядом. Многие компании станут международными, будут осваивать новые рынки, смогут не только зарекомендовать себя за рубежом, но и привлекать иностранных инвесторов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лазутина А.Л., Танцынов А.А. Проблемы корпоративного управления в российском бизнесе. // В сборнике: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации сборник статей по материалам II Международной научно-практической конференции. 2015. - 90-95 с.
2. Морозова И.М. Повышение эффективности производственно-заготовительного комплекса потребительской кооперации автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук // Нижегородская государственная сельскохозяйственная академия. Нижний Новгород, 2008.
3. Орехов С. А. Корпоративный менеджмент: учебное пособие / С.А. Орехов, В.А.Селезнев, Н.В. Тихомирова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 440 с.
4. Рогозин А. Р. Проблемы корпоративного менеджмента в России // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Международной научной конференции. - СПб.: Заневская площадь, 2014. - 205-208 с.
5. Розанова Н.М. Корпоративное управление: учебник для бакалавриата и магистратуры / Н.М. Розанова. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 339 с.

КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ ЛИНЕЙНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Снеткова О.И.,

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Трудно создать что-то стоящее, не говоря уже о конкурентоспособной компании, не имея в руках инструмента. Поэтому в условиях жесткой рыночной конкуренции иметь систему обучения руководителей необходимо не только компаниям-лидерам, но и любой фирме, которая стремится добиться успеха в своем секторе бизнеса, даже если речь идет о малом предпринимательстве. В данной статье речь пойдет об актуальности проблемы обучения управленческого персонала среднего звена в малых предприятиях на примере ООО «Хозяюшка».

Обучение персонала — основной путь получения профессионального образования. Это целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями, навыками и способами общения под руководством опытных преподавателей, наставников, специалистов, руководителей [1, с. 51].

Так, Егоршин А.П. считает, что обучение персонала — это обеспечение соответствия профессиональных знаний и умений работника современному уровню производства и управления [2, с. 237].

Магура М.И. дает следующее определение понятию «обучение персонала» — это важнейший инструмент, с помощью которого руководство получает возможность повышать потенциал человеческих ресурсов и оказывать влияние на формирование организационной культуры [3, с. 98].

В свою очередь, А.Я. Кибанов придерживается мнения, что обучение — целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками [4, с. 125].

Таким образом, анализ источников научной литературы позволил определить, что обучение сотрудников компании — это процесс овладения знаниями и навыками, которые необходимы для профессионального развития.

Актуальность темы статьи заключается в том, что линейные менеджеры — это особо ценный ресурс любой компании. Качество обучения менеджеров среднего звена непосредственным образом связано с качеством управления и эффективностью деятельности подразделения и компании в целом. Успешное развитие кадров, а вместе с ними и фирмы, невозможно без постоянного улучшения навыков и способностей, то есть без должного обучения персонала. От квалификации персонала зависит доход фирмы, мнение клиентов и процветание компании.

Объектом исследования работы является Общество с ограниченной ответственностью «Хозяюшка». ООО «Хозяюшка» — одна из пяти компаний сети "УНИВЕРСАЛ" (оптово-розничная база). Это магазин, который имеет название «Универсал - Хозтовары». Другие торговые точки находятся в Нижнем Новгороде, а также в Балахне и п. Дружный Кстовского района. «Универсал — Хозтовары» — это магазин с широким выбором продукции хозяйственно-бытового назначения.

Миссия ООО «Хозяюшка» звучит так: «Мы стремимся удовлетворить потребность своих клиентов, беречь их время и деньги». Целью компании

является достижение статуса ведущей крупнейшей компании на рынке хозяйственно-бытовых товаров в Нижнем Новгороде.

В штате организации 18 человек, количественный состав работников незначительно меняется с течением времени.

Организационная структура ООО «Хозяюшка» представлена на рис.1.

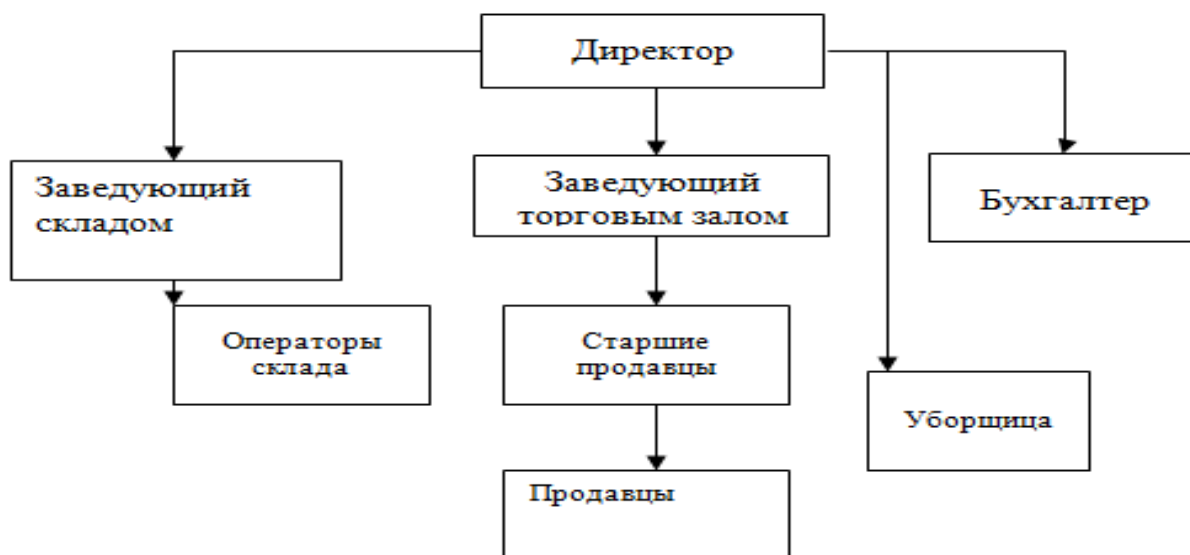


Рисунок 1 – Организационная структура ООО «Хозяюшка»

В компании присутствует линейно – функциональная организационная структура управления, так как руководство организации осуществляется не только «из центра», но и непосредственно «на местах»: в каждом хозяйственном подразделении магазина имеется управленческий персонал, координирующий работу конкретного отдела.

Главную функцию управления осуществляет директор организации. В подчинении у него находится бухгалтер, заведующий складом и заведующий торговой секцией. Заведующему складом подчиняются 2 оператора. В свою очередь, заведующему торговой секцией – 2 старших продавца, в подчинении у которых 9 продавцов магазина.

Существуют 3 вида обучения: подготовка персонала, повышение квалификации и профессиональная переподготовка. Последняя в ООО «Хозяюшка» не производится ввиду отсутствия необходимости. Подготовка персонала перед вхождением в должность, занимается так называемый «наставник». Обучение кадров производится в несколько этапов, отраженных в Таблице 1.

Обучение на предприятии происходит без отрыва от производства, осуществляется в обычной рабочей обстановке: обучаемый находится на рабочем месте, использует настоящую документацию и продукцию.

Таблица 1 - Система обучения персонала в ООО «Хозяюшка»

Этап	Ответственный	Методы обучения	Компетенции
1. Технический	Заведующий складом	Инструктаж	Информация об охране труда, пожарная и электробезопасность и т. д
2. Адаптационный	Директор магазина	Наставничество	Вводный курс: история компании, особенности обслуживания, типы покупателей и др
3. Профессиональный	Старший продавец/Заведующий складом	Наставничество, обучение на рабочем месте	Развитие специальных компетенций и навыков
4. Развитие взаимодействия в коллективе (в данный момент фактически отсутствует)	Директор	Деловые игры, тренинги	Налаживание микроклимата, появление чувства «команды»

Однако обучение руководителей управленческим компетенциям в организации фактически отсутствует. Тем не менее, менеджеры ООО «Хозяюшка», как и большинство современных руководителей, были назначены на управленческую должность по итогам отличной работы в качестве специалиста. Однако имея хорошие знания и навыки, такие сотрудники оказываются слабыми в качестве управленцев. Поддержка и помощь со стороны специалиста по управлению персоналом в данном случае необходима, но не всегда востребована на практике среди новоиспеченных руководителей.

Для выявления удовлетворенности сотрудников своим руководителем был проведен опрос, который включал в себя вопросы по 4 группам

показателей: Профессиональные качества, Организаторские способности, Стиль руководства и Личностные качества. Анкета для проведения опроса представлена на Рис. 2.

Анкета
«Оценка руководителя»

Уважаемый сотрудник компании ____!

Для нас важно, как Вы оцениваете Вашего руководителя.
ФИО руководителя _____

Полученные результаты будут обработаны и переданы на рассмотрение генеральному директору компании. Конфиденциальность информации гарантируется.

Оцените Вашего начальника в баллах от 1 до 5 (где 5 соответствует оценке «отлично», 4 – «хорошо», 3 – «удовлетворительно», 2 – «неудовлетворительно», 1 – «крайне неудовлетворительно»).

№	Показатель	Проставьте баллы от 1 до 5
<i>Профессиональные качества</i>		
1	Уровень профессионализма	
2	Готовность принимать новое в работе	
3	Чувство ответственности	
4	Работоспособность	
5	Дисциплинированность	
<i>Организаторские способности</i>		
1	Умение сплотить членов группы в команду	
2	Умение проводить совещания	
3	Умение ясно отдавать поручения	
<i>Стиль руководства</i>		
1	Применение эффективного стиля руководства	
2	Справедливость в оценке труда подчиненных	
3	Контроль поручений	
<i>Личностные качества</i>		
1	Способность найти контакт с любым сотрудником	
2	Честность в общении с подчиненными	
3	Принципиальность в работе	
4	Личностный авторитет	
5	Умение признать свою ошибку	
6	Уровень самоконтроля	
Итого		

Рисунок 2 – Опрос «Оценка руководителя в ООО «Хозяюшка»

В исследовании приняли участие 13 сотрудников магазина. Анализ исследования показал, что в целом сотрудники удовлетворены работой своего руководителя, но не считают его мнение авторитетным, а также считают, что их менеджер-это просто хороший специалист, а не лидер команды. Основными недостаточными компетенциями были определены: неготовность принимать новое в работе (38%), неумение сплотить сотрудников в команду (69%),

неумение проводить совещания (53%) , неумение ясно передавать поручения (38%) , уровень самоконтроля (30%). Это создает потенциальную опасность для ООО «Хозяюшка», ведь недаром говорят, что люди уходят не из компании, а от плохого начальника.

К сожалению, в настоящее время директора российских организаций все еще убеждены, что бизнес делают деньги, не замечая очевидного - бизнес делают люди. Разумеется, не всегда разумно обучать абсолютно весь коллектив, но только не линейных менеджеров. Так как именно они руководят теми, кто производит товары или оказывает услуги.

Реальность такова, что развития профессиональных знаний и навыков недостаточно для того, чтобы быть хорошим менеджером. Важно раскрывать в себе лидерский потенциал, ведь руководители являются наставниками для своих подчиненных, ставят перед ними задачи и контролируют достижение общих целей, а также организуют бизнес-процессы, следят за дисциплиной и развитием своих сотрудников.

Но оправдывают ли себя затраты на обучение, если человек в любой момент может уйти из организации, перейти к конкурентам? Что лучше - повысить работникам зарплату или отправить на тренинг? Эти вопросы всегда вызывают споры среди hr-специалистов.

Сильных линейных руководителей в малом бизнесе очень часто не хватает, так как новоиспеченным выпускникам ВУЗов по направлению Менеджмент не хватает опыта практической работы, а опытным сотрудникам – знаний в области менеджмента.

В качестве заключения статьи хочется процитировать Наполеона и привести его выражение о значении руководителей низового звена: «Армией управляю я и мои сержанты». А Эрих Мария Ремарк писал, что если генерал издаст приказ, а прапорщики его не поддержат, то ничего не выйдет. Это значит, что линейные менеджеры – это непосредственные руководители основной части сотрудников организации. В результате, реализация планов топ-менеджмента зависит от их личностного потенциала.

Линейный менеджер сегодня должен обладать стратегическим мышлением, предприимчивостью, широкой эрудицией, высокой культурой, способностью адаптироваться к непрерывным изменениям внешней среды. Помимо обучения в организации, здесь необходимо активно заниматься самообразованием, перенимать опыт коллег, следить за инновационными действиями лидеров рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зайцева, Ю.А. Обучение на рабочем месте и оценка его эффективности: Управление развитием персонала [Текст] / Ю.А. Зайцева. - М.: Экзамен, 2011. - 208 с.
2. Егоршин, А.П. Управление персоналом [Текст] / А.П. Егоршин. - Нижний Новгород: НИМБ, 2008. - 352 с.
3. Магура, М.И. Организация обучения персонала компании: учебное пособие [Текст] / М.И. Магура. - М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез»», 2002. - 192 с.
4. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом: учебник [Текст] / А.Я. Кибанов. - М.: Инфра-М, 2008. - 304 с.
5. Ракитянская, О. Технология обучения линейных менеджеров [Электронный ресурс] // Директор по персоналу. - Режим доступа: <http://www.hr-director.ru/article/66361-qqq-16-m10-obuchenie-lineynyh-menedjerov> (дата обращения 17.11.2017)
6. Зачем надо обучать линейных менеджеров? [Электронный ресурс] // HR portal: Сообщество и Публикации. - Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/zachem-nuzhno-obuchat-lineynyh-menedzherov> (дата обращения 17.11.2017)
7. Причины необходимости обучения линейных менеджеров [Электронный ресурс] // HR по-русски. - Режим доступа: <http://hr-elearning.ru/prichiny-neobkhodimosti-obucheniya-menedjerov/> (дата обращения 17.11.2017)
8. Крымов, А. «Сержанты бизнеса»: проблема линейных менеджеров [Электронный ресурс] // E-xecutive.ru. - Режим доступа: <http://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1955512-serzhanty-biznesa-problema-lineinyh-menedzherov> (дата обращения 17.11.2017)

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ПО МЕТОДУ «КАЙДЗЕН» В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Тельгаева О.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день, как за рубежом, так и в России наблюдается повышенный интерес общественности к проблеме корпоративного управления.

В данной статье мы попробуем понять, что же понимается под понятием «Корпоративное управление», и остановим свое внимание на такой составляющей, как управление персоналом.

Изучая литературу можно встретить множество определений данного понятия. Но все они позволяют свести корпоративное управление к трем основным направлениям: управлению собственностью акционерного общества, управлению производственно – хозяйственной деятельностью общества, а также управлению финансовыми потоками. Поэтому корпоративное управление - это система взаимодействия между органами управления

компании, акционерами и заинтересованными лицами, которая отражает баланс их интересов и направлена на получение максимальной прибыли от деятельности компании в соответствии с действующим законодательством и с учетом международных стандартов [1].

В данной статье мы рассмотрим одно из направлений корпоративного управления – управление производственно – хозяйственной деятельностью общества, а именно обратим свое внимание на то, как построено управление персоналом на примере ПАО «Ростелеком».

В настоящее время, когда экономика все время находится в развитии, в России особое значение приобретают вопросы практического применения современных форм управления персоналом, позволяющие повысить социально-экономическую эффективность производства.

Нередко при изучении вопросов как правильно и более эффективно построить управление фирмой в учебной, а также периодической литературе можно встретить такой метод управления, как «Кайдзен».

Система «Кайдзен» в управлении персоналом является дополнительной формой мотивирования персонала, в случае достижения определенных результатов организации в целом или его конкретным подразделением, а также с учетом индивидуального вклада работника в конечные результаты. От того, насколько эффективна система «Кайдзен», зависит конечный результат хозяйственной деятельности [2, С. 20].

Дословно японское слово «кайдзен» означает «перемены к лучшему», а в практике менеджмента его стали отождествлять с непрерывным совершенствованием. Эта японская концепция менеджмента стала известной благодаря японскому гуру менеджмента Масааки Имаи, а также компании Toyota, в которой кайдзен был внедрен 60 лет назад как философия управления и достижений лидерских позиций на мировом рынке [3, С. 219].

Итак, рассмотрим основные методы «Кайдзен»:

1. 5S - это пять действий по наведению порядка на производстве. Избавиться от всего лишнего, удобно и правильно расположить оставшееся необходимое, очистить производственную среду, развить в сотрудниках самодисциплину и любовь к порядку, а главное, - сделать так, чтобы порядок постоянно поддерживался, а не наводился от случая к случаю – с этих действий должны начинаться любые мероприятия кайдзен [4, С. 16].

2. «Не получайте это. Не делайте это. Не посылайте это». Так гласит основное правило поведения в сфере качества. Под этим подразумевается, что не нужно принимать брак от предыдущего процесса, создавать брак в своем

собственном процессе, направлять брак на следующий процесс. Внедрение этого простого правила, способно значительно улучшить качество продукции и не требует никаких затрат.

3. «Точно вовремя». Этот метод призван свести к минимуму или даже вообще исключить запасы. Материалы доставляются только тогда, когда они необходимы для поддержания производства. Таким образом, достигается непрерывность процесса и устраняются запасы.

4. Визуальный менеджмент. Этот метод призван обеспечивать всех сотрудников компании наглядной информацией. Практика визуального менеджмента предполагает четкую демонстрацию карт, списков и записей, относящихся к выполнению работы. Это позволяет быстро выявлять существующие проблемы и дополнительно мотивировать сотрудников: когда цели наглядны, результат достигается быстрее.

5. Непрерывное обучение. Этот метод предполагает создание такой обстановки в компании, когда все сотрудники и менеджеры непрерывно учатся, и в процессе развития делятся друг с другом полученными знаниями и навыками. На предприятии создаются условия совместной деятельности, в которой все заинтересованные стороны участвуют в достижении общих целей [5].

Сегодня философию кайдзен используют несколько японских компаний Nissan, Toyota, Canon, Honda, Komatsu, Matsushita, Japan Tobacco International,. Среди российских компаний, принявших методы управления по кайдзен можно назвать «ГАЗ», «Камаз», ПАО «Ростелеком», корпорацию «Росатом», а также банки ВТБ и Сбербанк.

В данной статье хотелось бы обратить внимание на компанию ПАО «Ростелеком».

Основная стратегическая цель «Ростелекома» — это создание, развитие и совершенствование единой транспортной телекоммуникационной среды как внутри России, так и за ее пределами, предоставление качественных и современных телекоммуникационных услуг своим клиентам.

В дополнение к основной операционной деятельности компания уделяет большое внимание вопросам устойчивого развития – созданию условий для экономического роста страны и балансу интересов ключевых заинтересованных сторон. «Ростелеком» не только строит успешный бизнес на благо акционеров, но и создает ценность для общества, а так же улучшает качество жизни своих клиентов по всей стране.

В связи с этим компания для достижения своих целей, а также следования основной концепции нуждается в профессиональном кадровом составе, а, следовательно, грамотно построенной системе управления персоналом.

Для этого ПАО «Ростелеком» использует методы управления компанией, основанные на методике кайдзен. В своей работе компания успешно реализует такие проекты как «5S», «Бережливое производство», «Трансформация персонала» в рамках которого проводится ряд тренингов, посвященных ценностям компании: профессионализму, инновационности, преемственности, ответственности, открытости (452,6 млн. руб. составили инвестиции «Ростелекома» в обучение сотрудников в 2016г.). Один из наиболее удачных проектов – «Портал идей», где любой сотрудник компании может предложить свои идеи по улучшению рабочего процесса в любой сфере – и в случае экономической выгоды для компании, идея будет внедрена в работу, а сотрудник получит не только моральный стимул двигаться дальше, но и финансовую мотивацию. В «Ростелекоме» действует долгосрочная программа трансформации персонала, рассчитанная до 2019 года. Программа нацелена на то, чтобы привлекать и удерживать лучших сотрудников, создавать возможности карьерного роста, обеспечивать достойное материальное вознаграждение и признание достижений, создавать возможности для диалога с руководителями, а также развивать лидерский потенциал менеджмента.

В компании действует программа краткосрочной мотивации персонала, представляющая собой премирование сотрудников по итогам работы за квартал, и год на основе расчета бизнес – КПЭ для каждого сотрудника, при этом каждый может видеть результат своей работы и делать ее более эффективной. Судить насколько все эти действия оказывают влияние на показатель компании можно, например, по росту такого показателя как эффективность: в 2016г. численность персонала компании снижена на 7,8%, при этом выручка на одного сотрудника увеличилась на 21,4%, а количество абонентов на одного сотрудника выросло на 13,4%. Еще одним важным показателем работы компании является выручка – она в 2016г. выросла на 91 млн. рублей и составила 297,4 млрд. рублей.

Подводя итог, можно сказать, что метод «Кайдзен» является эффективным при управлении компанией в целом, а также управлении персоналом, в частности. Включая элементы метода кайдзен в работу своей организации, она не только даст более продуктивный финансовый результат, но и создаст благоприятную атмосферу в коллективе, и выведет компанию на рынок конкурентоспособных организаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Леванова, Л.Н. Теоретико-методологические подходы к понятию «Корпоративное управление» / Л.Н. Леванова// Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2012. – Т. 12. № 1. – С. 54-60
2. Чуланова, О.Л, Глюта, А.В. Применение технологии Кайдзен в управлении персоналом/ О.Л. Чуланова, А.В. Глюта// Мир науки. – 2014. – № 4. – С. 20
3. Гнедых, Н.Н. Система грейдирования – подход к управлению персоналом бизнес – организации/ Н.Н. Гнедых// Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2011. - № 3. – С. 219-226
4. Иванова, О.В. Внедрение бережливого производства на основе системы 5S на предприятии АО «Уфимское приборостроительное производственное объединение» / О.В. Иванова, Д.М. Гильванова, А.С. Мударисов, С.В. Пихтовников// Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2016. – № 9 (91). – С. 16
5. <https://www.gd.ru/articles/4027-red-metody-kaydzen-kak-eto-rabotaet-na-praktike?ustp=W>
6. Годовой отчет ПАО «Ростелеком» за 2016 г [Электронный ресурс] – Режим доступа: / <https://www.rostelecom.ru>

КАКИЕ КАДРЫ НУЖНЫ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ?

Фатехова Э.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

У российской экономики появилась новая глобальная проблема, мешающая ее успешному росту: дефицит рабочей силы.

Самое главное богатство любого региона — это его жители. От их благополучия зависит развитие области, края, страны. Уровень жизни складывается, прежде всего, из возможности работать и зарабатывать. Но в настоящее время, во многих регионах еще сохранился принцип кадровой политики, когда количество вакансий контролируется не свободным рынком, а руководством региона и страны. Так какие же кадры нужны регионам и стране в целом, чтобы не происходило отставание от темпов развития экономики страны?

В настоящее время база вакансий нижегородской области содержит информацию более чем о 29 тысячах вакантных рабочих мест, 75% всех предложений адресовано квалифицированным рабочим. Потребность в кадрах с высшим профессиональным образованием – всего 18%, из них более трети – это инженерно-технические специалисты [2].

Сегодня возрождается такое понятие, как «государственный заказ на профессии». Это когда на правительственном уровне составляют перечень специальностей, по которым необходимо подготовить определенное количество квалифицированных кадров. После, «заказ» спускается на учебные заведения. Но пока эта схема едва ли работает. Причин для этого несколько.

Главная задача – это обилие частных ВУЗов, которые самостоятельно решают по каким направлениям вести подготовку специалистов. И еще одна не менее важная, где взять абитуриентов, будущих специалистов, например, инженеров, учителей, когда заведомо известно о плачевном состоянии отраслей, в которых им придется работать и соответственно о низком финансовом обеспечении.

В основном все сегодня стремятся стать менеджерами, юристами, экономистами, специалистами по части международных отношений. Эти направления на рынке труда, безусловно, востребованы, но огромное количество специалистов, подготовленных в данных направлениях, сводят к минимуму возможность без проблем устроиться по специальности.

В правительстве нехватку рабочих рук объясняют демографическими трендами, в соответствии с которыми россиян трудоспособного возраста становится все меньше, и ничего с этим поделать нельзя. В макропрогнозе Минэкономразвития «Прогноз социально-экономического развития Российской



Федерации на 2016-2018 годы» [5] говорилось, что численность

Рис. 1. Занятые и уровень безработицы. Прогноз социально – экономического развития Российской Федерации на 2016 – 2016 годы.

экономически активного населения России с 2016 по 2020 год сократится на 1 млн. человек (до 71,7 млн.), а численность трудоспособного населения — на 3 млн. (до 80,6 млн.). [Рис.1]

Все большее влияние на показатели рынка труда оказывает снижение численности населения трудоспособного возраста, ограничивая предложение трудовых ресурсов. С учетом того, что в среднем возрасте (30 - 49 лет) коэффициенты экономической активности у российского населения сейчас близки к максимальным. В целях поддержания численности экономически активного населения предполагается умеренный рост экономической активности молодежи и людей около пенсионного возраста.

Данное положение на рынке труда, можно описать как «острый дефицит кадров при низкой безработице». Но при этом стоит обратить внимание не только на демографию, но еще и на неспособность отечественной системы образования и подготовки кадров удовлетворить запросы реальной экономики.

На данный момент, самыми востребованными профессиями в России, являются строители, на них приходится более 100 тысяч вакансий, особенно работодатели ищут каменщиков и бетонщиков. Это обусловлено тем, что демографическая ситуация хоть небольшими темпами, но начинает улучшаться. Вдобавок ко всему спрос на строительные специальности повысит развитие бизнеса, которому нужны объекты коммерческой деятельности: бизнес-центры, склады, торговые площади, производственные помещения.

На втором месте по востребованности в России, являются профессии, связанные с интеллектуальным трудом. Такая ситуация закономерна, так как Россия постепенно переходит от индустриального к информационному этапу развития.

Так же, одними из самых востребованных, являются специальности, связанные со сферой услуг. Эти профессии можно назвать вечными, ведь всегда нужно будет отремонтировать автомобиль, продавать товары и оказывать другие услуги.

С развитием бизнеса спрос на персонал, работающий в сфере услуг, только увеличивается. Это наиболее динамичная категория, она быстро меняет требования к соискателям в зависимости от ситуации. Это обусловлено тем, что в этом случае не нужны специальные глубокие знания. Такие виды работ вполне могут выполнять люди, обладающие минимальными знаниями. Здесь в

большей степени необходим навык, который нарабатывается в процессе работы.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что на технологически сложных участках промышленности недостаточно подготовленных рабочих, технологов, механиков, ремонтников оборудования и техники. Нужно кардинально изменить подход к обучению молодежи, так как без нее проблема кадров решена быть не может. Но как быть, если большинство популярных специальностей в вузах связаны с маркетингом, юридическими, бухгалтерскими и другими направлениями, только не с инженерными и прикладными специальностями, в которых нуждается промышленность.

В правительстве заявили о намерении вывести Российскую Федерацию в ТОП 20 стран мира. То есть, будет строиться государство с самыми лучшими условиями для ведения предпринимательства и крупного бизнеса. Планируется создать 25 миллионов рабочих мест, которые потребуют от соискателей профессионализма и квалификации [4]. Поэтому нужно сделать так, чтобы эти места было кому занять, решить проблему кадров. Иначе ни многомиллиардные инвестиции, ни реформы не позволят выполнить эту амбициозную цель.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Газета "Московский комсомолец" №27456 от 31 июля 2017
2. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://trudvsem.ru/> - официальный сайт «Работа в России. Общероссийская база вакансий»
3. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.strf.ru/> - образовательный портал «Наука и технологии РФ»
4. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/main/> - официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации
5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/prognoz/> - информационные материалы департамента макроэкономического анализа и прогнозирования

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ОЦЕНОК УРОВНЕЙ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ НА ИХ УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ РАБОТОЙ

Фролова Е.Б.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Переход на компетентностно-ориентированную модель образования позволяет университету использовать оценку уровня владения компетенциями для определения соответствия квалификации выпускников их рабочим местам. Основная идея такого подхода к оценке заключается в том, чтобы рассматривать соответствие образования выпускника его рабочим обязанностям не в целом (что представляется довольно затруднительным), а разбивая на отдельные части, которые выпускнику проще отследить и оценить.

Также такой подход позволяет университету более гибко подходить к преподаванию профильных предметов, делая упор на те компетенции, которые выпускники оценивают, как слабо развитые, но необходимые для их работы, и уделяя меньше внимания компетенциям, которые развиты на высоком уровне, но оцениваются большинством выпускников, как ненужные им в работе.

Изучению того, насколько выпускники соответствуют требованиям работодателей, посвящены многие научные исследования, среди них работы Подольского, Погожиной (2016), Марипас, Омбра (2016), Короминас, Саурина, Виллар (2010) и многие другие.

В качестве иллюстрации используются данные мониторинга выпускников НИУ ВШЭ Нижний Новгород по оценке базовых компетенций полученного образования и их необходимости в текущей работе.

Цель работы: рассмотреть возможные показатели соответствия ключевых компетенций выпускников вуза требованиям на занимаемых рабочих местах.

В рамках этой цели, в работе решаются следующие задачи:

- 1) Выделение определенного пула компетенций для рассмотрения. Данные компетенции должны обладать определенным уровнем универсальности с точки зрения обязанностей выпускника на рабочем месте.
- 2) Анализ данных компетенций по данным опроса Ежегодного мониторинга выпускников НИУ ВШЭ Нижний Новгород.
- 3) Анализ удовлетворенности выпускников рабочим местом, удовлетворенности работодателей компетенциями выпускников.
- 4) Оценка возможностей применения результатов анализа в развитии взаимосвязей между университетом и работодателем, определение важности таких двусторонних связей.

Для решения этих задач, в первую очередь необходимо определить важность тех или иных компетенций для успешного выполнения выпускником рабочих обязанностей.

Нами были выделены два основных подхода к данной задаче. Первый основан на оценках работодателей и основан на результатах исследования

Подольского, Погожиной. В работе О.А.Подольского и В.А. Погожиной [1] было проведено ранжирование ключевых универсальных компетенций, которые хотят видеть работодатели у своих потенциальных работников.

«По совокупному результату наиболее востребованным является умение собирать и анализировать информацию (79%). Далее по порядку следуют: техническая грамотность (72%), умение выявлять и решать проблемы (70%), способность анализировать большие объемы информации (64%), способность принимать решения, умение организовать свою деятельность (62%), умение расставлять приоритеты (60%), способность критически оценивать свои действия (59%), умение четко определять цели деятельности, способность генерировать идеи (55%)» Подольский, Погожина (2016).

Таким образом, целесообразным является выделить именно эти компетенции, как наиболее важные для работодателей, а, значит, и наиболее приоритетные для развития в вузе.

Далее проведем анализ данного пула компетенций в соответствии с данными Ежегодного мониторинга выпускников НИУ ВШЭ.

Рассмотрим данные результатов опроса о компетенциях за 2014 год.

Чтобы провести комплексную оценку соответствия уровня получаемых компетенций требованиям работодателя, ранжируем в таблице компетенции по степени их важности для работодателя, согласно комплексному обследованию рынка труда.

Если установить соответствие между списком компетенций в обследовании Подольского и Погожиной со списком в Ежегодном мониторинге выпускников, то ключевые компетенции по степени убывания важности можно представить в таблице 1.

Для расчета интегральной оценки и сравнения ее с предыдущими периодами необходимо рассчитать веса каждой компетенции. В соответствии с процентом работодателей, выбравших ту или иную компетенцию, рассчитаем веса и внесем их в таблицу:

Таблица 1. - Оценки ключевых компетенций выпускников за 2014 год.

Компетенции	Вес	Получили в университете	Важны для выполнения работы
<u>Находить, оценивать и использовать информацию из разных источников для решения профессиональных задач</u>	0,232	4	4,2
Грамотно оформлять	0,212	4,1	3,7

результаты своей работы (в виде презентаций, отчетов и пр.)			
<u>Справляться с большим объемом работы</u>	0, 206	4	4,4
<u>Гибко адаптироваться к различным профессиональным ситуациям, проявлять творческий подход к решению задач</u>	0,188	3,4	4
<u>Самостоятельно ставить перед собой цели и определять способы их достижения</u>	0, 162	3,3	4

Источник: Данные Мониторинга НИУ ВШЭ, расчеты автора.

Из таблицы 1 видно, что выпускники оценивают большую часть компетенций (подчеркнуты), как недостаточную для выполнения их рабочих обязанностей. При этом наибольшие значения приобретает разница в уровне таких компетенций как: «Сотрудничать с другими людьми и разрешать конфликты» и «Применять профессиональные знания и умения на практике». При этом также можно увидеть, что такая компетенция, как «Публично представлять результаты своей работы с помощью устных презентаций, выступлений и пр.» оценивается выпускниками, как не востребовавшаяся в их работе.

Интегральная оценка уровня компетенций, полученных в вузе, рассчитывается как взвешенная сумма оценок за каждую компетенцию и составляет: 3, 795 из 5, что является, в целом, не очень высоким показателем.

Таким же образом рассчитанная оценка уровня компетенций, необходимого для работы, составит: 4,065 из 5.

Далее рассчитаем данный показатель по данным Мониторинга выпускников НИУ ВШЭ за предыдущие годы и оценим динамику. Также сравним эти значения с оценкой выпускниками удовлетворенности работой по данным Мониторинга (см. Таблицу 2)

Таблица 2 - Средневзвешенные оценки компетенций.

Год	Оценка компетенций, полученных в вузе	Оценка компетенций, необходимых на рабочем месте	Оценка удовлетворенности работой
2014	3,795	4,065	4,261
2013	3,849	4,077	

2012	4,230		
------	-------	--	--

Данный пример расчета дан для выпускников бакалавриата.

Из полученных интегральных оценок можно сделать вывод, что в целом, уровень освоения ключевых компетенций с учетом их ранжирования по важности для работодателя, в среднем, ниже, чем необходимо для выполнения выпускниками рабочих обязанностей. Однако данная разница не всегда может быть расценена, как отрицательный фактор. В ряде случаев недостаточный уровень владения компетенцией выпускником является стимулом для обучения и роста на рабочем месте и делает для него работу более интересной.

Вторым подходом к выделению пула компетенций для анализа является подход, опирающийся на оценки самих выпускников. При этом подходе целесообразно выбрать те компетенции, разница в оценках полученного и желаемого уровня принимает наибольшие значения. В этом случае для оценки влияния этих компетенций на удовлетворенность выпускника работой нами было применено эконометрическое моделирование, и построена логит-модель. Данный подход позволяет оценить влияние разницы в оценках для отдельных компетенций.

В результате анализа были получены следующие результаты (см. Таблицу 3).

Из данных таблицы 3 видно, что для тех компетенций, для которых предельный эффект отрицателен, разница в оценках играет дестимулирующую роль для выпускника, снижает его удовлетворенность работой, тогда как для тех, для которых предельный эффект положителен, разница в оценках играет стимулирующую роль.

Результаты исследования могут быть применены при составлении учебных планов и программ учебных дисциплин, потому что они показывают, изучение каких компетенций оценивается выпускниками, как недостаточное или избыточное.

Таблица 3 - Результаты анализа влияния разницы оценок уровней компетенций на удовлетворенность работой.

Компетенция	2014		2015	
	Средняя разница оценок (Нужность для работодателя —	Предельный эффект в логит-модели	Средняя разница оценок	Предельный эффект в логит-модели

	уровень владения)			
Использование профессиональных знаний и навыков на практике	0,9385		0, 6667	0,0904
Взаимодействие с людьми и решение конфликтов	0,9538	0,0759	0, 6111	-0,0612
Общение на иностранном языке для профессиональных и личных целей	-1,0462	0,1229	-0,7407	0,0921
Представлять результаты работы в форме устной презентации	-0,7692	-0, 1536	-0,7407	-0,0522

Источник: Расчеты автора на основе данных Мониторинга

Приблизительные рекомендации могут быть следующими:

- 1) Пересмотреть программы учебных дисциплин, сфокусировав их на тех компетенциях, уровень которых выпускники систематически оценивают, как недостаточный, уделяя меньше внимания тем компетенциям, уровень которых выпускники считают избыточным.
- 2) Разрабатывать программы учебных дисциплин в соответствии с требованиями работодателей к компетенциям выпускников.
- 3) Увеличить гибкость в преподавании учебных дисциплин в зависимости от меняющихся условий рынка труда.
- 4) Проводить мониторинги и опросы как выпускников, так и сотрудничающих с вузом работодателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Подольский О.А., Погожина В. А. Ключевые компетенции выпускников и молодых специалистов при приеме на работу// Научное обозрение: гуманитарные исследования. 2016. № 1. С. 96-103.
2. Maripaz C. Abas, Ombra A. Imam Graduates' COMPETENCE ON EMPLOYABILITY SKILLS AND JOB PERFORMANCE /International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE) Vol.5, No.2, June 2016, pp. 119~125
3. E.Corominas, C.Saurina, E.Villar THE MATCH BETWEEN UNIVERSITY EDUCATION AND GRADUATE LABOR MARKET OUTCOMES (EDUCATION-JOB MATCH)/ AQU Catalunya, 2010, 139 p.

О ПРОБЛЕМАХ И ПРИНЦИПАХ УСПЕШНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Холодный А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время трудно переоценить актуальность управления персоналом в современных организациях. В условиях ужесточения конкуренции, нехватки высококвалифицированных сотрудников и постоянной ориентации на клиента руководители вынуждены добиваться хороших результатов в управлении, учитывая при этом ограниченность ресурсов своей организации.

Положительных результатов в управлении персоналом можно добиться посредством постоянного мониторинга проблем, среди которых могут быть:

- проблема назначения руководителем лучшего ученика. Чаще всего такие сотрудники знают только область работы в пределах своей компетенции, а остальные сферы лишь поверхностно;

- проблема приписывания окружающим сотрудникам собственных черт характера. Руководитель совершает ошибку, ставя себя на место подчиненного, так как каждый сотрудник имеет собственный взгляд на ситуацию;

- проблема дистанции между руководством и подчиненными. Следствием этой проблемы является сохранение управляемости персонала на уровне жестких требований;

- проблема ожидания сотрудника, который может решить все проблемы. Для руководителя большим преимуществом является иметь сотрудника, который выполнит работу в рамках своей компетенции, не будет задавать дополнительных вопросов. Однако, при этом, эти ожидания зачастую не оправдываются при подборе персонала;

- проблема чрезмерной требовательности руководителя. Сотрудник, получающий зарплату, обязан работать на износ;

- проблема большой разницы в зарплате между начальством и подчиненными;

- проблема текучести кадров. Предприятия, неправильно формирующие кадровую политику и не эффективно использующие свои кадры, не могут контролировать текучесть кадров. [3]

Для того, чтобы минимизировать возникновение вышеперечисленных проблем, руководителю необходимо придерживаться следующих принципов:

1. Большую роль играет ясность. Основной обязанностью руководителя является совершенно четкое понимание, что ему следует делать и каким образом, а затем объяснить эти задачи своим подчиненным и поручить им их выполнение.

2. Понимание того, что компетентность имеет решающее значение. Если сотрудники сомневаются в компетентности руководителя и лидера, они не станут выполнять требования или следовать примеру.

3. Определение ограничений. Руководитель должен точно определять, что препятствует быстрому продвижению к поставленной цели, и всегда быть готовым применить другой подход или стратегию для снятия этого ограничения.

4. Позволение креативности приносить пользу. Чтобы изменить свою жизнь и будущее своей компании, достаточно одной хорошей идеи. Генерирование идей, полностью сосредоточившись на своих целях, задачах и ключевых вопросах.

5. Фокусирование на чем-то одном. Способность фокусироваться на решении одной задачи в текущий момент времени-один из важнейших навыков успешного менеджера. Все успешные люди умеют концентрироваться на самой важной задаче до тех пор, пока она не будет выполнена.

6. Твердое следование своим убеждениям. Выдающиеся руководители всегда верят в успех, когда стремятся добиться высоких и прекрасных целей, даже если осознают, что их может ждать разочарование, неудачи и крушение планов.

7. Развитие характера, забота о репутации.

8. Заблаговременное планирование всех деталей. Планирование обеспечивает получение результатов. Руководитель должен определить, что необходимо сделать, а подчиненные должны выяснить, как и где должна быть сделана работа, а также какие ресурсы им для этого понадобятся.

9. Организация работы до того, как приступить к ней. В сфере управления организация предстоящей работы состоит в нахождении необходимых для этого ресурсов.

10. Тщательный подбор сотрудников. Успех руководителя на 95 % зависит от того, кто будет выполнять рабочие задачи и достигать нужных результатов.

11. Эффективное делегирование полномочий. Данный аспект – это ключ к успеху в работе менеджера. К делегированию стоит отнестись очень внимательно.

12. Проверка ожиданий. Руководителю необходимо тратить 75 % своего рабочего времени на общение с сотрудниками.

13. Держание руководителя в курсе дела. Недостаточно просто хорошо выполнить поставленную задачу и вовремя получить результаты, необходимо быстро проинформировать об этом тех, чье мнение имеет значение, особенно если эти люди занимают высокие должности в компании.

14. Сосредоточение на повышении продуктивности труда. Для неизменного повышения этого показателя руководителю необходимо искать подходы, позволяющие выполнять работу быстрее, лучше, дешевле, проще и эффективнее.

15. Поддержание высокого уровня качества во всем. Персонал, работающий в организации, не будет заинтересован работать с полной отдачей, если будет видеть, что организация несерьезно относится к качеству своих продуктов.

16. Настройка на непрерывное совершенствование. Люди чувствуют высокую мотивацию и энтузиазм, когда они стремятся к идеалу.

17. Поддержание непрерывного процесса инноваций. Людей вдохновляет работа в такой компании, которая постоянно внедряет инновации и всегда ищет способы сделать что-то более совершенным способом. [1]

В заключении можно сказать, что для эффективного управления в современной организации управленческому составу, прежде всего, необходимо иметь ориентир на действия, в противном случае не удастся продемонстрировать свои навыки и способности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Брайан Трейси; пер. с англ. Н. Яцюк. – М.: Манн, Иванов и Фербер/ Полная вовлеченность. Вдохновляйте, мотивируйте и раскрывайте все лучшее в своей команде, 2016. – 272с.

2. Наталья Самоукина / Эффективная мотивация персонала при минимальных затратах: сборник практических инструментов // М.: Эксмо, 2011. – 272 с. – (HR - библиотека)

3. Зайнагутдинова А.Н., Галеева З.Ф./ Проблематика управления персоналом организации в России // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XIII междунар. студ. научн.- практ. конф № 13.

URL: <http://sibac.info/archive/economy/Economy05.11.2013.pdf> (дата обращения: 15.11.2017)

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ПРИ ОТБОРЕ ПЕРСОНАЛА

Цветкова М.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Любая организация стремится найти для себя «идеального» сотрудника. Он должен разделять ценности и идеалы компании, быстро адаптироваться к изменениям, эффективно реализовывать свой потенциал. Но многие современные организации сталкиваются с проблемой ухода работников в связи с несоответствием ценностных представлений работника и организации и, как следствие, с проблемой издержек на подбор и адаптацию нового сотрудника.

Для того, чтобы сотрудник максимально быстро адаптировался и работал эффективно, чувствовал себя комфортно и раскрывал свой потенциал, нужно, чтобы его характеристики как можно больше совпадали с требованиями организационной культуры.

Э.Шейн определяет организационную культуру как паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем [5]. Таким образом, организационная культура изначально задается лидером, а затем передается новичкам другими членами организации в виде устоявшихся норм и правил.

Э.Шейн утверждает, что организационную культуру можно рассматривать на нескольких уровнях, соответствующих очевидности культурного явления для наблюдателя [5].

1. Поверхностный уровень (уровень артефактов) — включает в себя видимые внешние факторы, такие как технология, архитектура, наблюдаемое поведение, язык, лозунги и т.п., и все то, что можно ощущать и воспринимать с помощью органов чувств человека.

2. Подповерхностный уровень — включает в себя ценности и верования людей.

3. Глубинный уровень — включает в себя базовые предположения, определяющие поведение людей: отношение к природе, понимание реальности времени и пространства, отношение к человеку, работе и др.

Различные вариации этих трех уровней и составляют все многообразие организационных культур. Каждая имеет свою собственную историю, виды коммуникаций, системы и процедуры постановки задач, видение, истории и мифы, которые в своей совокупности образуют уникальную организационную культуру [1]. Но различные исследователи сумели выделить наиболее общие черты организационных культур, на основе которых произвели их классификацию.

Одна из наиболее распространенных типологий организационных культур принадлежит К.Камерону и Р.Куинну, которые в целях разработки типологии организационной культуры исследовали различные индикаторы эффективности крупных компаний: гибкость и дискретность, стабильность и контроль, внутренняя ориентация и интеграция, внешняя ориентация и дифференциация.

Это исследование позволило им выделить четыре типа организационной культуры: клановую, адхократическую, бюрократическую и рыночную.

Безусловно, нельзя говорить о том, что организация формирует «чистую» организационную культуру. Культура каждой организации – это уникальное сочетание всех типов культур. Оно формируется годами и десятилетиями, поэтому культура инерционна и консервативна. Изменение организационной культуры — очень длительный и трудоемкий процесс. Поэтому уже на начальном этапе в ходе отборочных собеседований с кандидатами, руководители предпочитают выявлять тех, чьи характеристики, личностные черты и система взглядов в значительной мере не отвечают культуре организации или противоречат ей [2]. Причем чем более важную роль в работе организации будут играть структуры, процедуры и ритуалы, тем в большей степени они станут своеобразными фильтрами или наборами критериев при выборе новых сотрудников [4]. То есть, организация изначально подбирает для себя людей, которые подходят ее организационной культуре, смогут быть эффективными в ней, максимально быстро адаптируются, будут чувствовать себя комфортно, раскроют свой потенциал и будут преданны организации. Исследования показывают, что кандидаты с ценностями, соответствующими разделяемым ценностям компании, более успешны при прохождении интервью,

чем те кандидаты, ценности которых не соответствуют разделяемым ценностям компании [3].

Можно предположить, что наиболее эффективный работник в рамках клановой организационной культуры, где высоко ценится сплоченность, согласие коллектива, бригадная работа, принадлежит к социальному типу личности по типологии Дж.Холланда, обладает меланхоличным или флегматичным темпераментом, удовлетворяет в первую очередь потребность в принадлежности, социальных контактах.

Наиболее подходящим под требования адхократической культуры, ценностью где выступают творчество, личная инициатива и свобода, является работник с образным мышлением, развитым воображением, актуализированной потребностью в самореализации. Он принадлежит к артистическому или исследовательскому типу, по темпераменту сангвиник или холерик.

Бюрократическая организационная культура, отличающаяся высокой формализованностью и структурированностью, ожидает работника с понятийным мышлением и темпераментом меланхолика или флегматика. Она способна удовлетворить его потребности в безопасности. Наиболее подходящим является конвенциональный тип личности.

Для рыночной организационной культуры, где ценится конкурентоспособность, ориентация на успех, целеустремленность и упорство, наиболее эффективным окажется работник с предпринимательским типом личности и актуализированной потребностью в достижениях и признании. По темпераменту сангвиник или холерик.

Однако предстоит еще разработать способы диагностики психологических качеств человека на предмет степени их соответствия организационной культуре определенного типа. Существуют опросники по определению профессиональных предпочтений и типа личности Дж.Холланда, тесты на выявление ведущей мотивации и определение темперамента. Проведение такой диагностики на начальном этапе отбора сотрудников позволит прогнозировать успешность его деятельности в организации, степень его приверженности организации, а значит и срок его работы в ней. Таким образом удастся сократить издержки на подбор, адаптацию и обучение новых сотрудников, а также сократить число выбывших.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гридяев М.Н., Захарова Ю.Н., Мызрова К.А., Туганова Э.А. Роль организационной культуры в системе адаптации персонала // Фундаментальные исследования. 2015. № 11-1. С. 143-146.

2. Захарова, Л.Н. Психология управления: учеб. пособие / Л.Н.Захарова.— М.:Логос, 2012. — 376 с.
3. Кабалина В. И., Пахомова А. А. Влияние конгруэнтности ценностей кандидата и организации на подбор персонала // Организационная психология. 2014. Т. 4. № 4. С. 51–73.
4. Мильнер, Б.З. Теория организации: Учебник / Б.З. Мильнер. — М.:ИНФРА-М, 2015. — 480с.
5. Шейн, Э.Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. — СПб: Питер, 2002. — 336 с.

НЕПРЕРЫВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА ЧЕРЕЗ ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ В МУНИЦИПАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Чиркова Д.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Обучение и образование взрослых представляет собой важную часть образования на протяжении всей жизни, которому в настоящее время отводится ключевая роль. В этой связи система дополнительного профессионального образования, как и в целом, система образования Российской Федерации существенным образом обновляется.

На данный момент можно быть уверенным в том, что существует потребность в развитии коммуникативных навыков сотрудника, а также получение второй и третьей специальности для дальнейшего развития личности и конкурентоспособности. Кадровый потенциал работника, в независимости от профессиональной направленности организации, приобретает ценность и индивидуализм.

Из всего вышеизложенного можно сказать, что на данный момент актуальная проблема практически для каждой страны - это необходимость регулярного повышения квалификации и сокращение разрыва между теми компетенциями, которые имеются у работников и которые требуют стандарты. Выявляется тенденция в увеличении необходимости владения знаний и умений практически каждому современному специалисту.

Иными словами можем сказать, что непрерывное образование – это деятельность, которая направлена на развитие человека как личности и субъекта определенной труда, не только в данный момент, но и на протяжении всех этапов своей работы. Данный вид образования необходим для

удовлетворения образовательных потребностей человека, так же для развития культуры, как в целом, так и в профессиональной сфере.

Дистанционное обучение служит как одна из подающих большие надежды форма обучения персонала. Ее снова – это самостоятельное обучение специалиста, предполагающее использование современных технических средства передачи информации. Данная форма предоставляет непрерывность, массовость, оперативность, качество. Дистанционное обучение отличается вариативностью, гибкостью, доступностью и демократичностью в обучении.

Рассматриваемая система состоит из восьми составляющих, в качестве которых представлены такие принципы как: личностная ориентация, индивидуализация, учет психолого-педагогических особенностей обучения взрослых, непрерывность, открытость, самостоятельность и активность обучаемых, успешное сотрудничество, образовательная рефлексия.

Одним из главных принципов можно выделить принцип личностной ориентации. Данный принцип гарантирует сочетание индивидуального и социокультурного, предоставляет преимущество идеям целостности культуры и личности над индивидуализмом, прагматизмом и взглядом потребителя на профессиональное образование. Работник, который проходит данный вид обучения, расценивается как субъект и высшая ценность образовательного процесса.

Именно поэтому дистанционное обучение необходимо выстраивать как процесс, который направлен на получение «живых знаний». Они в свою очередь отличаются наличием личностного смысла. Иными словами, у работника имеется определенный опыт работы в данной сфере, поэтому полученные знания в данный период времени будут иметь личностную оценку.

Непрерывное образование, выступающее в качестве ценности, является деятельностью с направленностью на освоение и присвоение в ходе дистанционного обучения организационной культуры, личностное и профессиональное самосозидание.

Можно вывести связь между принципом личностной ориентации и индивидуализации. Это выражено в возможности выбора тьютора, основных направлений на курсе, формулировке целей образования и определения способов их достижений, темпе изучения материала, источниках информации, темах творческой работы, формате их выполнения, в выборе варианта контроля подготовки учащегося.

Также обучаемый имеет право предлагать собственные компоненты в образовании, которые в свою очередь будут отвечать его личному запросу.

Данная возможность не может не мотивировать обучаемого в образовании, так как у него появляется возможность планирования индивидуальной траектории.

Выражение принципа учета психолого-педагогических особенностей обучения взрослых можно заметить в необходимости учета смысловых и содержательных изменений учебной деятельности в течение всех стадий профессионального развития.

Непрерывное образование также имеет культурологическую и социальную направленность. Это выражается в выстраивании преемственных содержательных аспектов с помощью обеспечения единства докурсовой, курсовой и послекурсовой подготовки, а также с помощью совокупности самостоятельной работы слушателя и его обучения с тьютором.

Непрерывное образование нуждается в формировании новой образовательной среды, которая будет отличаться наличием признака открытости системы. Данная черта характеризуется направленностью на социализацию информационного фонда, т.е. возможности обеспечить равноценный доступ к образовательным и информационным ресурсам пользователей, невзирая на их место нахождения и категории, которые выбраны для изучения.

Можно выделить вторую черту, которая характеризует дистанционное обучение как открытая система, - это особенность построения процесса и самого содержания обучения. Отличительной особенностью является возможность использования видеоконференция, дискуссий, круглых столов. Наравне с данными возможностями можно выделить чат-систему и профессиональные форумы, способствующие выработке у обучающихся новых представлений, созданию новых знаний и обмену мнениями.

Принцип самостоятельности и активности обучаемых в процессе непрерывного образования выступает общепризнанным классическим дидактическим принципом. В процессе осуществления данного дистанционного обучения организаторы должны уделять надлежащее внимание формированию условий для создания деятельностного, а не созерцательного отношения слушателей к осваиваемому фрагменту профессиональной действительности. Еще один аспект проявления принципа имеет связь с повышением доли и значимости самостоятельной работы обучающихся в условиях дистанционного образования, которая выступает в качестве целенаправленной, внутренне мотивированной, структурированной самим субъектом деятельности, реализация которой происходит на основании заранее выработанной и согласованной с тьютором индивидуальной программы

самообразования. В качестве ее характерных особенностей выступают свободный выбор обучаемым изучаемой проблемы, требуемых информационных источников, содержания деятельности по осуществлению программных пунктов, вариантов представления итоговых результатов и форм аттестации.

Продуктивное сотрудничество выступает в качестве одной из детерминант успешности дистанционного обучения. В анализируемом контексте рассмотрение сотрудничества осуществляется в качестве опосредованной применением информационно-компьютерных технологий и надлежащего научно-методического обеспечения совместной целенаправленной профессиональной деятельности сотрудников, которые получают непрерывное образование и тьютора, в ходе которой осуществляется динамическое преобразование их ролевых отношений в равноправные. В условиях дистанционного обучения для осуществление принципа продуктивного сотрудничества важно создать поликультурную информационно-образовательную среду; обеспечить свободный выбор слушателем изучаемого курса; реализовать опережающее профессиональное образование; применить потенциал взаимообучения; обеспечить условия для того чтобы создать у слушателей заинтересованность осуществлять достижение цели непрерывного образования и чувство ответственности за итоговые результаты.

Для осуществления дистанционного обучения на основе принципа образовательной рефлексии необходимо проводить работу с обучаемыми по: осознанию учебно-профессиональных задач, решение которых осуществляется в ходе непрерывного образования; фиксации итоговых результатов, соотнесению их с обозначенными целями; воспроизведению примененных в процессе обучения методов; выявлению факторов успеха и причин появления трудностей; проведению оценке своего эмоционально-психологического состояния; определению результативности диадного и группового взаимодействия.

Совокупный анализ принципов непрерывного образования персонала через дистанционное обучение позволяет сделать следующие выводы:

- 1) Интенсивное инновационное развитие экономики и производства повышает требования к общему развитию и уровню квалификации работников, что предполагает их «пожизненное» повышение квалификации и переподготовку. Становятся необходимыми принципиально новые модели

обучения специалистов в муниципальных организациях, обновление содержания образования, а также развитие внутрифирменного обучения.

- 2) Основным мотиватором для получения дополнительного профессионального образования персонала, в большей степени, является повышение (или сохранение) заработной платы и квалификации. Необходимы разработка и создание системы внутренних и внешних мотиваторов для повышения профессиональных стимулов специалистов, которые будут гарантированы ему как со стороны государства, так и со стороны организации.
- 3) Принципиальную важность в системе непрерывного дополнительного профессионального образования играет индивидуализация обучения, ориентированная на конкретные цели каждого обучающегося, что предполагает разработку индивидуальных образовательных траекторий. В этом отношении обеспечение максимальной доступности образовательных программ, методик преподавания, сочетаний различных форм получения образования требуют новых организационных форм и технологических решений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Касаткин С.Ф. Концепция образования взрослых в России // журн. Академия профессионального образования. – 2014. – № 2. – С. 92-103.
2. Кривых С.В., Кузина Н.Н. Особенности тьюторского сопровождения развития профессиональной компетентности педагогов в условиях постдипломного образования. Часть 1. Учебно-методическое пособие. – СПб.: ИПК СПО, 2014. – 92 с.
3. Непрерывное образование взрослых. Терминологический словарь. / Под общ. ред. О.В. Павловой. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: ИНОВ, 2015. – 436 с.
4. Обоснование Российской концепции непрерывного образования взрослых: монография / А.Г. Теслинов, В.В. Безлепкин, В.Л. Петров, С.А. Щенников. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2014. – 130 с.
5. Петров В.Л., Филиппович А.Ю., Лалаева З.А. Разработка дополнительных профессиональных программ на основе требований Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» // Дополнительное профессиональное образование в стране и мире. – 2014. – № 2(8). – С. 32
6. Рудая И.Л. Общие подходы к развитию непрерывного образования взрослых в Российской Федерации // Дополнительное профессиональное образование в стране и мире. – 2014. – № 5(11). – С. 4-8.

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Чухманова М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из важных элементов стратегии организации, является сбалансированная кадровая политика и рациональное управление кадрами. Кадровые ресурсы являются одним из основных факторов производства в организации. Кадровый потенциал и его эффективное использование обеспечивают результативность развития организации, особенно, если рассматривать с позиций концепции инновационного развития.

В современной литературе сравнивают такие понятия как «персонал», «кадровый потенциал».[2] Под персоналом понимается объединение всех человеческих ресурсов, которыми обладает организация. Это работающие в организации сотрудники, задействованные в трудовой деятельности, в результате которой реализуются конкретные мероприятия. Понятие «кадровый потенциал» не идентично понятию «персонал». В первом из упомянутых заключается определенный уровень совместных возможностей для достижения определенных целей.

Кадровый потенциал обладает некоторыми составляющими, которые явно демонстрируют концептуальные различия между кадровым потенциалом и персоналом, а именно:

- демографическая – включает в себя пол, возраст, семейное положение, национальность;
- физическая – физическое и психическое здоровье, работоспособность, выносливость;
- подготовка – общеобразовательная, профессиональная, экономическая, способность к профессиональному росту и непрерывному образованию;
- квалификация – категория, квалификация;
- личностные характеристики – темперамент, характер, внешность, воспитанность, коммуникабельность, знание иностранных языков;
- отношение к труду – склонность к творчеству, дисциплинированность, ответственность, инициативность;
- опыт – навыки к труду, стаж работы в данной профессии;
- социальное положение – образ жизни, привычки, потребности и интересы, круг общения, уровень жизни. [4]

Развитие кадрового потенциала одна из главных задач предприятия на пути его развития, а, следовательно, увеличения прибыли. В настоящей быстроменяющейся рыночной среде любая организация должна разрабатывать и внедрять такую стратегию кадрового потенциала, которая максимально задействует персонал во всех процессах деятельности организации с учетом ее возможностей и удовлетворения потребностей.

Стратегия развития кадрового потенциала складывается из следующих составляющих:

1. Количественное и качественное планирование потребностей в кадровом потенциале. Существует несколько категорий потребностей в кадровом потенциале. Общая потребность в персонале, потребность по категориям и дополнительные. Общая потребность определяется по объему продаж, по добавленной стоимости. Потребность по категориям определяется по трудоемкости, нормам обслуживания, по числу рабочих мест и штатному расписанию. Дополнительная потребность в персонале зависит от необходимости приема новых сотрудников или же из-за расширения производства и выхода на другие сегменты рынка.

2. Обеспечение кадровым потенциалом. Расстановка взаимных отношений между организацией и рынком труда – маркетинг персонала. На данном этапе происходит отбор персонала на основе его компетентных характеристик (функциональной, мотивационной, интеллектуальной). Функциональная компетентность основана на умении быстро и своевременно принимать обоснованные решения, опираясь на научные и теоретические базы знаний. Мотивационная компетентность кадрового потенциала ее суть заключается в причастности к общему делу, самовыражении, признании. Интеллектуальная компетентность характеризуется способностью к анализу, обобщению, систематизации вида деятельности или поставленной задачи. Суть его заключается в креативности принятия решения или нестандартных решений задач. Именно эти вышеперечисленные компетентности и дают основы конкурентоспособности кадрового потенциала организации.

3. Развитие кадрового потенциала. Этот этап включает в себя обучение, переподготовку, реализацию карьеры и карьерных перемещений. На Рисунке 1 представлена модель планирования и развития карьеры. [1]

4. Использование кадрового потенциала. Использовать кадровый потенциал необходимо в соответствии с организационной структурой и целями организации. Главной задачей на этом этапе является раскрытие резервов работников. Этого можно достичь в результате эффективного использования профессионального и компетентного потенциала работников за счет их знаний, умений, навыков, которые и раскрывают профессиональную компетентность, а также их психофизиологических способностей (работоспособность) и интеллектуальных способностей (творческий потенциал). Производительность труда будет более эффективной, если уровень усилий от результата процесса работы соответствует ожидаемому вознаграждению, способного удовлетворить

потребности работников организации. Использование возможностей персонала можно охарактеризовать с помощью таких показателей, как: индекс стабильности персонала, коэффициент текучести кадров, уровень технической вооруженности, производительность труда, уровень рентабельности, прибыль, снижение доли затрат на систему управления в себестоимость продукции.

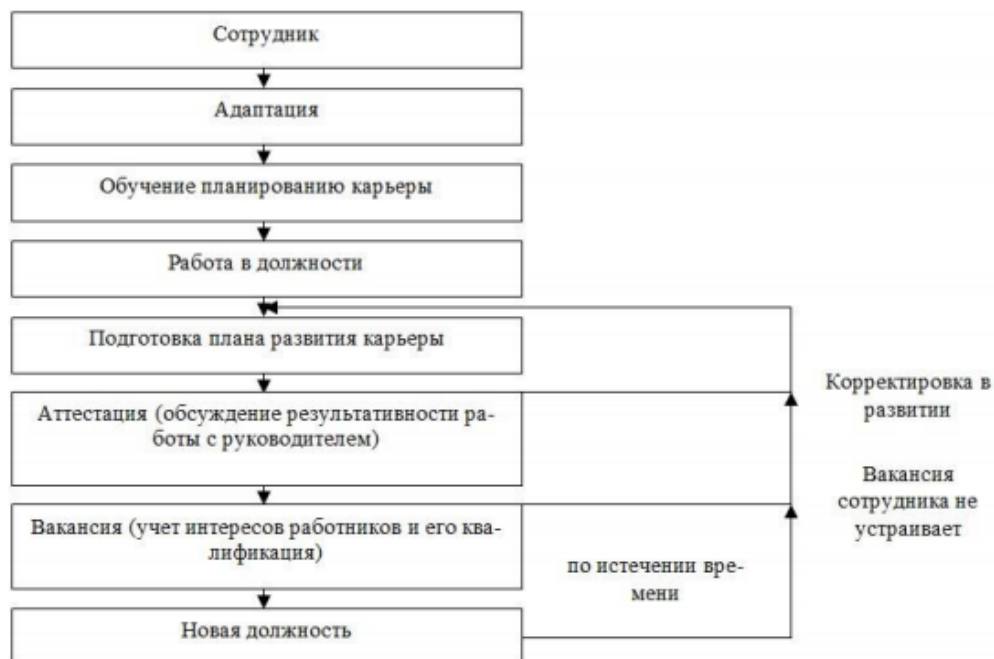


Рисунок 1. Модель планирования и развития карьеры

Выбор

определенных методик усовершенствования мотивации персонала является одной из главных составляющую кадровой стратегии развития персонала. Любые человеческие потребности всегда зависят от индивидуальных особенностей человека, от их способностей и возможностей. В организации средством удовлетворения потребностей кадрового потенциала является оплата труда. Степень отдачи и эффективности труда человека всегда сопровождается увеличением его заработка. Поэтому создавая систему мотивации в организации, всегда следует учитывать: какие действия необходимы для выполнения хорошей работы, равнозначны ли затраченные усилия результату, который мы получим, и какой из результатов считать и воспринимать как более эффективный и удовлетворительный. Хорошо продуманная мотивационная система кадрового персонала позволит шире раскрыть и реализовать возможности персонала, увеличить эффективность индивидуального труда и организации в целом.

Из вышесказанного следует, кадровый потенциал характеризует уровень конкурентоспособности организации, экономическую эффективность и высокую степень перспективности долгосрочного и надежного присутствия организации на рынке.

Высокий уровень функционирования предприятия зависит от степени квалифицированной составляющей персонала. Поэтому для достижения этих целей используется маркетинг персонала как часть стратегического развития, который за счет внутренних и внешних источников увеличивает кадровый потенциал и обеспечивает предприятие рабочей силой.

Одним из эффективных элементов в развитии кадрового потенциала является использование внутреннего маркетинга персонала. Сотрудники и внутренняя среда фирмы являются объектом внутреннего маркетинга, а в его задачи входит формирование в компании таких сотрудников, которые заинтересованы в продвижении компании и в удовлетворении ее клиентов.

Внутренний маркетинг – это плановые усилия с использованием маркетингового подхода по преодолению сопротивления организационным изменениям и мотивации и интеграции сотрудников для эффективной реализации корпоративных и функциональных стратегий для достижения удовлетворенности клиентов через процесс создания мотивированных и клиентоориентированных сотрудников. [3]

Суть внутреннего маркетинга персонала состоит в том, что отношения компании и работников строятся на тех же принципах, что и отношения компании с клиентами. Руководство компании предлагает своим сотрудникам какой-то продукт – должность (место работы), работник покупает этот продукт, получает заработную плату. И в результате непосредственной ориентации на клиента, которая является основой традиционного маркетинга, дополняется ориентацией на внутреннего потребителя – работника. Такие отношения с персоналом компании дают хорошие результаты. Во-первых, сотрудники удовлетворены своей работой, легче усваивают заданные стандарты оказания услуги и более ответственно обслуживают внешних потребителей. Во-вторых, увеличивает рентабельность каждого работника, происходит снижение текучести кадров, что делает положение компании более стабильной и дает возможность получить высокий доход.

Внутренний маркетинг способствует повышению удовлетворенности работой и лояльности персонала, а также лояльности клиентов, что в конечном итоге приведет к финансовым результатам деятельности организации.

В сложившемся социально-экономическом положении на российском и международном рынке данное направление следует развивать во многих российских организациях, ведь кадровый потенциал организации – является одним из важнейших стратегических фактор, определяющий ее успех. Стратегия развития кадрового потенциала дает широкое представление о

воплощении многих возможностей персонала для достижения конечного результата – прибыли организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лукичёва Л. И. Управление персоналом: учебное пособие. 6-е изд. М.: Омега-Л, 2011. 264 с.
2. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: учебное пособие. М. – Новосибирск: ИНФРА-М, 2010.
3. Рафик М., Ахмед П. А. Внутренний маркетинг: инструменты и концепции клиентоориентированного управления. Тейлор и Фрэнсис, 2002.
4. Тебекин А. В. Управление персоналом: учебник. – М.: КНОРУС, 2009. – 624 с.

УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ И РАЗВИТИЕМ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА

Штыкунова Ю.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время абсолютное большинство предприятий и организаций в России вынуждены пересматривать свое отношение к формированию кадровой политики и системе управления персоналом. По мере развития кадрового менеджмента становится понятно, что важно так управлять персоналом, чтобы достигать стратегические цели предприятий и организаций максимально эффективно. Это означает, что и персонал сам должен проявлять активность. Но активность персонала не возникнет сама по себе, ее надо грамотно стимулировать. И одним из таких стимулов может быть формирование и управление карьерой персонала. Причина заключается в том, что продвижение по карьерной лестнице позволяет персоналу не только повышать свое материальное благосостояние, но и удовлетворять потребность в самореализации.

Таким образом, кадровые службы предприятий и организаций должны способствовать развитию своего персонала, повышению уровня знаний и умений, формированию новых профессиональных навыков. Наиболее успешные сотрудники должны зачисляться в кадровый резерв. И вот с такими сотрудниками служба управления персоналом должна проводить активную работу.

Кадровый резерв – это сформированный состав сотрудников, которые прошли специальный подготовительный отбор и оценку, обладают

необходимым потенциалом для исполнения трудовых обязанностей на новом, более высоком и более ответственном месте работы.

Формирование кадрового резерва - это такой подход в управлении персоналом, который состоит в ряде исследований и тестирований работников, которые позволяют осуществить специальный отбор некоторой части сотрудников организации с целью дальнейшего их продвижения по службе.

Рассмотрим процесс тестирования и отнесения сотрудника в кадровый резерв, а также дальнейшую работу с ним на примере преподавателя педагогического колледжа.

В педагогическом колледже карьерный рост педагогических работников может быть либо горизонтальный, либо вертикальный. При горизонтальном карьерном росте один работник может получить соответствующее образование и перейти работать в другое подразделение (стать преподавателем другого предмета). Вертикальный карьерный рост подразумевает продвижение по иерархической лестнице. Например, педагогический работник в случае расширения деятельности или увольнении одного из работающих вышестоящих работников может быть утвержден на более высокую должность. Такая кадровая перестановка будет более эффективна для педагогического колледжа, так как работник уже является сотрудником данного учреждения, хорошо знает специфику и организацию учебного процесса, своих коллег и сможет адаптироваться в новой должности быстрее, чем новый работник, принятый по результатам внешнего рекрутинга.

Таким образом, практически у всех сотрудников есть перспектива карьерного роста, то есть работник может либо освоить смежную профессию, либо подняться по служебной лестнице на 1 – 2 ступени.

При этом при модели «лестница» карьерный рост может происходить поэтапно вверх, например: «преподаватель – заведующий кафедрой – директор». В случае карьеры «перепутье» может произойти как карьерный рост, так и снижение. Например, работник, получивший специальное высшее образование может быть переведен на более высокую должность. Однако, если он не справится с новыми обязанностями, скорее всего его снова переведут просто в преподаватели.

Профессиональная квалификация работника является интегральным образованием, включающим в себя профессиональный опыт, мотивацию, личностные качества и другие профессиональные характеристики. Она непосредственно влияет на качество и результативность деятельности

педагогического работника, обеспечивает готовность и способность выполнения различных профессиональных задач более высокого уровня.

Для педагогического работника, который планирует посвятить свою жизнь работе в колледже, формирование карьеры может выглядеть следующим образом (таблица 1).

Таким образом, очевидно, что формирование карьеры педагогического работника колледжа связано, в первую очередь, с постоянным повышением своей квалификации, которая, в свою очередь, предполагает не только самообразование и самоконтроль со стороны самого работника, но и обучение как на курсах в Институте повышения квалификации, так и получение второго (смежного либо нового) высшего образования.

Таблица 1 - Рекомендуемая карьера педагогического работника в колледже

Должность	Возраст	Способ занятия должности	Повышение квалификации
Преподаватель	22-25	Назначение	Наличие среднего либо высшего профессионального образования
Преподаватель 2 категории	25-30 лет	Назначение	Обучение на курсах в Институте повышения квалификации
Преподаватель 1 категории	30-35 лет	Назначение	Обучение на курсах в Институте повышения квалификации
Преподаватель высшей категории	35-40 лет	Назначение	Обучение на курсах в Институте повышения квалификации, получение второго высшего образования
Заведующий кафедрой	40-50 лет	Конкурс	-
Директор техникума	45-60 лет	Конкурс	-

Также важно отметить, что вся педагогическая деятельность нормируется, контролируется и анализируется региональным министерством образования.

Чтобы перейти от первой ступени ко второй, молодому преподавателю предстоит пройти аттестацию, которая является одним из важнейших средств оценки и развития профессионализма. И именно в этот период молодой педагог может продемонстрировать свои способности и вызвать интерес со стороны

работников аттестационной комиссии. Это и будет являться первым шагом для попадания в «кадровый резерв». Аттестацию педагогические работники проходят один раз в пять лет.

Соответственно, после вторых профессиональных испытаний педагог, продемонстрировавший устойчивое развитие на протяжении 10 лет, будет кандидатом для зачисления в кадровый резерв. Причем, в данном случае, возможно, что талантливому работнику будет предложена должность не в данном колледже, а в другом, где будет открыта вакансия с такими требованиями, которыми сотрудник из кадрового резерва уже обладает.

Таким образом, процесс формирования и управления кадровым резервом тесно связан с карьерными планами самих сотрудников. Если работники готовы заниматься своим развитием и продвижением, то кадровая служба должна способствовать этому, так как в итоге предприятие или организация получит высококлассного руководителя, знающего специфику деятельности, организацию производства или, как в примере выше – учебного процесса, и способного решать возникающие проблемы быстро и эффективно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Основные принципы построения системы карьерного роста // Управление персоналом № 11, 2015
2. Управление персоналом / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. М., ЮНИТИ, 2014
3. Управление персоналом организации / под ред. А.Я. Кибанова. М., ИНФРА-М, 2015
4. Шапиро С.А. Основы управления персоналом в современных организациях. – М.: ГроссМедиа, 2014
5. Психологические аспекты оценки и развития персонала // Управление персоналом М., 2017

Секция 8. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

НОРМИРУЕМЫЕ РАСХОДЫ В НАЛОГОВОМ И БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Агаев Мехди Мазахир оглы

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В ходе производственно-хозяйственной деятельности экономические субъекты осуществляют множество денежных расходов, которые детализируются по экономическому содержанию, целевому назначению, источникам возмещения. В отечественной учетной практике понятие «расходы» изложено в ПБУ 10/99 «Расходы организации» [2] и в Налоговом кодексе РФ [1]. Расходами организации согласно ПБУ 10/99 признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов и возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала организации, за исключением уменьшения вкладов по решению собственников имущества. Если же рассматривать данное понятие в налоговом законодательстве, а именно, руководствоваться статьей 252 НК РФ, то стоит обратить внимание на то, что не все затраты признаются расходами, а только те из них, которые:

- а) не указаны в ст. 270 НК РФ;
- б) документально подтверждены;
- в) направлены на получение дохода;
- г) экономически оправданы.

В том случае, если затраты не отвечают вышеперечисленным критериям, то данные затраты не учитываются в налоговом учете. В бухгалтерском учете не признается расходами, из чего следует, что не влияют на величину капитала экономического субъекта, операции выбытия активов в связи со следующими обстоятельствами (п. 3 ПБУ 10/99):

- приобретение (создание) внеоборотных активов;
- вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций и приобретение акций и иных ценных бумаг не с целью перепродажи;

- договоры комиссии, агентские и иные аналогичные договоры в пользу комитента, принципала и т.п.;
- предварительная оплата МПЗ и иных ценностей, работ, услуг;
- перечисление авансов и задатков в счет оплаты МПЗ и иных ценностей;
- погашение кредитов и займов, полученных организацией.

Учет нормируемых расходов в системах бухгалтерского и налогового учета является одним из самых сложных и трудоемких участков, что бесспорно требует высокой квалификации специалистов бухгалтерских служб, концентрации, повышенного внимания и тщательного осуществления.

Следует конкретизировать, что такого понятия, как «нормируемые расходы» в бухгалтерском учете не существует. Расходы предприятия признаются в сумме, которая составляет размер оплаты или начисленной кредиторской задолженности перед контрагентами. Существующий термин «норма расходов» применяется в отношении затрат ресурсов, ограниченных максимально допустимыми суммами, процентами, долями и т.п., которые являются элементами системы производственного учета, и которые в свою очередь могут быть закреплены в локальных «управленческих» регулятивах экономического субъекта. В свою очередь, необходимо помнить, что данные нормы не регламентируются общеустановленными законодательными и нормативными актами. В тексте ПБУ 10/99 какое-либо условие признания в бухгалтерском учете подобных, возникающих в практике деятельности российских предприятий, расходов отсутствует.

Таким образом, рассмотрев вышеперечисленных нюансы, можно утверждать, что для целей бухгалтерского учета понятия нормируемых расходов (т.е. расходов, которые принимаются к учету в пределах четко установленных норм) не существует.

Нормируемые для целей налогообложения затраты включаются в себестоимость продукции, принимаемой в целях налогообложения прибыли, в пределах установленных норм и нормативов. В налоговом учете нормируемые расходы относятся к прочим расходам, связанным с производством и реализацией (ст. 264 НК РФ).

К широко известным нормируемым расходам относятся:

- представительские расходы (п. 2 ст. 264 НК РФ);
- некоторые виды рекламных расходов (п. 4 ст. 264 НК РФ);
- компенсация за использование личного легкового автомобиля работника (пп. 11 п. 1 ст. 264 НК РФ).

Стоит обратить внимание, что помимо вышеперечисленных нормируемых расходов в текст главы 25 НК РФ «Налог на прибыль» включено значительное количество положений, устанавливающих виды затрат, каким-либо образом лимитируемых или строго нормированных. Причем при определении соответствующих лимитов налоговое законодательство напрямую отсылает к прочим нормативно-правовым документам, в том числе ведомственным [6]. Для примера, при списании материальных затрат учитываются нормы естественной убыли МПЗ, установленные для транспортировки либо хранения материальных ценностей согласно Постановления Правительства РФ от 12 ноября 2002 г. N 814 "О порядке утверждения норм естественной убыли при хранении и транспортировке МПЗ"; суммы, потраченные работодателями на добровольное медицинское страхование персонала включаются в состав расходов в размере, не превышающем 6 процентов от суммы расходов работодателя за отчетный период на оплату труда [5].

Таким образом, возникают суммовые разницы между бухгалтерским и налоговым учетом, которые, в свою очередь. При ведении бухгалтерского учета нормируемых расходов следует обратить внимание, что в период признания расходов будет возникать постоянная разница, в ходе которой будет формироваться постоянное налоговое обязательство (п. 4, 7 ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организации» [3]). Отражение в учете обязательств, оказывающих влияние на расчет налога на прибыль, будет формировать следующую корреспонденцию счетов: Дебет 99, субсчет «Постоянные налоговые обязательства» Кредит 68, субсчет «Расчеты по налогу на прибыль».

Специалисты отмечают, что на этапе непосредственного возникновения ряд постоянных разниц трудно квалифицировать как однозначно постоянные. В рассматриваемом аспекте для начисления разниц, образовавшихся вследствие различного порядка признания анализируемых расходов в бухгалтерском и налоговом учете, можно предусмотреть два варианта, которые в свою очередь в обязательном порядке необходимо зафиксировать в учетной политике организации, а именно:

1) начислять отложенные налоговые активы, при этом, если по окончании отчетного периода они не будут погашены, то их необходимо будет перевести в состав постоянных налоговых обязательств;

2) сразу начислять постоянные налоговые обязательства.

Корректность квалифицирования разниц на этапе их возникновения играет важную роль, так как оказывает существенное влияние на финансовую отчетность организации, которая, в свою очередь информирует собственников организации, инвесторов, других заинтересованных пользователей о финансовом положении отчитывающегося субъекта [6].

Для снижения трудоемкости учетных работ и повышения эффективности учета нормируемых расходов субъектам хозяйствования следует разработать информативные аналитические налоговые регистры по учету отдельных нормируемых расходов, возникающих в их практике. Такие регистры выступают ключевым элементом «налоговой» учетной политики. Разработку налоговых регистров следует осуществлять в тесной увязке с применяемой формой бухгалтерского учета субъекта учета. В условиях интегрированной учетной системы указанные налоговые регистры следует формировать на основе аналитических данных системы бухгалтерского учета организации, где постоянную разницу можно учитывать как на отдельном субсчете к бухгалтерскому счету учета затрат или же отражать обособленно в регистрах аналитического бухгалтерского учета. В первом случае к счету учета затрат (20, 25, 26, 44, 91.2 и т.п.) можно открыть субсчета:

- субсчет «Нормируемые расходы, учитываемые в целях налогообложения прибыли»;
- субсчет «Сверхнормативные расходы, не учитываемые в целях налогообложения прибыли».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая. ФЗ от 31.07.1998 № 146-ФЗ
2. Положение по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99(утв. приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. N 33н)
3. Приказ Минфина РФ от 19.11.2012 г. № 114н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организации» ПБУ 18/02».
4. Налоги и налогообложение. Учебное пособие / Захарьин В.Р., - 3-е изд., перераб. и доп. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 336 с.
5. Доходы, расходы и прибыль в организациях: Учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 96 с.
6. Архипов А., Баткилина Т., Калинин В. Финансы малого бизнеса и экономика: финансирование, кредитование и налогообложение // Вопросы экономики, 2015.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Анциферова А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность исследования обусловлена тем, что в последнее время изменения отечественной системы бухгалтерского учета и его направленность на сближение с нормами международного учета вызывает определенную необходимость в повышении оперативности и аналитичности не только при формировании, но и в процессе использования учетной информации с определенной целью рационального функционирования экономики строительного предприятия и как следствие, оптимизации и выбора более эффективных управленческих решений в условиях рыночных отношений. Вместе с тем в строительной отрасли информационное пространство каждого предприятия представляет собой взаимодействующие информационные массивы и формируемые существующей организационной структурой управления потоки информации тем самым оказывая влияние на достоверность и прозрачность информационных потоков, а также на экономическую безопасность не только предприятия, но и отрасли в целом. В настоящее время обеспечение эффективности и экономического роста предприятий строительной отрасли выходит на первый план развития экономики.

Достаточно большое разнообразие учетной информации вызывает определённые трудности при выборе той информации, которая необходима при принятии определенного управленческого решения в процессе строительства на предприятии. Причем такая информация может быть использована на разных уровнях и этапах управления строительным процессом и для каждого процесса она различна по своему содержанию, в связи с чем возникает необходимость в исключении этих трудностей посредством оценки учетной информации посредством установления критериев, определяющих эффективность этой учетной информации [1, с.20].

Учитывая такие особенности отрасли как: неподвижность продукции, длительность процесса производства, и взаимосвязь отрасли строительства с другими отраслями, учетно – аналитическая информация в строительной организации должна способствовать: созданию благоприятной внешней среды организации; обеспечению сохранности активов; исключению потерь; обеспечению контроля качества СМР; соблюдению норм и ГОСТов.

Определенная значимость данной проблемы усугублена тем, что именно учетно-аналитическая информация влияет как на принятие решений заинтересованными лицами, так и оказывает и обратное воздействие на развитие самого учета в строительстве.

Вместе с тем, с целью обеспечения достоверности и прозрачности учетно-аналитической информации, а так в рамках отечественного законодательства деятельность строительных предприятий строго регламентирована и подлежит жесткому контролю, деятельность лицензируема, на начальном этапе строительства процедуры контроля со стороны государства заключаются в получении разрешения на проектирование, строительство, согласование с такими службами как: Госсанэпиднадзор, Госпожнадзор, Архитектурно-строительный надзор, и пр. Вместе с тем, в некоторых случаях государственными органами регулируется и порядок ценообразования по объектам строительства.

Стоит учитывать, что в основном, строительство - это сложный технологический процесс, носит позаказный характер, который не позволяет на стадии планирования определить конечную стоимость работ по объекту [2,С.82].

Информация в строительстве, в том числе и учетная, весьма разнообразна, и определена наличием различных аспектов управления, поэтому необходимо установить основные принципы оценки эффективности учетной информации в двух аспектах:

- с позиции ее производителя;
- с позиции ее потребителя.

С точки зрения производителя можно оценить эффективность используя при этом целый ряд таких значений, как: затраты времени на сбор, формирование и передачу информации; затраты времени на доведение этой информации до потребителя; затраты времени на поиск информации.

С точки зрения потребителя необходимо использовать такие критерии, которые будут способствовать оценке степени влияния применяемых методов и средств информационного обеспечения отвечающим интересам потребителей, и возможности оценки влияния учетной информации на результаты их труда, так как для эффективного управления производством в строительстве необходима своевременная, достоверная и аналитичная учетная информация.

Итак, чтобы учетная информация в строительстве была полезной, она должна обладать уместностью (значимостью) и достоверностью (надежностью) [3, С.66]. Не стоит забывать, что при уместности информации она может быть

настолько ненадежной, что ее признание возможно потенциально дезориентирует пользователей.

На рисунке 1 предложена схема оценки качества учетной информации, которая повествует о критериях оценки. Иерархический порядок использован для демонстрирования определенных связей между качественными характеристиками и отражает более важную информацию с учетом ее полезности для принятия управленческих решений.

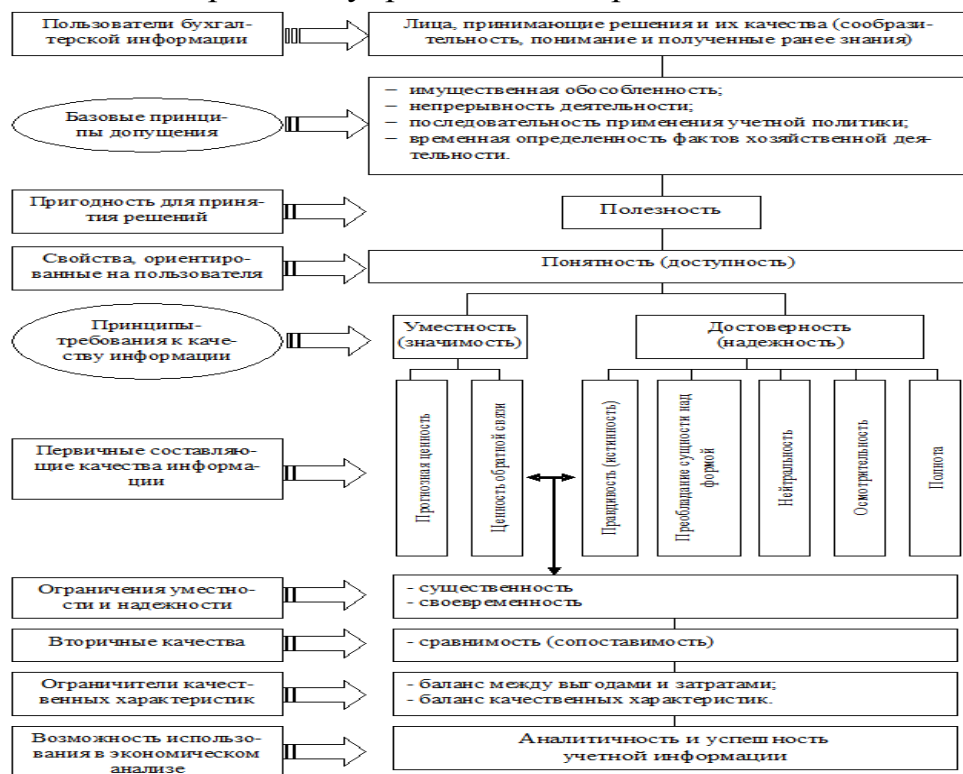


Рисунок 1 - Критерии оценки качества учетно-аналитической информации

Именно повышение оперативности, достоверности и аналитичности учета является одной из первых задач по оптимизации и развитию не только строительной отрасли, но и экономики в целом [4, С.191]. В данном случае взаимосвязь оперативности и аналитичности заключены в том, что они в определённой степени находятся в обратной зависимости, причем на них оказывают влияние одни и те же факторы, но существуют они при всем при этом в противоположном единстве, и их обратная зависимость выражена в том, что при увеличении аналитичности учета сокращается его оперативность, и наоборот при сокращении аналитичности — оперативность растет.

Повышение оперативности и аналитичности учета определяет его ценность как определенного средства оперативного руководства строительным предприятием, обеспечивая тем самым целый ряд достаточно эффективных, обладающих большим значением результатов: ликвидируя значительную отсталость бухгалтерского учета; сокращая сроки отчетности и т. д. [5, С.75].

Не стоит забывать о том, что производственная структура строительного предприятия способствует появлению изменений в организации учета, в связи с тем, что меньшее количество межцеховых связей, перевод какого-либо этапа производственного процесса в саморегулирующую подсистему приводит к сокращению количества информации, уменьшая тем самым объем работ по планированию, учету и контролю, причем упрощаются взаимоотношения управления с производственными участками строительного предприятия, происходит уменьшение передаточных инстанций, что приводит к сокращению пути движения документов[6,с.303].

Важным фактором является документация как один из элементов метода бухгалтерского учета, которая открывает высокие возможности в оптимизации бухгалтерского учета, несмотря на то, что именно документация - это самая трудоемкая стадия учетного процесса, так как в работу по составлению документации вовлекаются сотрудники учетного аппарата, работники бухгалтерии, которые тратят на это свое рабочее время.

Скорость оборачиваемости документа, и как следствие оперативность его влияния на учет и принятие управленческого решения зависит от рационализации документооборота, так как именно этот критерий полагает, прежде всего, прямооточность потока в движении документов. Возможные возвратные и непрямоточные перемещения должны быть исключены или сведены к минимуму. Так как бухгалтерский учет представляет из себя комплекс управления предприятием и является основным поставщиком информации на совершенно различных уровнях и внутри предприятия и вне его, с целью роста аналитичности и оперативности учетной информации огромное значение имеет использование более экономичного способа обработки учетной информации.

Низкий уровень достоверности и прозрачности получаемой учетно-аналитической информации способствует возникновению следующих угроз [7,С.70]:

- связанные с неквалифицированным ведением учета (недостоверность информации, сокрытие хищений и краж, низкое качество строительства при использовании аналогов материалов и сырья, и т.п.);
- связанные с неквалифицированным проведением внутреннего контроля (сокрытие достоверной информации и т.п.).

Таким образом, при обеспечении достоверности, прозрачности учетной информации строительного предприятия обязательно учитывать вышеперечисленные критерии оценки ее эффективности, соблюдение которых

повышает не только достоверность учетно-аналитической информации предприятий, но привлекательность строительной отрасли в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1.Баева Е.А., Баев А.В. Компоненты учетно-информационного пространства / Социально-экономические явления и процессы // - 2012 г. № 10. С. 16-21.
2. Кудряшова В.В., Марков В.В., Удачина Е.Б. Глобализация: понятие и роль в формировании единого учетного информационного пространства / Известия МГТУ МАМИ // - 2013 г. № 4 (18), том 1. С. 82-91.
- 3.Поплаухина Т. Д. Оценка качества учетно-аналитической информации, формируемой в бухгалтерском учете и отчетности [Текст] // Актуальные вопросы экономических наук: материалы II междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2013 г.). — Уфа: Лето, 2013. — С. 66-68.
- 4.Поплаухина Т. Д. Критерии оценки качества учетно-аналитической информации // Молодой ученый. — 2012. — №11. — С. 191-194.
5. Шварц М. Р., Шварц Э. С. Роль учетно-аналитической информации в управлении предприятием и факторы ее эффективности в современных условиях [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы V междунар. науч. конф. (г. Самара, август 2016 г.). — Самара: ООО «Издательство АСГАРД», 2016. — С. 75-79
6. Поплаухина Т. Д. Система обеспечения качества учетно-аналитической информации // Молодой ученый. — 2014. — №5. — С. 303-306.
- 7.Кеворкова Ж.А. Развитие методического инструментария обеспечения экономической безопасности организации // Учет. Анализ. Аудит // - 2016 г. № 3. С.65 -74

СЛОЖНОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ИЗДЕЛИЙ НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ НА ПРИМЕРЕ ОРДЕНА «ЗНАК ПОЧЕТА» ПАО «ХОХЛОМСКАЯ РОСПИСЬ»

Брусникин Р.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

«Народный художественный промысел - одна из форм народного творчества, деятельность по созданию художественных изделий утилитарного и (или) декоративного назначения, осуществляемая на основе коллективного освоения и преемственного развития традиций народного искусства в определенной местности в процессе творческого ручного и (или) механизированного труда мастеров народных художественных промыслов» [1].

Основной задачей деятельности организаций народных художественных промыслов является сохранение, возрождение и развитие традиций народных художественных промыслов.

К наиболее крупному предприятию, отражающему специфику

деревобрабатывающего производства и относящемуся к народным художественным промыслам, в Нижегородской области, относится Ордена «Знак Почета» ПАО «Хохломская роспись».

В настоящее время технология производства продукции практически не изменилась. По-прежнему процесс изготовления хохломской посуды достаточно трудоемок и длителен.

Основной материал, из которого создаются все хохломские изделия — липа. Также в технологическом процессе используется: береза, осина. Прежде, чем она попадёт к мастеру, древесина проходит длительную подготовку. На специально оборудованных складах, дерево сушат не менее трёх лет. Только после этого она считается пригодной для изготовления качественных изделий.

Следующим этапом производственного процесса является изготовление грубых деревянных заготовок, из которых в дальнейшем вытачивают различные изделия.

Далее выточенные изделия проходят процедуру шкуровки и переходят на следующую стадию производственного процесса.

Затем изделие подвергается грунтовке. Дело в том, что древесина очень пористый материал, и, чтобы закрыть все поры, создать водонепроницаемый слой, ее нужно было промазать. Хорошим материалом для этого оказалась обычная глина, которая и сейчас в большом количестве добывается на берегу Волги. Глину растворяют в теплой воде, разминают кусочки и размешивают, получая раствор определенной густоты, затем свернутый лоскуток овечьей шкуры опускают в раствор и смазывают стенки изделия толстым слоем. Про грунтованную заготовку протирают мягкой губкой и сушат при комнатной температуре 6-8 часов.

Следующим не маловажным этапом является обработка заготовки олифой, которая проводится 2-3 раза. Последний слой высушивают в течение 5 часов, чтобы олифа немного прилипла к пальцу, но уже не пачкала его и изделие сразу же переходит на следующую стадию производственного цикла.

Таким образом, проолифленное изделие далее лудят — мягкой кожей или замшей обмазывают алюминиевым порошком, и оно становится «серебряным».

Очередным этапом производственного процесса является нанесение рисунка (роспись). В хохломской росписи используются преимущественно красная, черная, зеленая, желтая и коричневая краски (масляные, разведенные олифой). К ним предъявляются особые требования — они должны выдерживать термическую обработку и не выгорать. Данный процесс может занимать 4-5 дней.

Существует два основных вида росписи: верховое письмо и фоновое. При верховой росписи рисунок наносится орнаментом на поверхность. Фоновое считается более сложным. Художник закрашивает фон, оставляя те части, которые станут «золотыми» после обжига.

Далее расписанные изделия отправляют на сушку (закаливание) при комнатной температуре на 24 часа, либо при температуре 100 градусов в электропечи на 2-3 часа.

После закаливания изделие подвергается лакированию, которое проводится 3-5 раз с промежуточной сушкой и шлифовкой, до появления золотистого оттенка.

После неоднократной закалки лаковая пленка приобретает высокую прочность. Поэтому изделия не боятся горячего и не портятся от воды.

Рассмотрев все этапы технологического процесса производства изделий народных художественных промыслов можно утверждать, что данное производство основано преимущественно на использовании ручного труда, с индивидуальными способностями персонала. Ведь каждый сотрудник на одну и ту же единицу продукции может использовать разное количество грунтовки, олифы, краски, алюминиевого порошка, лака и именно этот факт осложняет процесс более полного и правильного расчета себестоимости. Единая, наиболее точная, методика расчета данных видов затрат отсутствует, используются примерные ничем не обоснованные нормы.

Учет затрат на производство на предприятиях народных художественных промыслов является основным и одновременно наиболее сложным элементом формирования и развития производственно-хозяйственного механизма охваченного системой управленческого финансового учета. Именно от его правильной организации и успешного практического применения будет зависеть рентабельность производства, выявление резервов снижения себестоимости продукции, определение цен на продукцию, а также обоснование решения о производстве новых видов продукции и снятия с производства устаревших. [2, с.19]

Поэтому, на наш взгляд, необходимо уделять особое внимание данной категории предприятий, так как рассматриваемая проблема учета затрат преимущественно ручного труда наиболее актуальна и требует постоянного внимания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 06.01.1999 г. №7-ФЗ «О народных художественных промыслах» (в ред. Федеральных законов от 22.08.2004 №122-ФЗ, от 05.12.2005 №157-ФЗ, от

18.12.2006 №231-ФЗ, от 26.06.2007 №118-ФЗ, от 23.07.2008 №160-ФЗ, от 25.12.2012 №256-ФЗ). Система КонсультантПлюс.

2. Брусникин Р.М. Особенности учета затрат на предприятиях народных художественных промыслов / Брусникин Р.М. // Экономика современного общества: актуальные вопросы антикризисного управления: материалы V международной научно-практической конференции (26 января 2017 г.). – Отв. ред. Зарайский А.А. - Саратов: Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», 2017. - с.16-20.

УЧЕТ ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ЗЕРНА

Бышева А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Аннотация: Тема учета затрат и себестоимости продукции растениеводства актуальна, так как с 2014г. Правительством РФ поднимаются значимые вопросы относительно отрасли растениеводства: - производство и переработка основных видов продукции растениеводства; - увеличение экспорта сельскохозяйственной продукции;-конкурентоспособность российской продукции растениеводства. В связи с этим в статье рассматриваются различные нюансы и особенности сельского хозяйства в плане производства зерна, формирования себестоимости и контроль за формированием затрат.

Ключевые слова: учет в сельском хозяйстве, затраты на производство, расходы, формирование себестоимости , контроль затрат.

Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве имеет свои определенные принципы, которые отличают его от других направлений производства. Из-за климатических условий деятельность большинства сельскохозяйственных предприятий имеет сезонный характер работы, то есть появляются периоды активности и простоя. Период простоя важный с точки зрения отражения в бухгалтерском учете, необходимо правильно распределять расходы на текущие и те, которые относятся к будущим периодам.

Затраты могут быть распределены:

- затраты прошлых периодов под урожай текущего
- затраты текущего года по урожай будущих лет
- текущие затраты.

Земля, как главное средства производства, занимает важную роль в сельском хозяйстве, она является основным средством, но не амортизируется и

не изнашивается, при верном использовании повышает свои свойства (плодородие). Все это приводит к особенностям учета ее в бухгалтерии. Основные средства в сельском хозяйстве используются сезонно, при этом важно правильно распределять амортизацию в бухгалтерском учете, годовую норму амортизации нужно вложить в сезон [2].

Рассмотрим состав и структуру земельного фонда в ООО «Агрофирма «Наруксовская».

В состав земельного фонда ООО «Агрофирма «Наруксовская» входят: общая земельная площадь – 4072 га, в том числе сельскохозяйственные угодья – 3611 га из них пашни – 2457 га, пастбища – 1004 га и сенокосы -150 га.

Таблица 1

Состав и структура земельного фонда

Виды угодий	2014-2016 годы		
	Площадь, га	В %	
		К общей площади	К площади сельхозугодий
Общая земельная площадь	4072	100	-
В том числе сельскохозяйственные угодья	3611	89	100
Из них:			
Пашни	2457	60	68
Сенокосы	150	4	4
Пастбища	1004	25	28

Еще один нюанс в производстве и реализации продукции растениеводства – это формирование себестоимости. В сельском хозяйстве для смешенного производственного цикла определен учет затрат по плановой себестоимости в течение календарного года, а фактическая себестоимость определяется 1 раз в последний день года путем специализированного расчета. Выявляются отклонения между планом и фактом: по уже реализованной в отчетном году продукции или по остатку готовой продукции на складах, поэтому и полный анализ этого показателя может быть посчитан окончательно, как заключительный, по итогам года.

Себестоимость продукции является важнейшим показателем экономической эффективности с.-х. производства. В нем синтезируются все

стороны хозяйственной деятельности, аккумулируются результаты использования всех производственных ресурсов. Снижение себестоимости – одна из первоочередных и актуальных задач любого общества, каждой отрасли, предприятия. От уровня себестоимости продукции зависят сумма прибыли и уровень рентабельности, а так же финансовое состояние предприятия и его платежеспособность. [3].

Важно рассмотреть состав и структуру себестоимости зерновых в ООО «Агрофирма «Наруксовская».

За последние три года затраты на производство продукции растениеводства увеличились на 2020 тыс. руб или на 20% раза. Статья «материальные затраты» увеличилась на 759 тыс. руб или на 11%, в том числе затраты на семена увеличились на 521 тыс. руб. или на 21%., затраты на химические средства защиты увеличились на 521 тыс. руб. или на 21%,затраты на электроэнергию снизились на 77тыс. руб. или на 20%,на нефтепродукты увеличились на 235 тыс. руб. или на 10%, на запасные части и ремонтные материалы снизились на 12тыс. руб. или на 1%,затраты по прочим работам снизились на 59 тыс. руб. или на 78%.

Постатье «Оплата труда» затраты увеличились на 602 тыс. руб. или на 27%,отчисления на социальные нужды также увеличились.

Амортизация увеличилась на 423 тыс. руб. или на 52%, связано с взятием техники в лизинг и прочие затраты снизились на 73 тыс. руб. или на 50%.

Таблица 2

Состав и структура затрат на производство продукции растениеводства

Статьи затрат	Годы						Откло- ение, (+;-)	Темп роста , %
	2014		2015		2016			
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%		
1.Материальные затраты, в том числе	6688	64	10197	65	7447	60	759	111
1.1Семена, в том числе элитные\покупные	2534	24	448 160	28	3055	24	521	121
1.2 Химические средства защиты растений	99	1	224	1	250	2	151	253
1.3Электрoэнергия	382	4	322	2	305	2	-77	80

1.4 Нефтепродукты, в том числе -дизельное -бензин	2272 1577 620	21	2464 1722 670	16	2507 1647 610	20	235 70 -10	110 104 98
1.5 Запасные части, ремонтные и строительные материалы	1325	13	2617	17	1313	11	-12	99
1.6 Прочие работы, выполненные сторонними организациями	76	1	87	1	17	1	-59	22
2. Оплата труда	2207	21	3041	19	2809	22	602	127
3. Отчисления на социальные нужды	613	6	915	6	922	7	309	150
4. Амортизация	815	8	1268	8	1238	10	423	152
5. Прочие затраты В том числе налоги, сборы и другие платежи	145	1	360 96	2	72 -	1	-73	50
Итого	10468	100	15781	100	12488	100	2020	119

Расчет себестоимости 1 ц зерна в ООО «Агрофирма «Наруксовская» производится следующим образом: зерноотходы переводят в полноценное зерно по коэффициенту 0,4, а солому – по коэффициенту 0,08. Полученное число суммируется с полноценным зерном. Затем общие затраты по зерну делят на полученную сумму, затем мы находим себестоимость 1 ц полноценного зерна. Следующим этапом, себестоимость полноценного зерна уменьшают на количество полноценного зерна в зерноотходах, т.е. мы находим себестоимость всего. Затем общую себестоимость делим на массу произведенных зерноотходов, тем самым, находя себестоимость 1 ц зерноотходов. Такой же расчет применяется и по соломе.

Учет затрат на производство должен обеспечить точное исчисление себестоимости зерновых культур и контроль за целесообразным и экономичным расходованием средств. Решение этой задачи зависит, в значительной степени от обоснованности установленных объектов учета издержек производства, так же при каждом факте совершения тех или иных операций на предприятии должен быть обеспечен контроль и анализ за их правильностью и законностью. Система управления предприятием – это сбор, регистрация, обобщение информации, а так же методы управления, в основе

которых лежит совершенствование производства, снижение затрат и повышение доходов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Приказ Минсельхоза РФ от 06.06.2003 N 792 "Об утверждении Методических рекомендаций по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях"
2. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / В.Б. Ивашкевич. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 448 с.-
3. Бухгалтерский учет (финансовый и управленческий): Учебник/Кондраков Н. П., 5-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 584 с.-
4. Кучеров А. В., Коробкова О. В. Совершенствование системы внутреннего контроля // Молодой ученый. — 2013. — №5. — С. 329-332.
5. Журнал «Экономика сельского хозяйства» выпуск от №9 от сентября 2017 г.

АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЁТА ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Вахидов Ш.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время, в эру информационных технологий, для высокой конкурентоспособности при рыночной экономике, а так же формирования и сдачи корректной отчетности в контролирующие органы, необходима повсеместная автоматизация, как бизнес процессов, так и учета, в том числе на предприятиях розничной торговли.

Первый массовый этап перехода к автоматизации на микро и малых предприятиях розничной торговли начался с момента вступления в силу закона о ЕГАИС от 29.06.2015 года №182-ФЗ. Напомним, что данный закон предполагает регистрацию приема и продажи каждой единицы алкогольной продукции в системе ЕГАИС для Юридических лиц и Регистрацию приема без регистрации продаж для Индивидуальных предпринимателей.

Вторым этапом массового перехода к автоматизации стало внесение изменений с 01.07.2017 г. в 54-ФЗ от 03.07.2016 г. В котором сообщалась, что с 31.03.2017г. онлайн-кассы обязаны применять все юридические лица и индивидуальные предприниматели (ИП), осуществляющие торговлю алкогольной продукцией за исключением юр. лиц имеющих на тот момент кассы с фискальными накопителями, им предоставили отсрочку до 01.07.2017г. В настоящее время, для ИП осуществляющих розничную торговлю

алкогольной продукцией, предоставлена отсрочка по применению онлайн-касс до 01.07.2018г. Выше перечисленные ФЗ предполагают, что на предприятиях розничной торговли уже применяется автоматизация учёта, независимо от того насколько крупными или мелкими являются данные предприятия. Поэтому данная тема является актуальной.

На сегодняшний день, как в сетевой, так и в автономной торговле есть ряд негативных факторов:

- Отсутствие единого формата и территориальная удаленность для торговых сетей;
- Не достоверность информации о текущей деятельности в связи с применением суммового учёта;
- Хищение ТМЦ покупателями и сотрудниками;
- Некорректное формирование и сдача отчетности в контролирующие органы;
- Значительные трудозатраты при ведении бухгалтерского учёта и проведении инвентаризаций [1, с. 4].

Единственным правильным решением для снижения влияния данных негативных факторов, является автоматизация. Автоматизацию применяют для целей оптимизации:

- управленческого учёта – для целей увеличения товарооборота и минимизация расходов;
- бухгалтерского (финансового) и налогового учётов - для своевременного предоставления корректной информации, внешним и внутренним пользователям.

Рассмотрим процесс автоматизации сетевой торговли, на примере магазинов категории «У дома» принадлежащих ООО «Марс». В настоящее время данная организация занимается розничной торговлей алкогольной продукцией и владеет 75 магазинами территориально удаленными друг от друга.

В связи с большим объемом торговых точек, их удаленностью друг от друга, а так же согласно требованиям законодательства, изложенным в 182-ФЗ и 54-ФЗ, руководством предприятия было принято решение провести комплексную автоматизацию бизнеса. Данное решение было принято для предотвращения получения недостоверной информации о текущей деятельности магазинов и как следствие некорректного формирования отчетности для контролирующих органов и неэффективного исполнения управленческих решений.

Руководством ООО «Марс», было принято решение о необходимости централизованного управления розничной торговлей, а часть полномочий распределить между руководством торговых точек. Задача по автоматизации, была передана ИП Вахидову Ш.Г.

Для целей автоматизации учета планировалось организовать следующие бизнес процессы:

- учёт товародвижения;
- учёт денежных средств;
- управление продажами;
- управление поставками;
- управление взаиморасчётами;
- учёт прочих хозяйственных операций;
- управление торговым оборудованием;
- формирование отчётов для внутренних и внешних пользователей.

Для выполнения поставленной задачи ИП Вахидовым Ш.Г. были использованы программные средства 1С:Розница 2.2 и 1С:Бухгалтерия предприятия 8.3. На основе данного программного комплекса была создана централизованная схема управления, охватившая 75 магазинов и 1 центральный офис. В результате автоматизации ООО «Марс» получил следующие преимущества:

1. Система закупок стала централизованной и упрощенной (ранее каждый магазин осуществлял закупку товаров самостоятельно) [2, с.82];
2. Реализована единая товарная политика для всех магазинов. Директорам торговых точек предоставляется возможность дополнения базового ассортимента специфическими товарными позициями;
3. Возможность разработки ассортиментной матрицы индивидуально для каждого магазина, согласно анализу продаж [4, с.68];
4. Реализован количественно-суммовой учёт ТМЦ;
5. При поступлении ТМЦ ведется контроль соответствия заказов с полученными накладными и фактическое его наличие с помощью терминала сбора данных (ТСД). Контроль партии происходит непосредственно в момент приемки, что значительно упрощает процедуру обратной отгрузки в случае расхождении фактического наличия товаров с заявленным;
6. Упрощена процедура проведения инвентаризации за счёт применения количественно-суммового учёта и ТСД [3, с.6];

7. Специалисты разных профилей с помощью единой информационной базы данных могут сформировать необходимые запросы и получить интересующую их информацию о работе торговых точек;

8. Реализована возможность формирования отчётности для контролирующих органов без применения сторонних программ и приложений, на прямую из 1С:Бухгалтерия предприятия 8.3 в том числе для ФСРАР.

9. Повышенно качество обслуживания покупателей и сформирована программа лояльности.

Таким образом, автоматизация на предприятии розничной торговли значительно упростить бизнес-процессы, а так же оптимизировать управленческий, бухгалтерский (финансовый) и налоговый учёты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Козлов Е. Планирование ассортимента – нужна ли автоматизация? / Е. Козлов, Д. Гришин // Управление магазином. 2010. № 7. С. 94-98.
2. Спиридонова М. Автоматизация сетевого бизнеса: тенденции и ожидания// Практика торговли. 2011. №11 С. 81-83.
3. Сидоров И. «1С:Розница»: отраслевые решения для магазинов // Финансовая газета ЭКСПО 2010г. №6 С. 5-7.
4. Чередниченко А. Автоматизация не роскошь, а спутник прогресса // Практика торговли 2013г. №7 С. 67-69.

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ НЕПУБЛИЧНЫХ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ ОБЩЕСТВ

Вибе Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

05.05.2014г. был принят Федеральный закон № 99-ФЗ «О внесении изменений в Главу 4 Части 1 Гражданского Кодекса РФ и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов РФ», согласно которому все хозяйствующие субъекты теперь делятся на публичные и непубличные общества.

Согласно Ст. 66.3 ГК РФ Публичным является акционерное общество, акции которого и ценные бумаги которого, конвертируемые в его акции, публично размещаются (путем открытой подписки) или публично обращаются

на условиях, установленных законами о ценных бумагах. Правила о публичных обществах применяются также к акционерным обществам, устав и фирменное наименование которых содержат указание на то, что общество является публичным. Общество с ограниченной ответственностью и акционерное общество, которое не отвечает признакам, указанным выше, признаются непубличными. [1]

Достоверная оценка стоимости компании необходима собственникам при принятии решений о сделках слияния и поглощения, и для определения эффективности работы менеджмента, инвесторам – для определения наиболее выгодных направлений для инвестиций, а также менеджерам – для принятия стратегических решений о дальнейшем развитии компании. Оценка стоимости является тем разделом экономической науки, где теоретические подходы постоянно пересекаются с экономической реальностью. В процессе работы оценщик полагается только на представляемую руководством компании информацию, что вносит определенную долю субъективизма при отражении показателей деятельности компании. Кроме того, разные исследователи предлагают свои перечни факторов, оказывающих влияние на стоимость непубличных обществ, нередко эти перечни сильно отличаются. Мы будем опираться на Приказ Минэкономразвития России от 20.05.2015 №297 "Об утверждении Федерального стандарта оценки "Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО №1)"

Основными подходами, используемыми при проведении оценки, являются сравнительный, доходный и затратный подходы. При выборе используемых при проведении оценки подходов следует учитывать не только возможность применения каждого из подходов, но и цели и задачи оценки, предполагаемое использование результатов оценки, допущения, полноту и достоверность исходной информации. На основе анализа указанных факторов обосновывается выбор подходов, используемых оценщиком. [2]

Сравнительный подход рекомендуется применять, когда доступна достоверная и достаточная для анализа информация о ценах и характеристиках объектов-аналогов, поэтому мы не будем углубляться в его изучение.

Мы будем оперировать методами затратного и доходного подходов. Учитывая, что оба метода имеют как преимущества, так и недостатки, попробуем их совместить и выработать единый метод оценки.

Нам нужно рассчитать остаточную стоимость компании на момент окончания срока прогнозирования. Данная стоимость рассчитывается по методу стоимости чистых активов, а именно:

Ост. Стоимость компании=Ост. Стоим. Внеоборот. Активов-Долгосрочные обяз-ва

В этом случае формула для расчета остаточной стоимости компании (V_n) примет вид:

$$V_n = MVA_n - VL_n.$$

Вид денежных потоков и ставка дисконтирования определяются в зависимости от целей проводимой оценки и предоставленной информации. Так как мы рассматриваем оценку обществ с целью поглощения и слияния, будем использовать показатель нераспределенной прибыли.

Обобщенный метод оценки стоимости компании примет вид:

$$BV = \frac{НП_1}{(1+r_1)} + \frac{НП_2}{(1+r_2)^2} + \dots + \frac{НП_n}{(1+r_n)^n} + \frac{V_n}{(1+r_n)^n},$$

где: BV – стоимость бизнеса; $НП_1, НП_2, \dots, НП_n$ – нераспределенная прибыль для периодов от 1 до n; r_1, r_2, \dots, r_n – ставки дисконтирования для периодов от 1 до n, V_n – остаточная стоимость компании.

Полученный метод повышает точность оценки стоимости непубличных обществ, поскольку он не только учитывает ее статичную стоимость, но и будущие экономические выгоды.

Основным мотивом сделок по слиянию и поглощению выступает достижение эффекта синергии. [4]

Эффект синергии может быть оценен с применением двух подходов: доходного и затратного. На основе разработанного обобщенного метода оценки стоимости непубличных компаний, формула оценки эффекта синергии примет вид:

$$Syn = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{НП_t^{M\&A} - НП_t}{(1+r_t)^t} + \frac{V_n^{M\&A} - V_n}{(1+r_n)^n},$$

где индикатором “М&А” обозначаются показатели, рассчитываемые для объединенной компании, а остальные – для компании-покупателя в случае отказа от сделки.

Формула расчета приведенной стоимости эффекта синергии примет вид:

$$NPVS = -I_0 + \sum_{t=1}^{t=n} \frac{НП_t^{M\&A} - НП_t}{(1+r_t)^t} + \frac{V_n^{M\&A} - V_n}{(1+r_n)^n},$$

где: I_0 – первоначальные расходы на сделку; t – период прогнозирования.

Полученный метод оценки эффекта синергии сочетает достоинства доходного и затратного подхода. Во-первых, он учитывает как будущие потоки денежных средств, так и стоимость активов объединенной компании, имеющиеся на конец прогнозного периода. Во-вторых, позволяет снизить неопределенность, используя разные ставки дисконтирования в течение срока прогнозирования. Кроме того, в данном случае не требуется произведения

дополнительных расчетов с целью выявления отдельных видов полученных выгод, что значительно упрощает его применение на практике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 1 от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017)).
2. Федеральный закон № 99-ФЗ от 05.05.2014г. «О внесении изменений в Главу 4 Части 1 Гражданского Кодекса РФ и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов РФ»
3. Приказ Минэкономразвития России от 20.05.2015 №297 "Об утверждении Федерального стандарта оценки "Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО №1)
4. Гохан, Патрик А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний [Электронный ресурс] /Патрик А. Гохан; Пер. с англ. — 4-е изд. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. — 741 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com>
5. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) [Электронный ресурс] / Чеботарев Н.Ф., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 256 с.: Режим доступа <http://www.znanium.com>

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

Гнатченко Д.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Аннотация: Конкурентоспособность является более частным понятием по отношению к конкуренции и отражает определенную совокупность рыночных свойств того или иного субъекта рынка. Статья посвящена анализу различных методов оценки конкурентоспособности предприятия. Предлагается авторская методика оптимизации оценки конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: конкурентоспособность, методы, модели оценки конкурентоспособности, производитель, потребитель, рынок сбыта.

Оценка конкурентоспособности предприятия является достаточно комплексной и сложной проблемой, так как уровень конкурентоспособности формируется под влиянием множества факторов как внешней, так и внутренней среды предприятия. Этой проблемой занимались многие зарубежные и российские ученые. Из отечественных исследователей можно выделить И.Н. Герчикову, Е.Т. Гребнева, В.Т. Денисова и Т.А. Сергиенко, В.А. Динеса и В.М. Ларина. Но, в настоящее время нет общепринятой методики оценки конкурентоспособности предприятия. Как правило, крупные компании самостоятельно разрабатывают методику, позволяющую им оценить свои

конкурентные позиции на рынке, но суть данной методики и эффективность её применения, как правило, не раскрывают.

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия, как правило, проводится с использованием определенного набора показателей, позволяющих оценить степень устойчивости функционирования предприятия на рынке, способность производить продукцию, пользующуюся стабильным спросом у потребителей, уровень прибыльности предприятия и т.д. [9].

Категории конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности производимой продукции взаимосвязаны. В качестве значимых критериев конкурентоспособности предприятия можно выделить следующие: ценность производимой предприятием продукции и ценность компании как хозяйствующего субъекта. Следует отметить, что изменения происходящие во внешней среде российских предприятий способствует появлению новых методов оценки конкурентоспособности предприятия.

На сегодняшний день существует шесть основополагающих методов оценки конкурентоспособности.

1. Первый подход основан на изучении преимуществ перед конкурентами.

2. Второй подход базируется на теории равновесия А. Маршала: производитель остается на своем уровне и получает максимальную прибыль.

3. Третий подход заключается в анализе конкурентоспособности по качеству товара, основанном на построении многоугольника конкурентоспособности.

4. Четвёртый подход предполагает матричный метод в оценке конкурентоспособности.

5. Пятый - структурный подход, с помощью которого можно определять уровень компании, используя следующие характеристики: уровень монополизации в отрасли, препятствия для новых предприятий и пр.

6. Шестой подход рассматривает конкурентоспособность с функциональной стороны. В нем исследуется уровень производства и сбыта. Согласно данному методу, наиболее успешными предприятиями являются те, у которых наилучшим образом налажено производство и пути дальнейшей реализации продукции.

Показатели конкурентоспособности распределяются на три основные группы. Первая группа включает в себя показатели, отражающие эффективность производственного потенциала. Сюда входят отношения чистой

прибыли к стоимости материальных активов и чистой прибыли к оборотному капиталу.

Вторая группа - это интенсивность использования оборотных активов. Характеристиками данной группы являются отношения текущего долга к стоимости материальных активов, соотношения текущего долга к стоимости материально-производственных запасов и соотношение материально-производственных запасов к чистому оборотному капиталу [8].

Третья группа основана на показателях финансовой активности. Включает в себя такие характеристики, как соотношение текущего долга к стоимости материальных активов и соотношение оборотного капитала к текущему долгу.

Матричные методы оценки достаточно просты и дают наглядную информацию. Они позволяют не только оценить будущий уровень конкуренции, но и при наличии реальной информации дать адекватный анализ настоящего положения дел.

Методы, основанные на понятии эффективной конкуренции, включают в себя следующие аспекты: чем лучше налажена работа всех подразделений и групп компании, тем выше уровень ее конкурентоспособности. Данная методика чаще всего применяется в оценке промышленных предприятий, включая анализ всех сфер хозяйственной деятельности и/или хозяйственного портфеля.

Стоит отметить, что ни один из приведенных методов анализа не является идеальным, т.к. не включает в себя полную информацию и имеет ограничения по применению. При использовании любого из методов важна достоверность результатов, их идентификация и возможность дальнейшего применения.

Для корректной оценки конкурентоспособности разработано множество методов, которые можно применять как по отдельности, так и в комплексе в зависимости от поставленных перед предприятием задач.

Как видно, ни один из методов не является универсальным, так как каждый из них имеет свои преимущества и недостатки. Для более точной и объективной оценки конкурентоспособности предприятия, следует применять несколько методов в совокупности.

Отрицательная динамика первого показателя позволяет сделать вывод о снижении спроса на продукцию предприятия и затоваривании складов предприятия готовой продукцией. Рост второго показателя, по сути, являющегося рентабельностью продаж, свидетельствует о росте конкурентоспособности предприятия. Третий показатель, позволяет выявить фактор (цена, либо объем реализации в натуральном выражении), положительно повлиявший

на рост объёмов продаж предприятия. Четвёртый показатель позволяет определить долю продукции предприятия, приобретённую потребителями с использованием коммерческого кредита. Пятый показатель позволяет оценить уровень сбытовых расходов предприятия.

Как правило выбор перечня показателей, лежащих в основе того или иного подхода к оценке уровня конкурентоспособности хозяйствующего субъекта зависит от используемого метода оценки уровня его конкурентоспособности. Так, В.Т. Денисов и Т.А. Сергиенко выделяют следующие этапы комплексной оценки уровня конкурентоспособности предприятия [3]:

- формулировка целей и задач, проведения комплексной оценки конкурентоспособности предприятия;
- определение предварительного перечня показателей для оценки;
- сбор информации, необходимой для проведения оценки;
- выбор методики расчёта комплексных сравнительных оценок;
- определение значений комплексных сравнительных оценок;
- анализ значений комплексных сравнительных оценок и использование в выработке эффективных управленческих решений.

Перечень методов оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, на мой взгляд, обусловлен, прежде всего, методической незавершённостью имеющихся подходов в рамках теории сравнительных преимуществ, теории равновесия и теории эффективной конкуренции. Данное обстоятельство явилось предпосылкой для разработки других подходов к решению проблемы оценки конкурентоспособности предприятия (оценка на базе качества, профили требований и полярностей, матричный метод).

Представление результатов любого анализа только в форме текста, как правило, недостаточно информативно. В целях устранения данного недостатка прибегают к построению графиков, схем, диаграмм и т.п. К данным инструментам наглядного отображения результатов анализа относят профили требований и полярностей.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия можно трактовать с одной стороны, как его надёжность, прежде всего, как контрагента рыночных отношений, а с другой стороны, как устойчивость функционирования предприятия на рынке. Но, необходимо отметить, узкую направленность методов оценки конкурентоспособности предприятия, проявляющуюся в том, что один метод учитывает только имеющиеся возможности более эффективного использования факторов производства, другой - стоимостную

оценку факторов производства, следующий - уровень качества производимой предприятием продукции.

Полагаю, что оценку уровня конкурентоспособности предприятия необходимо проводить комплексно, учитывая все критерии и направления деятельности.

В зависимости от сферы управления они выделяют 4 группы показателей оценки конкурентоспособности предприятия

Первая группа включает показатели, отражающие эффективность управления производственной деятельностью предприятия, эффективность затрат, связанных с производственной деятельностью предприятия, эффективность использования предприятием своих основных средств, уровень совершенства используемой технологии производства продукции, степень эффективности организации труда на предприятии.

Вторая группа включает показатели, характеризующие эффективность использования предприятием своих оборотных средств, способность предприятия выполнить свои долговые обязательства, способность предприятия устойчиво развиваться в будущем.

Третья группа включает показатели, отражающие эффективность сбытовой политики и маркетинговой деятельности предприятия.

И в четвёртую группу объединены показатели, определяющие уровень конкурентоспособности продукции предприятия (качество и цена).

Использование комплексного подхода позволяет сформулировать ключевые принципы концепции обеспечения конкурентоспособности предприятия. Проведение оценки конкурентоспособности предприятия в соответствии с представленной методикой на мой взгляд наиболее предпочтительно, поскольку охватывает ключевые показатели хозяйственной деятельности промышленного предприятия, исключает их дублирование, позволяет быстро и объективно получить картину положения предприятия на отраслевом рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Герчикова И.Н. Маркетинг и международное коммерческое дело. – М.: Внешторгиздат. 2013. – С. 49.
2. Гребнев Е.Т. Анализ конкурентоспособности продукции // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – № 3. – С. 136.
3. Денисов В.Т., Сергиенко Т.А. Управление конкурентоспособностью предприятия. – Саратов: Изд. Латанова В.П., 2013. – С. 13.
4. Макарова Т.Н. Аналитическая деятельность предприятий в сложных экономических условиях/Т.Н. Макарова//Научный альманах, 2015. - № 9 (11). – С. 221-223.

5. Динес В.А., Ларин В.М. Конкурентоспособность и экономическая устойчивость промышленного предприятия. – Саратов: Изд. Центр СГСЭУ, 2014. – С. 41.

6. Динес В.А., Ларин В.М. Конкурентоспособность и экономическая устойчивость промышленного предприятия. – Саратов: Изд. Центр СГСЭУ, 2009. – С. 43.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОНТРОЛЬНО-КАССОВОЙ ТЕХНИКИ СУБЪЕКТАМИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Гуцу Т.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Аннотация: Контрольно-кассовая техника является обязательным атрибутом практически любого предприятия или организации, которые занимаются предпринимательской деятельностью и при своей работе производят расчеты с наличными деньгами. На сегодняшний день требования к использованию контрольно – кассовой техники варьируются в зависимости от вида предпринимательской деятельности, статуса налогоплательщика и используемого им налогового режима. В данной статье рассмотрены особенности использования контрольно – кассовой техники Субъектами малого предпринимательства, при применении ими спец режимов. Представлены разъяснения Минфина РФ и ФНС России, посвященные новым обязанностям малых организаций и ИП по представлению в ИФНС информации в электронной форме о применении ККТ.

Ключевые слова: контрольно-кассовая техника, субъект малого предпринимательства, налоговые режимы, фискальный накопитель.

В законе от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» представлено понятие субъекта малого предпринимательства (СМП). К таким субъектам могут относиться как юридические лица, так и предприниматели, если они отвечают ряду требований. Кто является МСП, т.е. относится к субъектам малого предпринимательства, определяется в статье 4 закона.[1]

В письме от 25.07.2017 № 03-11-11/47293 Минфин структурировал информацию о некоторых налоговых льготах для СМП.

Положениями Налогового кодекса РФ, для субъектов малого предпринимательства предусмотрены различные налоговые режимы, а именно: общий режим налогообложения, единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН), упрощенная система налогообложения (УСН), система налогообложения в виде

единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД), патентная система налогообложения (для индивидуальных предпринимателей) (ПСН).

С 2017 года на территории нашей страны вступили в силу основные положения Федерального закона №290-ФЗ от 3 июля 2016 года, обязывающего применять онлайн-кассы всех предпринимателей России. Данный закон внес изменения в Федеральный закон №54, в частности также и во вторую статью, касающуюся особенностей применения ККТ и организаций, которые все-таки могут не применять онлайн-кассы в процессе своей торговой деятельности.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1.2 Федерального закона от 22.05.2003 N 54-ФЗ "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа" (в редакции Федерального закона от 03.07.2016 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 РФ" контрольно-кассовая техника применяется на территории Российской Федерации в обязательном порядке всеми организациями и ИП при осуществлении ими расчетов, за исключением случаев, установленных Федеральным законом N 54-ФЗ.[2]

Согласно пункту 7 статьи 7 Федерального закона N 290-ФЗ индивидуальные предприниматели, являющиеся налогоплательщиками, применяющими ПСН, а также организации и индивидуальные предприниматели, являющиеся налогоплательщиками ЕНВД для отдельных видов деятельности, при осуществлении видов предпринимательской деятельности, установленных пунктом 2 статьи 346.26 Налогового кодекса Российской Федерации, могут осуществлять наличные денежные расчеты и (или) расчеты с использованием платежных карт без применения ККТ до 01.07.2018г., при условии выдачи по требованию покупателя документа (товарного чека, квитанции или другого документа, подтверждающего прием денежных средств за соответствующие товар (работу, услугу) в порядке, установленном Федеральным законом N 54-ФЗ (в редакции, действовавшей до дня вступления в силу Федерального закона N 290-ФЗ).

Кроме того, в соответствии с пунктом 3 статьи 2 Федерального закона N 54-ФЗ организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие расчеты в отдаленных или труднодоступных местностях (за исключением городов, районных центров, поселков городского типа), указанных в перечне

отдаленных или труднодоступных местностей, утвержденном органом государственной власти субъекта РФ, вправе не применять ККТ при условии выдачи покупателю по его требованию документа, подтверждающего факт осуществления расчета между организацией или индивидуальным предпринимателем и покупателем, содержащего наименование документа, его порядковый номер, реквизиты, установленные абзацами четвертым - двенадцатым пункта 1 статьи 4.7 Федерального закона N 54-ФЗ, и подписанного лицом, выдавшим этот документ.

Согласно пункту 8 статьи 7 ФЗ N 290-ФЗ организации и индивидуальные предприниматели, выполняющие работы, оказывающие услуги населению, вправе не применять ККТ до 01.07.2018 при условии выдачи ими соответствующих бланков строгой отчетности в порядке, установленном Федеральным законом N 54-ФЗ (в редакции, действовавшей до дня вступления в силу Федерального закона N 290-ФЗ).

Также, согласно пункту 11 статьи 7 Федерального закона №290-ФЗ от 3 июля 2016 года, организации и ИП, осуществляющие торговлю с использованием торговых автоматов, могут не применять в составе таких торговых автоматов контрольно-кассовую технику до 1 июля 2018 года.

ФЗ «54-ФЗ в пункте втором второй статьи дает перечень организаций и ИП, которые могут производить расчеты с клиентами без применения ККТ при осуществлении следующих видов предпринимательской деятельности и оказании следующих видов услуг:

- продажи газет и журналов, а также сопутствующих товаров в газетно-журнальных киосках при условии, что доля продажи газет и журналов в их товарообороте составляет не менее 50 процентов и учет торговой выручки от продажи газет и журналов и от продажи сопутствующих товаров ведется раздельно;
- продажи ценных бумаг;
- продажи лотерейных билетов;
- продажи проездных билетов и талонов для проезда в городском общественном транспорте;
- обеспечения питанием учащихся и работников общеобразовательных школ и приравненных к ним учебных заведений во время учебных занятий;
- торговли на рынках, ярмарках, в выставочных комплексах, а также на других территориях, отведенных для осуществления торговли (см. ниже подробнее);

- разносной мелкорозничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами с ручных тележек, корзин, лотков (в том числе защищенных от атмосферных осадков каркасами, обтянутыми полиэтиленовой пленкой, парусиной, брезентом). Разносная торговля осуществляется путем непосредственного контакта продавца с покупателем на дому, в учреждениях, транспорте или на улице;

- продажи в пассажирских вагонах поездов чайной продукции;
- продажи в сельской местности (за исключением районных центров и поселков городского типа) лекарственных препаратов в аптечных пунктах, расположенных в фельдшерско-акушерских пунктах;

- торговли в киосках мороженым и безалкогольными напитками на разлив;

- торговли из цистерн пивом, квасом, молоком, растительным маслом, живой рыбой, керосином, вразвал овощами и бахчевыми культурами;

- приема от населения стеклопосуды и утильсырья, за исключением металлолома;

- реализации предметов религиозного культа и религиозной литературы, оказания услуг по проведению религиозных обрядов и церемоний в культовых зданиях и сооружениях и на относящихся к ним территориях, в иных местах, предоставленных религиозным организациям для этих целей, в учреждениях и на предприятиях религиозных организаций, зарегистрированных в порядке, установленном законодательством Российской Федерации;

- продажи по номинальной стоимости государственных знаков почтовой оплаты (почтовых марок и иных знаков, наносимых на почтовые отправления), подтверждающих оплату услуг почтовой связи. (п. 2 ст. 346.26, ч.2 НК РФ) [3];

В соответствии со статьей 16 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ розничная продажа алкогольной продукции, в том числе при оказании услуг общественного питания, осуществляются с применением ККТ.

Следует также отметить, что согласно пункту 6 статьи 4.1 Федерального закона N 54-ФЗ срок действия ключа фискального признака, который содержится в фискальном накопителе ККТ, с помощью которой осуществляется передача фискальных документов в налоговые органы через оператора фискальных составляет не менее 36 месяцев со дня регистрации в налоговых органах ККТ для следующих пользователей:

1. при оказании услуг;

2. при применении УСН;
3. при применении системы налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН);
4. плательщиками единого налога на вмененный доход (ЕНВД);
5. ИП, которые применяют патентную систему налогообложения.

При этом вышеуказанные положения не распространяются на указанные в абз. 2 п. 6 ст. 4.1 Закона N 54-ФЗ организации и индивидуальных предпринимателей, которые осуществляют торговлю подакцизными товарами, а также при сезонном (временном) характере работы или одновременном применении режимов налогообложения, указанных в п. 6 ст. 4.1 Закона N 54-ФЗ, и общей системы налогообложения или применении ККТ, не осуществляющей передачи фискальных документов в налоговые органы через оператора фискальных данных. Пользователи, которые перечислены в абз. 2 п. 6 ст. 4.1 Закона N 54-ФЗ, вправе использовать фискальный накопитель, срок действия ключа фискального признака которого составляет не менее 13 месяцев.

Принятые изменения создадут условия для повышения уровня защищенности прав потребителей, товаров и услуг, упрощая возможность реализации права на удовлетворение своих требований в соответствии с законодательством о защите прав потребителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
2. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 28.12.2016);
3. Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа»;
4. Федеральный закон от 03.07.2016 № 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»;
5. Обзор законодательства «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» // <http://www.consultant.ru>

КОСВЕННЫЙ АНАЛИЗ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

Главная цель анализа движения денежных потоков – оценить способность организации формировать денежные средства в размере и в определенные сроки, необходимые для осуществления планируемых расходов. Для изучения факторов формирования отрицательного, положительного и чистого денежных потоков рекомендуется использовать 2 метода: прямой и косвенный методы. Прямой метод расчета показателей денежного потока состоит в группировке и анализе данных бухгалтерского учета, отражающих движение средств в трех сферах деятельности (текущей, инвестиционной, финансовой). Косвенный метод заключается в перегруппировке данных баланса, приложения к нему и отчета о финансовых результатах и их корректировке с целью пересчета финансовых показателей в показатели движения денежных средств.

Ключевые слова

Анализ движения денежных потоков, прямой и косвенный методы, бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, финансовые показатели.

Введение

На текущий момент основной целью деятельности любой конкурирующей организации является повышение доходности капитала собственников и обеспечение их роста благосостояния. При этом достижение данной цели во многом определяется тем, насколько эффективно предприятие использует ограниченные ресурсы в процессе хозяйственной деятельности. Денежные средства являются наиболее ограниченным ресурсом при переходе к рыночным методам хозяйствования. Рациональное управление денежными потоками является важнейшим фактором, влияющим на успех функционирования предприятия, и определяет возможность достижения его стратегических и тактических целей.

Основные результаты исследования

Методику анализа денежных потоков определяем, как систему осуществляемых в структурированной последовательности и взаимосвязи аналитических процедур, направленных на выявление эффективности управления денежными потоками и денежными средствами в деятельности организации, установление ее реальной платежеспособности.

Проведение анализа и оценки уровня платежеспособности организации обусловлено необходимостью [1]:

- регулярного прогнозирования финансового положения и устойчивости развития организации;
- погашения обязательств перед государством, внебюджетными фондами, поставщиками, работниками, акционерами в точно установленные сроки;
- повышения доверия партнеров и инвесторов к проведению совместной деятельности организации;
- полного возврата кредитов и оценки эффективности их использования.

Косвенный метод позволяет не только рассчитать данные, характеризующие чистый денежный поток в отчетном периоде, но и установить взаимосвязь полученной прибыли и изменения остатка денежных средств. Этот метод основан на пересчете полученного финансового результата путем определенных корректировок в величине чистой прибыли. При использовании косвенного метода следует помнить, что чистые денежные потоки (ЧДП) по инвестиционной и финансовой деятельности рассчитываются только прямым методом. Причины, обуславливающие отличие величины чистых денежных средств от суммы полученного финансового результата, определяются в первую очередь тем, что финансовый результат формируется в соответствии с принципом начисления, тогда как результат изменения денежных средств определяется кассовым методом. Кроме того, формирование отдельных доходов и расходов, влияющих на величину прибыли, не затрагивает притоков или оттоков денежных средств. Так, например, начисление амортизации влияет на формирование прибыли, но не влечет оттока денежных средств.

В практике экономического анализа России в отношении отчета о движении денежных средств используется два метода анализа: прямой и косвенный. Рассмотрим второй метод расчета величины денежного потока, который является косвенным методом, основанным на анализе статей баланса и отчета о прибылях и убытках. Косвенный метод базируется на отличии величины потока денежных средств от размера чистой прибыли и основан на анализе движения денежных средств по направлениям деятельности организации, не только показывает, где конкретно овеществлена прибыль, но и куда были инвестированы «живые деньги». В долгосрочной перспективе косвенный метод позволяет выявить наиболее проблемные «места скопления» замороженных денежных средств и, исходя из этого, разработать пути выхода из данной ситуации [2].

Косвенный метод призван отразить действие факторов, повлиявших на отклонение чистого остатка денежных средств от чистого финансового результата, полученных организацией на отчетный период. При этом в качестве факторов выделяются амортизационные отчисления за исследуемый период и изменения статей бухгалтерского баланса [3]. Косвенными являются факторы, выраженные показателями, сформированными по принципу начисления. Они влияют на денежные потоки косвенно, путем задержки возможного поступления денежных средств или их использования. Показатели, отражающие косвенные факторы, определяют прибыль (убыток) до налогообложения. Поэтому косвенные факторы влияют на денежные потоки организации через налог на прибыль, вызывая увеличение или уменьшение перечислений в бюджет. В результате, действие косвенных факторов вызывает непропорциональное изменение денежных потоков организации [4].

Инвестиционной деятельностью считается деятельность организации, связанная с приобретением зданий, земельных участков и иной недвижимости, нематериальных активов, оборудования и других внеоборотных активов, а также их продажей; с осуществлением собственного строительства, расходов на научно-исследовательские, технологические и опытно-конструкторские разработки; с осуществлением финансовых вложений (приобретение ценных бумаг других организаций) (рисунок 1).

Финансовая деятельность — это деятельность организации, в результате которой изменяется величина и состав собственного капитала организации, заемных средств.

Рисунок 1 - Каналы поступлений и выплат по инвестиционной и финансовой деятельности



При составлении расчета исходят из того, что в бухгалтерском учете операции отражаются в момент перехода права собственности, независимо от оплаты. В связи с этим выручка, отраженная в отчете о прибылях и убытках, не всегда эквивалентна денежным поступлениям, следует, что и расходы, указанные в отчете о прибылях и убытках, не равны оплаченным расходам. В результате показатель чистой прибыли по отчету о прибылях и убытках не отражает фактическое наличие денежных средств, имеющихся у организации на отчетную дату.

Поэтому при составлении отчета о движении денежных средств показатель чистой прибыли корректируется в следующем порядке:

1. К чистой прибыли прибавляется амортизация имущества, поскольку амортизационные отчисления являются расходом, формирующим чистую прибыль, но не ведущим к оттоку денежных средств.

2. Производится корректировка на величину изменения в остатках материально-производственных запасов на начало и конец отчетного года. Если остатки запасов увеличились, то разница в остатках вычитается из чистой прибыли, так как увеличение запасов ведет к оттоку денежных средств. В случае уменьшения запасов — разница прибавляется.

3. Производится корректировка на величину изменений в дебиторской задолженности. Если дебиторская задолженность уменьшилась на конец года, то разница прибавляется к чистой прибыли, в противном случае — вычитается из нее.

4. Производится корректировка на величину кредиторской задолженности. При этом рост кредиторской задолженности приводит к

притоку денежных средств, поэтому разница в кредиторской задолженности прибавляется к чистой прибыли, в противном случае — разница вычитается.

Подготовка отчета о движении денежных средств на основе косвенного метода проходит в несколько этапов (рисунок 2).

Рисунок 2 - Последовательность действий по подготовке отчета о движении денежных средств косвенным методом



Преимуществом косвенного метода при использовании в оперативном управлении является то, что он позволяет установить соответствие между финансовым результатом и собственными оборотными средствами. В долгосрочной перспективе косвенный метод дает возможность выявить наиболее проблемные места, так называемых замороженных денежных средств и, исходя из этого, разработать пути выхода из сложившейся ситуации.

Таким образом, косвенный метод более предпочтителен аналитической точки зрения, т.к. позволяет объяснить причины расхождения между финансовыми результатами и свободными остатками денежной наличности, ответить на вопрос: «Почему прибыль есть, а денег или наоборот?».

Вопросы методологии финансового планирования в условиях рынка обсуждаются в отечественной экономической науке с момента перехода России к рынку, однако, аспекты анализа данной проблемы носят обычно поверхностный характер. Так, вопросы методологии, поднимаемые в разработках Ковалева В.В., Денисова А.Ю. и др. не затрагивают в должной мере специфику процесса планирования в российских организациях в условиях перехода к новым методам хозяйствования [5,6].

Вопросы финансового планирования наиболее полно и всесторонне разработаны питерскими экономистами. Так, авторы монографии «Планирование и контроллинг» (издательство «Омега-Л») Анискин Ю.П. и

Павлова А.М. стали победителями конкурса на лучшее учебное издание по дисциплине «Организация производства» [7].

Сопоставление поступлений и выплат позволяет определить финансовый результат по каждому виду деятельности и изучить определенные хозяйственные операции, которые вызвали приток или отток денег за период, понять их причину и вовремя принять решения, направленные на стабилизацию денежных потоков. В дальнейшем полученные данные можно использовать для прогнозирования денежных потоков на предстоящий период. Общее увеличение денежных средств за период далеко не всегда означает улучшение финансового состояния предприятия – все зависит от того, на какие виды деятельности были и будут в дальнейшем направлены денежные средства, дающие прирост или снижение общего объема финансовых ресурсов [8].

Следовательно, отчет о движении денежных средств дает возможность пользователю (аналитику) ответить на следующие вопросы:

1. Какие суммы денежных средств были получены от текущей, инвестиционной и финансовой деятельности. Достаточно ли их для покрытия производственных расходов.

2. Достаточно ли средства вкладываются предприятием в основные производственные фонды для поддержания производственных мощностей на прежнем уровне или для их увеличения.

3. В какой мере инвестиции предприятия финансируются за счет собственных средств, а в какой – за счет заемных.

4. Какая доля денежных средств, полученных из внешних источников финансирования, относится к заемному капиталу (долгосрочные ссуды банков, эмиссия корпоративных облигаций) и какая – к собственному (эмиссия акций).

5. Необходимо ли организации привлечение заемных средств для выплаты дивидендов акционерам.

Наиболее благоприятной может считаться ситуация, при которой основным источником поступления денежных средств является текущая (операционная) деятельность организации.

Заключение

Таким образом, косвенный метод основан на компилировании данных из двух форм бухгалтерской отчетности — баланса и отчета о финансовых результатах. При проведении определенных структурированных корректировок прибыли на изменение статей баланса мы получим конечный результат. В качестве исходной точки в расчете часто применяют показатель чистой прибыли на начало периода. Изменяя данные на амортизационные отчисления

и распределение прибыли, приходим к итогу, что таким образом, удобством косвенного метода является тот фактор, о котором мы имеем информацию о финансовых ресурсах, поступающих в организацию после уплаты налогов и возмещения затрат на факторы производства. За счет анализа денежного потока косвенным методом также можно проследить причину отсутствия урегулирования уровня чистой прибыли и остатка денежных средств на конец рассматриваемого нами периода.

Необходимо отметить различия двух методов:

- в косвенном методе отчета о движении денежных средств не используются данные о выплаченных налогах и сборах в бюджет и фонды;
- в отчете прямым методом не содержится информация об основных источниках финансирования воспроизводства организации — амортизации и чистой прибыли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Положение по ведению бухгалтерского учёта и бухгалтерской отчётности в Российской Федерации, утверждённое приказом Минфина РФ от 29.07.1998 № 34н (в посл. ред. от 24.12.2010 № 186н).
2. И. Я. Лукасевич Финансовый менеджмент: учебник— 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Эксмо, 2016. — 768 с. — (Новое экономическое образование).
3. Положение по бухгалтерскому учёту «Бухгалтерская отчётность организации» (ПБУ 4/99), утверждённое приказом Минфина РФ от 06.07.1999 № 43н (в ред. от 08.11.2010 № 142н).
4. О.В. Ефимова Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник— 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство «Омега*Л», 2016. — 351 с.: ил., табл. — (Высшее финансовое образование).
5. Ковалев В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью: учебно-практическое пособие -М.: ТК Велби, Изд. Проспект, 2015 — 1024 с.
6. Денисов А.Ю., Жданов С.А. Экономика управления предприятием и корпорацией: учебник - М.: Издательство, Дело и Сервис”, 2015— 416с.
7. Ю. П. Анискин, А.М. Павлова Планирование и контроллинг: учеб. по специальности «Менеджмент организации» — 2-е изд. — М.: Омега-Л, 2015. - 280 с.
8. Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций: учебное пособие — М.: Финансы и статистика, 2016— 144 с.

ОСОБЕННОСТИ УЧЁТА ЗАТРАТ В ИТ-ПОДРАЗДЕЛЕНИИ И ИХ ПЕРЕНОС НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Лагута А.М.

Аннотация: Очень часто затраты различных подразделений одного предприятия объединяют в общий «котёл», затем получившуюся сумму делят на количество выпускаемой продукции и получают её себестоимость. Найти пути снижения себестоимости, при обезличивании формирующих ее затрат, практически невозможно. В статье, на примере ИТ-подразделения предприятия, рассматривается альтернативный вариант систематизации учёта затрат, возможности ухода от обезличивания затрат и, как следствие, повышение качества предоставляемой отчетности.

Ключевые слова: учёт затрат, ИТ, ИТ-услуга, ITIL, центр финансовой ответственности.

Информационные технологии по мере своего развития оказывают все большее влияние на современный бизнес. Достижение бизнес-целей компании напрямую зависит от качества ИТ-услуг и ИТ-инфраструктуры. Определение стоимости, предоставляемой или получаемой ИТ-услуги, важный вопрос, который встает перед руководителями предприятий различных отраслей.

Главной целью поставщика ИТ-услуги, как и любого другого поставщика, является предоставление услуги максимального качества по минимальной цене. Согласно ITIL (библиотека передового опыта информационных технологий, «IT Infrastructure Library») ИТ-услуга базируется на использовании информационных технологий и поддерживает бизнес-процессы заказчика [1]. Другими словами, ИТ-отдел предприятия не просто занимается настройкой ПК, заменой картриджей, администрированием серверов для нужд, например, финансового отдела, а оказывает услуги по настройке и поддержке работоспособности финансово-учётной системы.

Денежные затраты на ИТ постоянно увеличиваются и составляют значительную часть бюджета практически любой организации. Для снижения себестоимости и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров и услуг), с учётом постоянно возрастающих затрат на ИТ в структуре затрат, необходимо внедрять более эффективные методы управления.

В настоящее время компании уходят от признания ИТ-затрат косвенными, с соответствующим распределением на себестоимость, и признают - затратами основного производства с использованием для их учёта методик, применяемых к затратам данного типа. Объектом управления, при таком подходе, являются процессы предоставления набора ИТ-услуг,

обеспечивающих бизнес-потребности компании. В ITIL они называются бизнес-услуги. Комплекс бизнес-услуг сводится в Каталог бизнес-услуг [1], на основании которого строится работа ИТ-подразделения.

Согласно книге библиотеки ITIL «Предоставление сервисов (Service Delivery)» для учёта ИТ-затрат используется «метод прямых затрат»[2]. Его суть состоит в делении затрат на прямые (direct) и косвенные (indirect). Косвенные же затраты можно разделить на соотнесенные, распределяемые в соответствии с выбранным драйвером (базой) распределения, и несоотнесенные, которые включаются в себестоимость в виде добавочного процента. Объектом затрат согласно ITIL является ИТ-услуга.

Прямыми затратами являются затраты, которые сразу относятся на предоставление бизнес-услуг, а те, которые связаны с управлением и обслуживанием ИТ-инфраструктуры – косвенными. Например, затраты на содержание персонала, отвечающего за поддержку и сопровождение ERP, затраты на обслуживание серверов ERP, прямо относятся на себестоимость сервиса «Поддержка работоспособности системы управления ресурсами предприятия».

Косвенными считаются затраты, у которых в явном виде нельзя указать объект затрат. Например, если один и тот же сервер является сервером резервных копий данных и системы контроля доступа, то затраты на его обслуживание разделяются для отнесения на себестоимость сервисов «Хранение данных» и «Контроль доступа на предприятие». При этом выбор базы для распределения (драйвера распределения) является ключевой задачей управленческого учёта в рамках ИТ-подразделения.

Косвенными затратами также считаются затраты на содержание административно-управленческого персонала (АУП), на размещение, оплату электроэнергии, телефонной связи и т.п.

Организация учёта в ИТ – комплексная задача, в процессе решения которой важно ограничить детализацию аналитических признаков, чтобы затраты на организацию учёта не превысили выгоду от внедрения сервисно-ориентированной модели затрат. Перед менеджментом ИТ-подразделения встает задача выбора учётной системы для управления ИТ. Это может быть комплексная система, включающая выставление счетов и предоставление бизнесу данных о реальной себестоимости ИТ-услуг, либо без взаиморасчетов с потребителями. В зависимости от выбранной схемы выделяют три различных типа центров финансового обеспечения (ЦФО).

Центр затрат. Основной задачей является учет затрат и калькуляция себестоимости ИТ-услуг. Объектами учёта выбираются как бизнес- (внешние), так и операционные (внутренние) сервисы. Исходя из этих данных планируется бюджет отдела на будущие периоды. Преимуществом данного вида ЦФО является четкое и прозрачное отображение расходов на ИТ-услуги, что позволяет руководителю оценить рентабельность предоставления конкретного сервиса и смысл вложения средств в развитие ИТ-сервисов.

Центр возмещения. Объектом учета затрат являются внешние по отношению к ИТ бизнес-услуги. Кроме прямых и косвенных затрат, здесь учету подлежат и скрытые затраты, которые могут быть вызваны нарушениями и сбоями в предоставлении ИТ-услуг. Основное преимущество такого ЦФО заключается в достижении максимального качества услуг при минимальных затратах.

Центр прибыли. Главной задачей центра прибыли является получение положительного финансового результата. ИТ-подразделение становится полноправным подразделением в рамках компании.

Модель затрат строится путем выделения факторов затрат и разделением затрат по категориям. Согласно ИТЛ выделяют следующие категории [2]:

- затраты на аппаратное обеспечение;
- затраты на программное обеспечение;
- затраты на персонал;
- затраты на размещение (аренда, обслуживание производственных помещений и т.п.);
- затраты на внешние сервисы;
- трансфертные затраты.

Затраты, связанные с получением услуг от внешних сервис-провайдеров, относятся к затратам на внешние сервисы. Они включают в себя предоставление интернет-каналов и каналов связи, обслуживание и сопровождение ERP, аутсорсинг объектов ИТ-инфраструктуры и т.п.

Выделение центра финансовой ответственности (ЦФО), совместно с внедрением сервисно-ориентированного учёта затрат на ИТ при построении управленческого учёта на предприятии, позволит ИТ-отделу стать полноправным партнером для бизнеса, действовать в связке с ним и зарабатывать деньги самостоятельно.

При применении практики «выставления счетов», то есть при демонстрации подразделениям реальных затрат на ИТ-услуги, бизнес быстро поймет принцип, что за все надо платить. Это позволит рассматривать ИТ-

отдел не только, как центр затрат, но и как центр прибыли. Такой процесс регламентируется, в соответствии с библиотекой ITIL, соглашением об уровне сервиса (Service Level Agreement, SLA) [2]. Соглашение может заключаться как с другими подразделениями внутри компании, так и с внешними потребителями. Внедрение SLA позволяет привести отношения бизнеса и ИТ к формальному виду, вывести их на новый уровень, где все обязательства прописаны в соглашении, что повысит эффективность управления ИТ и компанией в целом. Такой процесс успешно реализован в компании АО «Магна Автомотив Рус», которая является подразделением канадской компании «Magna International», одного из крупнейших мировых производителей автокомплекующих. Ряд ИТ услуг АО «Магна Автомотив Рус» заказывает у глобальной службы ИТ-поддержки, которая также является частью «Magna International». Все оказываемые ИТ услуги регламентируются соглашением об уровне сервиса и имеют стоимостное выражение.

ИТ-технологии постоянно развиваются и совершенствуются. Они стали неотъемлемой частью современной жизни. Без компьютеризации и роботизации невозможно представить ни одно современное предприятие. Вместе с ИТ-инфраструктурой, учитывая рост ее влияния на производство конечного продукта, необходимо развивать способы учета затрат на ИТ и их важность при калькулировании себестоимости готовой продукции. В статье рассмотрены различные методы построения учета затрат на ИТ-подразделение предприятия, однако выбор системы учета всегда зависит от конкретного предприятия, его специфики и возможностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Глоссарий Терминов и Определений: ITILv.3 [Электронный ресурс]. –Режим доступа [http://wikiitil.ru/books/ITIL_Glossary\(rus\)-2009.pdf](http://wikiitil.ru/books/ITIL_Glossary(rus)-2009.pdf);
2. Роб Ингланд. Введение в реальный ITSM / Пер. с англ. —М.: Лайвбук, 2010. С. 132.
3. Роб Ингланд. Овладевая ITIL / Пер. с англ. — М.: Лайвбук, 2011. с.200.
4. Мизиковский Е.А., Мизиковский И.Е. Производственный учет - М.: Магистр : Инфра-М, 2015г.,-272 с.

К ВОПРОСУ ОБ УЧЕТЕ И КОНТРОЛЕ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ

Аннотация: Актуальность темы учета и контроля затрат на производство весьма очевидна в тех условиях, в которых оказалась в настоящее время экономика России. В связи с этим в статье рассматриваются различные подходы к трактовке дефиниции затрат. Определяются объекты учета затрат, приводятся их различные классификации. Знание исследуемых категорий позволит принимать правильные управленческие решения при минимизации затрат в процессе производства.

Ключевые слова: затраты на производство, расходы, издержки, себестоимость продукции, учет и контроль затрат.

Любое предприятие или организация вне зависимости от вида деятельности конечной целью своего функционирования имеет получение прибыли, а так же ее максимизацию и это очевидно в современных рыночных условиях. На пути достижения указанной цели в процессе производства продукции или оказания услуг необходимо затратить труд, денежные средства и прочие активы. При этом постараться их минимизировать не потеряв в качестве, количестве и привлекательности для покупателей. Именно поэтому затраты являются одним из наиболее существенных факторов, способных повлиять на прибыль предприятия или организации, уровень и степень воздействия которых возможно существенно регулировать, принимая грамотные управленческие, в том числе и стратегические решения.

В настоящее время вопросы учета и контроля затрат на производство регулирует ФЗ от 06.12.2011 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Ранее в данном вопросе опирались на Федеральный Закон № 129-ФЗ от 20.03.1996 «О бухгалтерском учете» (с изменениями на 28 ноября 2011 года) (утратил силу с 01.01.2013 на основании Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ) [2].

На основании пункта 2 статьи 1 Закона № 129-ФЗ объектами бухгалтерского учета признавалось имущество организаций, их обязательства и хозяйственные операции, осуществляемые организациями в процессе их деятельности. В настоящее время перечень объектов бухгалтерского учета экономических субъектов значительно расширен и выделен в отдельную статью. Кроме фактов хозяйственной жизни среди объектов бухгалтерского учета впервые поименованы, в том числе активы, доходы, расходы; неизменным в перечне остался лишь объект - обязательства.

Итак, расходами считается уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода или возникновение обязательств, которые приводят к уменьшению капитала, кроме изменений, обусловленных изъятиями собственников. Расходы включают такие статьи, как затраты на производство реализованной продукции (работ, услуг), оплату труда работников и управленческого персонала, амортизационные отчисления, а также потери (убытки от стихийных бедствий, продажи основных средств, изменений валютных курсов и др.). Таким образом, можем сделать вывод о том, что понятие затраты значительно уже понятия расходов на производство [2].

В соответствии с Приказом Минфина России от 06.05.1999 № 33н (с изм. и доп. от 06.04.2015 №57н) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» расходами организации признается уменьшение экономических выгод вследствие выбытия активов и возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала организации [3].

В Налоговом кодексе Российской Федерации используются термины «расходы» и «затраты» без какого-либо специального разграничения области применения. Так, в п. 2 ст. 252 гл. 25 НК РФ написано: «Расходы, связанные с производством и реализацией». В п. 1 ст. 252 гл. 25 НК РФ дается определение «расходов» через «затраты»: расходы определены как обоснованные, документально подтвержденные затраты, осуществленные налогоплательщиком [1]. В отечественной экономической литературе разграничивают термины «затраты» и «расходы» исходя из их периода отнесения на финансовый результат.

Получается, что понятие затрат тесно связано с понятием расходов. Однако следует заметить, что одно и то же понятие может нести разную смысловую информацию. При рассмотрении вопросов, связанных с расходами и затратами необходимо четко формулировать и аргументировать это термины в том или ином контексте. Именно при точном понимании «затрат» и «расходов», будет возможно грамотно управлять затратами и расходами предприятия [9, С.67].

М.В. Дыкина проведя анализ учебной литературы приходит к выводу, что понятие расходы рассматривается, как «потребление, затраты для определенной цели», а затраты – в качестве синонима издержек. Издержки – это израсходованная на что-либо сумма, затраты.

Автором затраты на производство продукции трактуются как стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции,

выполнения работ и оказания услуг сырья, материалов, топлива, энергии, природных ресурсов, а также других затрат на изготовление продукции. В связи с чем расходы, которые связаны с производством и продажами продукции, работ, услуг, следует считать затратами [6, С.133].

В статье Т.А. Мирошниченко, Н.Н. Брицыной авторами разграничены понятия «расходы» и «затраты», которые по их мнению несут разную смысловую нагрузку и поэтому требуют изучения с целью их разграничения в учете.

Затратами в управленческом учете является определенная совокупность ресурсов, использованных на достижение какой-либо цели, например производство продукции, маркетинговые исследования и т.д. Затраты в управленческом учете играют важную роль. Менеджерам предприятия разных уровней управления необходима информация об операционной прибыли, себестоимости товаров, маржинальной прибыли и рентабельности, готовой продукции, материалов незавершенного производства. Эта информация нужна для обоснования цен, выбора политики технического перевооружения, мотивации и др. Данных финансового бухгалтерского учета о величине затрат в целом по предприятию или традиционным объектам калькулирования недостаточно для принятия решений по оперативному, тактическому и стратегическому управлению [9, С.67].

Несколько подходов отдельных экономистов к трактовке дефиниции «затраты» представлены в работе А.С. Артёмовой.

В теории учета под объектами учета затрат понимают реально существующие объекты хозяйственной деятельности, составные элементы средств и фондов предприятия, которые познаются субъектом управления с помощью учета. Объект учета затрат на производство – это реально возникающие затраты производства, сгруппированные по различным признакам для формирования показателей себестоимости []. (Фетисова)

На наш взгляд, объектом учета затрат является признак согласно которому осуществляется группировка производственных затрат для целей управления себестоимостью произведенной продукции.

Выбор объектов учета затрат зависит от нескольких факторов: задач обоснования управленческих решений, организационной структуры управления и др. Традиционные объекты учета затрат — это места возникновения затрат [9, С.67].

К наиболее распространенным группировкам затрат относятся затраты по экономическому содержанию, которые в свою очередь подразделяются на экономические элементы и статьи [6, С.133].

По мнению О. Д. Кавериной, новейшими объектами учета затрат, потребность в которых появилась во второй половине XX века, являются: операции бизнес-процесса; процессы; бизнес-процессы; жизненный цикл продукта.

Затраты по бизнес-процессам собираются для обоснования решений по диверсификации бизнеса; по операциям — для обоснования решений по реинжинирингу бизнес-процессов [7].

Е.М. Лакаткиной, Д.М. Корниенко, А.Ф. Кузиной составлена система объектов учета затрат по таким критериям, как: места возникновения затрат, центры ответственности, статьи издержек, факторы производственной деятельности, виды или группы однородной продукции.

Большое влияние на выбор объектов учета затрат оказывают особенности технологии производства и технические параметры производимой продукции, тип организации производства и структура управления предприятием. В зависимости от того, на что делает упор в своей деятельности предприятие, составляется собственная номенклатура объектов учета затрат [8, С.477].

Одним из общих критериев для всех предприятий можно назвать выделение в качестве объекта учета затрат материальные ресурсы, трудовые ресурсы, затраты на процесс управления производством и затраты на обслуживание производства.

Принципы разделения и классификации объектов учета затрат в конкретной организации способствует формированию общего потока информации о процессе производства, а это в свою очередь необходимо для принятия правильных управленческих решений.

В общей системе показателей, которые характеризуют эффективность производства, как всего предприятия, так и его подразделений, главное место принадлежит себестоимости продукции.

Себестоимость продукции – это стоимостная оценка используемых в процессе производства затрат, таких как стоимость природных ресурсов, сырья, материалов, топлива и энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию. Себестоимость обязательно выражается в денежном исчислении.

Состав себестоимости продукции определяется теми затратами, которые ее формируют. Анализ себестоимости продукции, работ и услуг имеет важное

значение. Он позволяет выявить тенденции изменения данного показателя, выполнения плана по его уровню, определить влияние факторов на его прирост и на этой основе дать оценку работы предприятия по использованию возможностей, и установить резервы снижения себестоимости продукции [4].

В современной литературе и работах экономистов, профессоров в области бухгалтерского учета, анализа и аудита можно найти разные подходы к определению сущности понятия себестоимости.

Е.М. Лакаткина, Д.М. Корниенко, А.Ф. Кузина, проанализировав значительное количество русскоязычных источников, пришли к выводу, что, в целом, формулировки понятия себестоимости почти не отличаются друг от друга, они просто варьируются при неизменном смысле.

Изучив «типичные» определения понятия себестоимости, авторы статьи отмечают, что они не раскрывают полную экономическую сущность себестоимости, так как указывают в основном, что себестоимость представляет собой совокупные затраты на производство в денежной форме. В экономической же сущности себестоимости, по мнению авторов, лежит показатель эффективности производства как такого [8, С.477].

Учет затрат и калькулирование себестоимости продукции – один из важнейших разделов учета. Именно себестоимость производства единицы продукции является основой для принятия большого числа управленческих решений.

Правильное определение себестоимости требует увязки бухгалтерского учета затрат с оперативным учетом движения материалов в производстве, недовыпуска которых сказывается на себестоимости готовой продукции.

Резюмируя вышеизложенное, следует ещё раз подчеркнуть, что в условиях современной экономической ситуации на рынке вопросы учета и контроля затрат на производство и реализацию продукции требуют особого внимания, поскольку именно их минимизация позволит сохранить устойчивое положение на рынке и конкурентоспособность не только выпускаемой продукции, но и предприятия в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (с изменениями на 29 июля 2017 года)
2. Федеральный закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 «О бухгалтерском учете» (с изм. и доп. от 18.07.2017 № 160-ФЗ)

3. Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (с изм. и доп. от 06.04.2015 №57н) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99»
4. О применении нормативных документов, регулирующих вопросы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) Письмо Минфина РФ от 29.04.2002 № 16-00-13/03
5. Артёмова, А.С. Анализ понятия «затраты» и систематизация современных классификаций затрат как объекта бухгалтерского управленческого учета / А.С. Артёмова // В сборнике: Молодежь в науке: Новые аргументы. Сборник докладов I-й Международной молодежной научной конференции. Ответственный редактор А.В. Горбенко. - 2015. - С. 107-110.
6. Дыкина, М.В. Особенности учета затрат и калькулирования себестоимости продукции / М.В. Дыкина, А.А. Тарасов // В сборнике: Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. В 2-х томах. - 2017. - С. 133-136.
7. Каверина, О. Д. Управленческий учет: теория и практика [Текст]: учебник для бакалавров / О. Д. Каверина. — 2-е изд. перераб. и доп. — М. Издательство Юрайт, 2015. — 488 с.
8. Лакаткина, Е.М. Понятие, объекты и методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции / Е.М. Лакаткина, Д.М. Корниенко, А.Ф. Кузина // Аллея науки. - 2017. - Т. 3. - № 10. - С. 477-486.
9. Мирошниченко, Т.А. Понятие учета затрат в бухгалтерском и налоговом учете / Т.А. Мирошниченко, Н.Н. Брицына // В сборнике: Стратегия экономического развития России с учетом влияния мирового сообщества. Материалы VII Международной научно-практической конференции: в 2-х томах. - 2015. - С. 67-71.
10. Фетисова, О.А. Понятие метода учета затрат и метода калькулирования себестоимости продукции / О.А. Фетисова //Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. - 2015. - № 26. - С. 135-139.

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБОРОННОГО ЗАКАЗА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

М.А. Майорова

НИУ РАНХиГС г. Нижний Новгород

Нижегородская область — один из наиболее развитых регионов РФ с точки зрения экономики, обладающий диверсифицированной промышленной базой. Специализированными центрами промпроизводства являются подавляющее число городов области (например Навашино, Чкаловск, Заволжье и др.)[1] Самые развитые производственные отрасли Нижегородской области — оборонная и машиностроительная.[2] Большинство военных предприятий региона реализуют свою деятельность благодаря программе гособоронзаказа.

Государственный оборонный заказ - установленные нормативным правовым актом Правительства Российской Федерации задания на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных нужд в целях обеспечения обороны и безопасности Российской Федерации, а также поставки продукции в области военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами в соответствии с международными обязательствами Российской Федерации.[3] Гособоронзаказ — важнейший инструмент, который обеспечивает эффективное формирование и размещение государственного оборонного заказа, проводит единую государственную политику в области разработки, производства, унификации и стандартизации вооружения и военной техники общего применения.

В конце этого года президент Владимир Путин должен утвердить новую государственную программу вооружений на 2018–2025 годы. Какие задачи стоят перед оборонной промышленностью? Что из себя представляет госпрограмма поддержки ОПК? А также что даст конверсия? На эти вопросы ответил Министр промышленности и торговли Денис Мантуров, «За последние годы наши предприятия ОПК были существенно модернизированы, за счет этого сейчас своевременно реализуется гособоронзаказ. Показатели поставок военной техники и вооружений в войска на сегодняшний день приближаются к 100%. Теперь мы меньше зависим от зарубежных поставок: свои плоды дала работа по программам импортозамещения техники и комплектующих с Украины и из стран НАТО. У новой программы есть две основные особенности: это изменение политики ценообразования и применение долгосрочных контрактов жизненного цикла. Мы хотим уйти от распространенного сейчас режима «натурального хозяйства», предоставив предприятиям возможность более широко использовать рыночные механизмы. В июне запущена новая программа «Конверсия», которая предусматривает финансирование инвестпроектов, направленных на производство продукции гражданского и двойного назначения организациями

ОПК. Кроме того, Российский экспортный центр (РЭЦ) субсидирует расходы предприятий ОПК на участие в международных выставках, что способствует узнаваемости наших товаров за рубежом. В ближайших планах РЭЦ — финансирование части затрат, связанных с продвижением высокотехнологичной, инновационной и иной продукции и услуг на внешние рынки». [4]

Для выявления социально-экономического влияния ГОЗа в Нижегородской области мы провели исследование оборонно-промышленной деятельности ЗАО «Концерн «Термаль». Анализ затрат основных видов деятельности показывает нам следующее. Наиболее затратный показатель — «Переменные затраты», наибольшую долю в этом показателе занимает товары народного потребления 59,90% (22 535 278 тыс.руб.) и российские железные дороги 28,34% (10 662 629 тыс.руб.).

Вторым по величине следует показатель «Материалы» максимальная величина наблюдается у направления ТНП, которая занимает более половины от общей суммы и составляет 65,78% (6 367 646 тыс.руб.).

Проанализировав затраты с наибольшей величиной, можно сделать вывод, что на предприятии наиболее затратными являются виды деятельности — товары народного потребления и российские железные дороги, что негативно влияет на прибыль и усугубляет финансовое состояние предприятия, но с другой стороны, увеличение расходов на данные отрасли влекут к расширению и пополнению инфраструктуры региона. Очевидно, что направление «Изделия УИСО» лидируют по всем показателям и являются менее затратными, принося больший доход.

Деятельность военного государственного предприятия приводит к значительным изменениям в социально-экономической сфере общества. Развитие в регионе оборонно-промышленных комплексов влечет к увеличению рабочих мест для населения, получению дополнительной прибыли для организаций и дополнительным налоговым поступлениям в федеральный бюджет. Стоит отметить, что наибольшую роль играют косвенные составляющие военных объектов, которые представляют собой развитие инфраструктуры (детские сады, школы и т.п.), стимулирование сопутствующих отраслей (производство комплектующих и запасных частей, сфера услуг, торговля и др.). Все это положительно влияет на экономику региона, путем привлечения дополнительных инвестиций и роста занятости населения.

Список литературы:

1. Нижегородская область// Информационный портал expert.ru: [сайт]. URL: http://expert.ru/dossier/territories/nnovgorod/?exclude_tags=3&tags=21571&page=3 (дата обращения: 12.04.2017)
2. Промышленность Нижегородской области// Информационный портал wikiprom.ru:[сайт].URL: http://www.wikiprom.ru/region/nigegorodskaya_oblast.html(дата обращения: 20.04.2017)
3. Федеральный закон "О государственном оборонном заказе" от 29.12.2012 N275ФЗ(последняя редакция)// Информационный портал consultant.ru:[сайт].URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140175/(дата обращения: 24.06.2017)
4. О переменах в работе оборонно-промышленного комплекса// Информационный портал kommersant.ru :[сайт].URL:<https://www.kommersant.ru/doc/3391908> (дата обращения: 19.09.2017)

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА НЕПЛАТЕЖЕСПОСОБНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Минеева А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы исследования анализа неплатежеспособных предприятий обусловлена необходимостью решения важнейшей проблемы преодоления кризисного состояния российского предпринимательства и создания предпосылок для устойчивого развития, как отдельных фирм, так и всего сектора экономики. По статистическим данным в Российской Федерации в настоящее время достаточно велик удельный вес убыточных предприятий в общем числе предприятий и вес просроченной задолженности в общем объеме задолженности. В условиях высокой степени хозяйственной неопределенности, предприятия фактически лишены защиты от потерь, глубоких потрясений и банкротства при выполнении ими необходимых рыночных операций. Высокий уровень риска деятельности в сфере бизнеса вышел за пределы отдельных предприятий и стал общенациональной проблемой. В нестабильной экономической среде для предприятий создалась перманентная угроза перехода в кризисное состояние, потери платежеспособности и банкротство.

Дестабилизация работы любого предприятия является результатом совместного действия комплекса внутренних и внешних факторов, неопределенности и рисков. Отсюда необходимость разработки системы анализа неплатежеспособности и исключения возможного банкротства не только в рамках отдельных предприятий, но и в рамках отраслей и регионов,

что является необходимым условием устойчивого развития экономики.

Имеется значительное число работ, в той или иной степени посвященных общей проблематике неплатежеспособности предприятий, опубликованных как в России (И.Т. Балабанов, О.И. Волков, А.М.Дубров, Г.Я.Киперман, Г.В. Савицкая, В.А. Чернов), так и за рубежом (J. Mugler, L. Perridon, M. Steiner, C.A.Williams, R.M. Heins). Проблемы рисков неплатежеспособности предприятия рассматриваются с позиций бухгалтерского учета, аудита, анализа и статистики в работах В.И. Баканова, В.Г. Дентина, А.Д. Коробкина, Л.М. Полковского, А.Д. Шеремета.

Изучение и обобщение результатов ранее проведенных исследований в сфере анализа неплатежеспособности показало, что характерным для большинства работ является недостаточная степень системного подхода к анализу неплатежеспособности и преувеличение роли ликвидности и страхования в обеспечении устойчивого функционирования современных предприятий. При этом часто понятие платежеспособности подменяется понятием ликвидности.

Несовершенство законодательной базы, отсутствие научно обоснованных методов управления предприятием в условиях продолжающегося финансового кризиса усложняют и затягивают процессы финансового оздоровления предприятий. Все это создает предпосылки для активизации процесса банкротства предприятий, роста числа предприятий, в отношении которых возбуждаются дела о признании их несостоятельными. Следовательно, существует необходимость в разработке такой системы анализа неплатежеспособности и методов управления финансовым оздоровлением предприятия, которая позволила бы в минимальные сроки и с минимальными затратами повысить качество управления им.

В ходе исследования был проведен анализ платежеспособности и вероятности банкротства предприятия ООО «Бригадир НН», сформулированы его основные проблемы.

Как показывает анализ, ООО «Бригадир НН» находится в крайне неудовлетворительном положении.

Снижение общей стоимости имущества на 10,6% в 2016 году говорит о некотором сворачивании хозяйственной деятельности предприятия, это отразилось на эффективности деятельности предприятия, что подтверждается низкими показателями рентабельности.

В структуре активов слишком высока доля дебиторской задолженности. Предприятие, таким образом, широко использует коммерческий кредит при работе с дебиторами.

В структуре пассивов предприятия очень высока доля заемных средств (73,2%), которая целиком представлена кредиторской задолженностью.

На протяжении 2014-2016гг происходил постоянный рост доли заемных средств (от 56,9% в 2014 году до 72,9% в 2015 и 73,2% в 2016), что нельзя оценивать положительно. Для предприятий, функционирующих в условиях развитых рыночных отношений, нормальным положением, обеспечивающим достаточно стабильное финансовое положение в глазах инвесторов и кредиторов, считается отношение собственных источников к общей сумме на уровне 60%.

Рекомендуется снизить имеющийся уровень заемных средств, так как предприятие является целиком зависимым от внешних источников. Основной причиной снижения доли собственных средств является снижение величины нераспределенной прибыли, и для ее повышения необходимо значительно повысить рентабельность работы предприятия. При таких резких темпах снижения выручки и прибыли предприятию следует рассмотреть варианты перехода на новые сектора рынка, новых потребителей, новые виды деятельности, так как существующий вид приносит убытки.

Рекомендуется изменить структуру заемных средств (в пользу долгосрочных), так как это даст возможность предприятию избежать банкротства.

Предприятие нельзя отнести к устойчивому типу, так как показатели финансовой устойчивости находятся на критическом уровне – у предприятия недостаточно собственных средств.

Анализ ликвидности предприятия ООО «Бригадир НН» показал низкий уровень платежеспособности предприятия. Коэффициент абсолютной ликвидности очень низок, то есть предприятие не может отвечать по своим обязательствам в ближайшее время, в долгосрочном же периоде у предприятия также недостаточно оборотных средств, которые могут быть им использованы для погашения своих краткосрочных обязательств.

Таким образом, проведенный анализ финансовой устойчивости показал, что положение предприятия в 2014-2016 годах значительно ухудшилось: снизились показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, возросла финансовая зависимость предприятия от внешних источников капитала.

Рассмотренные в процессе анализа модели определения вероятности банкротства дают противоречивые результаты, чтобы прийти к окончательному выводу, сгруппируем полученные результаты в таблице 1.1

Таблица 1.1

Систематизация рассчитанных моделей определения вероятности банкротства
ООО «Бригадир НН»

Показатель, модель определения вероятности банкротства	Анализируемый период: 2014- 2016г.
1. Модель: Ктл, Косс, Квост Коэффициент текущей ликвидности	Структуру баланса можно признать неудовлетворительной, динамика сокращения характеризует уменьшение обеспеченности ООО оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств
2. Простая двухфакторная Модель Э. Альтмана	Вероятность банкротства невелика, однако применение этой модели для диагностики российских компаний очень сильно критикуется отечественными специалистами
3. Z счёт Альтмана	В 2014 году Z меньше 3, но на конец 2015 года ООО признается финансово-устойчивым, в 2016 году положение вновь неустойчиво и до безусловной несостоятельности ООО отделяет 0,81 пункта.
4. Модель У.Бивера	ООО можно причислить к третьей группе, а значит, достаточно велика вероятность банкротства в течение года
5. Уравнение Сайфуллина Р.С., Кадыкова Г.Г.	Финансовое состояние ООО в 2014-2015гг можно признать удовлетворительным, в 2016 – неудовлетворительным.
6. Модель О.П. Зайцевой	На всем протяжении исследуемого периода фактическое значение комплексного показателя выше нормативного, т.е. вероятность банкротства велика.
7. Методика проведения анализа финансового состояния организаций, разработанная Федеральной службой РФ по финансовому оздоровлению и банкротству (ФСФО РФ)	Степень платежеспособности предприятия в целом возрастает, небольшое повышение зафиксировано только в 2016 году по сравнению с 2015. Предприятие имеет шансы избежать банкротства.
8. R-модель прогноза риска	ООО не постигнет участь банкротства, у предприятия есть возможности его избежать, мобилизовав всевозможные способы восстановления платежеспособности и улучшить финансовое состояние за счёт определения резервов улучшения своей деятельности.

9. Модель Таффлера, ближе остальных зарубежных моделей подстроена к российским реалиям	Можно диагностировать высокую вероятность банкротства ООО
10. Методика Савицкой Г.В.	Предприятие находится между II и III классами, т.е. между демонстрирующими некоторую степень риска по задолженности и проблемными предприятиями. Банкротство компании пока не грозит.
11. Модель В.В. Ковалева	Согласно данной модели, ситуация в компании в 2014-2016 постепенно исправлялась. Банкротство компании пока не грозит
12. Методика А-счета Аргенти.	Исследуемая компания подвержена небольшому риску банкротства

Анализ показал, что в финансовой деятельности предприятия имеет место целый ряд неотложных проблем, требующих немедленного решения. Предприятие имеет неудовлетворительную структуру баланса, критерии финансовой состоятельности характеризуют кризисное состояние предприятия.

Основными причинами неудовлетворительного состояния являются: низкая эффективность хозяйственной деятельности, высокая доля коммерческих расходов, снижение уровня продаж, нехватка собственных средств, рост кредиторской задолженности и т.д.

В случае непринятия мер по ликвидации данных проблем предприятию грозит банкротство, что отражается в результатах расчетов по отечественным и зарубежным методикам диагностики банкротства, примененных в анализе данного предприятия.

На основе результатов расчетов всех показателей был сделан вывод, что своевременное применение мер по повышению эффективности деятельности предприятия позволит руководству восстановить свою платежеспособность и устойчивость собственными внутренними силами, и избежать банкротства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. "Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации" от 24.07.2002 N 95-ФЗ (ред. от 29.07.2017). // СПС «Консультант Плюс».
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая: текст с изм. и доп. на 20 января 2017. – М.: Эксмо, 2017. – 608 с.
3. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "О несостоятельности (банкротстве)". // СПС «Консультант Плюс».
4. Алексеева Е.В. Несостоятельность (банкротство) юридических лиц. Практикум. – М.: Проспект, 2016. – 180с.
5. Мельник М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебное пособие. – М.: Форум, 2017. – 208с.
6. Ряховская А.Н. Антикризисное управление. Теория и практика. – М.: КноРус, 2017.

– 378с.

7. Шадрина Г.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. – 445с.

8. Попова, Д.В. Определение неудовлетворительной структуры баланса и оценки угрозы банкротства предприятия. // Новая наука: от идеи к результату: Международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции (22 октября 2016 г, г. Сургут). / в 3 ч. Ч.1 - Sterlitaмак: АМИ, 2016. – 246 с.

АНАЛИЗ И АУДИТ ИНФОРМАЦИИ О ДЕБИТОРАХ ИЗ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Мозутова А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Наличие конкуренции во всех видах экономической деятельности вызывает необходимость вести более гибкую конкурентную политику при помощи неценовых методов, одним из которых является реализация товаров (оказание услуг, выполнение работ) с отсрочкой платежа. Такие методы вызывают рост дебиторской задолженности у предприятия-продавца. Поскольку увеличение суммы дебиторской задолженности отрицательно влияет на финансовую устойчивость предприятий, то возникает потребность в оптимизации работы по уменьшению дебиторской задолженности. В настоящее время предприятия малого и среднего бизнеса все чаще сталкиваются с проблемой невозвратности долгов. Это свидетельствует об *актуальности* темы и ее практической значимости.

При исследовании методических основ организации аудита были использованы научные труды Козменковой С.В., Шатиной Е.Н. (1, 2)

Целью исследования является разработка форм рабочих документов аудитора по проверке учета расчетов с дебиторами.

Реализация поставленной цели потребовала решение следующих *задач*:

- исследовать информацию о дебиторах из открытых источников сети «Интернет»;
- разработать формы рабочих документов аудитора по проверке учета расчетов с дебиторами.

Объектом исследования выбраны производственные предприятия г.Арзамас Нижегородской области.

Основную информацию о дебиторах возможно получить из открытых источников сети Интернет. Для этого необходимо знать идентификационный

номер налогоплательщика. Перечень открытых источников представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Перечень открытых источников сети «Интернет»

Источник	Что проверяет
www.nalog.ru	Проверка сведений в ЕГРЮЛ
http://kad.arbitr.ru/	Проверка карточек арбитражных дел
https://service.nalog.ru/disqualified.do /	Реестр дисквалифицированных лиц, в котором можно проверить присутствие руководителя контрагента
https://service.nalog.ru/addrfind.do/	Сведения об адресах массовой регистрации
https://service.nalog.ru/baddr.do/	Сведения о юридических лицах, связь с которыми по указанному ими адресу (месту нахождения), внесенному в ЕГРЮЛ, отсутствует
https://service.nalog.ru/zd.do/	Сведения об организациях, не исполняющих обязанности по налогам
http://www.fedresurs.ru/	Проверка реестров существенных фактов

Проверка сведений в ЕГРЮЛ (3) показывает информацию: дата создания; размер уставного капитала; адрес места нахождения; сведения о руководителе; виды деятельности; даты изменения в ЕГРЮЛ. Предлагаемая форма рабочего документа аудитора представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Рабочий документ «Проверка сведений в ЕГРЮЛ»

ИНН дебитора	Результат проверки			
	Размер уставного капитала	Основной вид деятельности	Лицо, имеющее право подписи финансовых документов	Наличие изменений в учредительных документах
5243001767	678216000	25.40 Производство оружия и боеприпасов	-	-
5243001742	192636600	26.51.6 Производство прочих приборов, датчиков, аппаратуры и инструментов для	Лавричев Олег Вениаминович	-

		измерения, контроля и испытаний		
5243000185	20916880	10.71 Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения	Крайнов Алексей Анатольевич	-

Проверка карточек арбитражных дел (4) показала, что исследуемое предприятие ОАО «Арзамасский машиностроительный завод» является ответчиком в суде. Результаты аудита дебиторов представлены в предлагаемой форме рабочего документа аудитора «Проверка карточек арбитражных дел» (табл.3)

Таблица 3- Рабочий документ «Проверка карточек арбитражных дел»

ИНН дебитора	Результат проверки			
	Номер дела	Судья / текущая инстанция	Истец	Ответчик
5243001767	23.06.2017 А40- 75392/2017	АС города Москвы Мищенко А.В.	ФГБУ "ФАПРИД"	ОАО «Арзамасский машиностроительный завод»
5243001742	Информация отсутствует			
5243000185	Информация отсутствует			

Проверка реестра дисквалифицированных лиц (5) показывает наличие или отсутствие дисквалифицированных лиц в составе исполнительного органа контрагента (проверяет организации), Проверка источника (6) показывает наличие или отсутствие дисквалифицированных лиц, в котором можно проверить присутствие руководителя контрагента (проверяет граждан). Результаты проверки предлагаем оформлять в форму рабочего документа аудитора, представленную в таблице 4.

Таблица 4 - Рабочий документ «Проверка реестра дисквалифицированных лиц»

ИНН дебитора	Наименование	Результат проверки	
		Наличие дисквалифицированных лиц в составе исполнительного органа контрагента (организации)	Наличие дисквалифицированных лиц (присутствие руководителя)
5243001767	ОАО Арзамасский машиностроительный завод	-	-
5243001742	ОАО Арзамасский	-	-

	приборостроительный завод имени П.И. Пландина		
5243000185	ЗАО Арзамасский хлеб	-	-

Проверка реестров существенных фактов (9) показывает размер чистых активов, результаты аудиторской проверки, наличие имущества в залоге. Результаты аудита представлены в предлагаемом рабочем документе аудитора «Проверка реестров существенных фактов» (табл.5)

Таблица 5 - Рабочий документ «Проверка реестров существенных фактов»

ИНН дебитора	Результат проверки			
	Размер чистых активов (руб)	Результаты аудиторской проверки	Наличие имущества в залоге	Информация о реорганизации и ликвидации
5243001767	Нет данных	Нет данных	1. Автомобиль легковой TOYOTA HIGHLANDE 2. Легковой автомобиль LEXUS LX 570.	Отсутствует
5243001742	3 224 845 000,00	Годовая бухгалтерская отчётность отражает достоверно во всех существенных отношениях финансовое положение АО "АПЗ" по состоянию на 31.12.2016 года, результаты его финансово- хозяйственной деятельности и движение денежных средств за 2016 год в соответствии с российскими правилами составления бухгалтерской отчётности.		Отсутствует
5243000185	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Отсутствует

Проверка сведений об адресах массовой регистрации (7,8) показывает количество зарегистрированных юридических лиц по запрашиваемому адресу. Результат проверки исследуемых предприятий представлен в предлагаемом нами рабочем документе аудитора «Проверка сведений об адресах массовой регистрации» (табл.6)

Таблица 6 - «Проверка сведений об адресах массовой регистрации»

№	Наименование дебитора, его адрес	Количество зарегистрированных лиц
1	Арзамасский машиностроительный завод, ОАО	Информация отсутствует
2	Арзамасский приборостроительный завод имени П.И. Пландина, ОАО	Информация отсутствует
3	Арзамасский хлеб, ЗАО	Информация отсутствует

Вывод. Предложенный алгоритм аудита расчетов с дебиторами и разработанные формы рабочих документов помогут предприятиям и предпринимателям получить информацию о контрагентах на стадии заключения договоров, что снизит риск невозврата дебиторской задолженности в будущем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шатина Е.Н. К вопросу об аудите целевого финансирования бюджетных учреждений здравоохранения/Шатина// Приволжский научный вестник.-2015.-№12-2(52).С.46-53
2. Козменкова С.В. Финансовые результаты деятельности: особенности аудиторской проверки/ Козменкова С.В., Шатина Е.Н., Тельгаева О.О.// Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. - 2017.- № 16 (424). С. 13-25.
3. www.nalog.ru
4. <http://kad.arbitr.ru/>
5. <https://service.nalog.ru/disqualified.do/>
6. <https://service.nalog.ru/addrfind.do/>
7. <https://service.nalog.ru/baddr.do/>
8. <https://service.nalog.ru/zd.do/>
9. <http://www.fedresurs.ru/>

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМ И ПОИСК НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Морозова О.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Модернизация и развитие экономики Российской Федерации

предопределяют необходимость актуализации оценки экономической эффективности функционирования субъектов рыночных отношений, в том числе анализа их финансово-хозяйственных результатов. Исходя из этого можно сказать о том, что основной проблемой тематики повышения рентабельности предприятий является недооценка получаемых финансовых результатов, что приводит к потере значительной части доходов и недостатку финансовых ресурсов. Поэтому для эффективного управления экономической структурой необходимо знать, за счет чего формируются финансовые ресурсы, а также какие факторы оказывают на них влияние. Все вышесказанное обуславливает актуальность представленной темы.

Термин предпринимательство определяется как экономическая деятельность, то есть деятельность, связанная с производством и реализацией продукции, выполнением работ, оказанием услуг или продажей товаров, необходимых потребителю, а также деятельность, ориентированная на получение прибыли или занятие деятельностью в сфере экономики, приносящей прибыль. Соответственно прибыль является важнейшим объектом экономического анализа. Однако сам объем прибыли не может полностью охарактеризовать экономическую эффективность использования предприятием своих ресурсов. Одним из основных показателей, характеризующих эффективность функционирования предприятия, является рентабельность. В отличие от абсолютного показателя прибыли, рентабельность отражает уровень прибыльности относительно определенного базового показателя. Именно рентабельность является мерой доходности предприятия в долгосрочном периоде. Поэтому поиск резервов увеличения рентабельности - одна из основных задач в любой сфере бизнеса.

Рентабельность – это качественный, стоимостный показатель, характеризующий уровень отдачи вложенных затрат или уровень использования ресурсов, связанный с достижением определенного хозяйственного результата. Предприятие признается рентабельным, когда сумма выручки от всех видов деятельности за отчетный период покрывает не только расходы, но и ее достаточно для образования прибыли. Таким образом, рентабельность характеризует результативность или другими словами эффективность работы предприятия, дает представление о способности организации увеличивать свой вложенный капитал [4].

Рентабельность предприятия формируется под воздействием группы взаимосвязанных факторов, оказывающие разнородное влияние на результаты хозяйственной деятельности предприятия. Поэтому их классифицируют по

различным критериям (по порядку формирования, источникам формирования, видам деятельности). Внешние и внутренние факторы, влияющие на величину финансовых результатов отчетного периода, представлены в таблице 1 [2].

Таблица 1 Факторы, влияющие на величину финансовых результатов отчетного периода

Внешние факторы	Внутренние факторы
<p>1. Факторы рыночной конъюнктуры (уровень конкурентоспособности продукции, изменение цен и тарифов, уровень инфляции и др.).</p> <p>2. Административно-правовые (политика государства в области налогообложения, наличие субсидий государства и др.).</p>	<p>1. Материально-технические (уровень интенсивного и экстенсивного использования производственных ресурсов).</p> <p>2. Организационно-управленческие (совершенствование организации труда и производства).</p> <p>3. Экономические (экономическое стимулирование, резервы роста прибыли и др.).</p> <p>4. Социальные (улучшение условий труда).</p>

Рентабельность характеризуется показателем (коэффициентом). В настоящее время он представляет собой такое использование средств, при котором организация не только покрывает все свои произведенные издержки доходами, но и получает чистую прибыль, поэтому для предприятия всегда необходимо умение грамотно оценить, а главное управлять данным показателем [1, с. 7].

Показатели рентабельности можно объединить в систему, которая представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Система показателей рентабельности предприятия

Показатели рентабельности измеряют прибыльность с разных позиций и позволяют дать более чёткое представление об эффективности деятельности предприятия.

Общая формула расчета показателя рентабельности представляет собой отношение прибыли организации к значению, к которому рассчитывается показатель рентабельности:

$$R = \Pi / V, \quad \text{где} \quad (1.1)$$

где Π - прибыль организации;

V - показатель, по отношению к которому рассчитывается рентабельность.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что в расчете любого показателя рентабельности принимает участие прибыль. Поэтому основными направлениями повышения рентабельности и, как следствие, экономической эффективности функционирования предприятия, можно выделить следующее:

1. оптимизация издержек;
2. увеличение объема продаж;
3. эффективность управления материально-технической основой предприятия;
4. сравнение коэффициента рентабельности инвестиций в целом по компании со средневзвешенной стоимостью капитала компании;
5. определение оптимального размера задолженностей предприятия;
6. увеличение производительности труда персонала предприятия.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что для грамотного

управления рентабельностью предприятия необходимо учитывать и анализировать показатели, влияющие на ее изменение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

7. Великая Е.Г., Чурко В.В. Стратегический потенциал и рентабельность организации // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2014. № 2. С. 7-9.
8. Демчук О.В. Прибыль и рентабельность предприятия: сущность, показатели и пути повышения / О.В. Демчук, С.Г. Арефьева // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. № 8. С. 6-9.
9. Ковалев В.В. Финансовый анализ: управление капиталом, выбор инвестиций, анализ отчетностей. 2014.
10. Экономический анализ: учебник для бакалавров / под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. – 4-е изд., перераб. и доп. 2014. – 548 с.

НОРМАТИВНЫЙ МЕТОД УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВЕ

Пахомова Т.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Статья посвящена особенностям учета затрат при использовании нормативного метода. Эффективная система учета затрат на производстве является важнейшим инструментом управления предприятием в современной экономике. Благодаря ей производитель получает структурированную информацию для регулирования производственного процесса. Именно поэтому необходимо знать не только сущность нормативного метода учета затрат, но и сферу его применения, его достоинства и недостатки. Данные вопросы освещены в прилагаемой статье.

Ключевые слова: затраты, методы учета затрат, нормативный метод учета затрат, производство.

Важнейшими задачами функционирования любого предприятия в современной экономике является не только получение максимального объема прибыли, но и сокращение затрат до минимально допустимого уровня без потери качества производимой продукции или оказания услуг.

Все предприятия ищут пути снижения затрат. Они стремятся не просто свести затраты к минимуму, последствием чего может стать сокращение производства, а разработать и реализовать систему рационального и

эффективного использования имеющихся ресурсов, получив максимальную отдачу на всех этапах производственного процесса.

Этому может способствовать система учета затрат на предприятии.

Под системой учета затрат понимается метод последовательного накопления данных о фактически произведенных издержках без отражения в учете данных о величине их по действующим нормам.

В производстве общепринято использовать нормативный, позаказный, попередельный и попроцессный (простой) методы учета затрат и калькулирования фактической себестоимости продукции. Большинство этих методов считаются традиционными и были созданы в период расцвета сферы материального производства.

Мы рассматриваем нормативный метод учета затрат.

Авторское определение метода учета затрат дает в своих трудах О.А. Фетисова. Автор считает, что это совокупность способов осуществления такой группировки затрат и определения таких объектов калькулирования, при которых величина показателя скалькулированной себестоимости продукции имеет наиболее достоверное значение, т.е. учитывает все особенности деятельности хозяйствующего субъекта и характеристики производимой им продукции¹¹.

В.Ф. Палий в книге «Основы калькулирования» определяет цель учета затрат как необходимость выявить и отразить все фактические затраты на производство по многочисленным объектам учета и признакам, необходимым для управления, считая производственный учет шире нежели система калькулирования¹².

В Типовых указаниях по применению нормативного метода учета затрат на производство и калькулированию нормативной (плановой) и фактической себестоимости продукции (работ) выделены важнейшие принципы, лежащие в основе системы нормативного учета¹³. Среди них:

¹¹ Фетисова, О.А. Понятие метода учета затрат и метода калькулирования себестоимости продукции / О.А. Фетисова // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. - 2015. - № 26. - С. 135-139.

¹² Палий, В.Ф. Основы калькулирования / В.Ф. Палий. – М.: Финансы и статистика, 1987. – 288 с.

¹³ Типовые указания по применению нормативного метода учета затрат на производство и калькулированию нормативной (плановой) и фактической себестоимости продукции (работ). Постановление Минфина СССР от 24.01.1983 № 12, Постановление Госплана СССР от 24.01.1983 № 12, Постановление Госкомитета СССР по ценам от 24.01.1983 № 12, Постановление Центрального статистического управления СССР от 24.01.1983 № 12

- систематический и своевременный учет изменений норм (по мере внедрения оргтехмероприятий) и определение влияния этих изменений на себестоимость продукции;
- предварительное нормирование затрат и исчисление нормативной себестоимости единицы продукции;
- предварительный контроль затрат на основе первичных документов и фиксирование отклонений от норм в момент их возникновения с одновременным выявлением причин и виновников;
- ежедневная информация об отклонениях от норм.

По сути нормативный метод представляет собой метод управления затратами и себестоимостью продукции. С помощью нормативного метода осуществляются планирование, учет, контроль и анализ затрат. В основе нормативного метода лежит система норм и нормативов затрат материальных, финансовых и трудовых ресурсов. С целью учета затрат на производстве по нормативному методу составляются нормативно-плановые калькуляции себестоимости продукции. Поскольку заработная плата производственных рабочих и материальные затраты по прямому признаку относятся на калькулируемые объекты, то обеспечивается достоверное исчисление их нормативно-плановой себестоимости.

Использование нормативного метода успешно осуществляется во всех отраслях производства. Применение этого метода на практике требует выполнения определенных условий. Так на производстве должна быть разработана технологическая схема, необходима система норм и нормативов трудовых и материальных затрат на производство каждого составного элемента в процессе. Так же должны быть разработаны все нормы по имеющемуся оборудованию и инструментам: нормы их износа, нормы расхода на их содержание и эксплуатацию, нормы оснащения производства необходимыми приборами и приспособлениями, вычислительной техникой и т.п.

Все эти вопросы в практической деятельности предприятий вполне разрешимы и нормы могут быть разработаны. Использование нормативного метода делает процесс разработки такого рода норм еще более жестким, заставляя совершенствоваться систему планирования нормативного хозяйства и улучшая систему организации производства.

Углубление норм при использовании такого метода способствует не просто улучшению системы нормирования, планирования и учета материальных ценностей, выработки на производстве, но и усовершенствует

систему контроля качества производимой продукции, способствует развитию специализации производства.

Важнейшие условия внедрения нормативного метода – нормы и нормативы, к качеству которых предъявляются особенно высокие требования.

Последовательное осуществление принципов нормативного учета выявляет все указанные недостатки в нормативном хозяйстве и способствует их быстрому устранению. Поэтому, хотя обоснованность норм и служит важной предпосылкой применения нормативного метода, имеющиеся недостатки в нормах не могут служить причиной отказа от его внедрения¹⁴.

А.М. Сидорова, Н.В. Погосян в своей работе подробно рассматривают характеристики нормативного метода, в общем итоге подтверждая выше полученный вывод о том, что нормативный метод учета затрат эффективен при решении вопросов планирования, контроля и принятия управленческих решений¹⁵.

Существование норм в производстве упрощает процесс его планирования. Нормы отражают реальные потребности в ресурсах при заданном на предприятии объеме производства. И.А. Маслова, О.Э. Савина выделяют следующие нормативы: базовые, идеальные, достижимые и текущие¹⁶. В практической деятельности отечественных предприятий часто применимы достижимые и текущие нормативы при учете затрат.

Нормативный учет затрат может быть полным и неполным. Друг от друга их отличают степень точно и трудоемкости. Применение неполного или упрощенного метода учета затрат существенно снижает его эффективность и качество получаемой информации.

Нормативный метод учета затрат и калькулирования находит свое применение в организациях различных сфер деятельности, однако каждое предприятие, приступая к разработке и внедрению такой системы, должно оценить соотношение её преимуществ и недостатков.

¹⁴ Гедгафова, И.Ю. Развитие нормативного метода учета затрат в современных условиях / И.Ю. Гедгафова, З.Х. Шогенцукова, А.Б. Нагоев // Фундаментальные исследования. – 2014. - №11-7. – С.1589-1593

¹⁵ Сидорова, А.М. Нормативный метод учета затрат и калькуляция себестоимости продукции / А.М. Сидорова, Н.В. Погосян // Актуальные аспекты инновационного экономического и юридического развития в условиях роста напряженности вокруг России. Межвузовская научно-практическая конференция. Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права» в г. Ростове-на-Дону. – 2015. – С.272-276

¹⁶ Маслова, И.А. Нормативный метод учета затрат и формирования себестоимости / И.А. Маслова, О.Э. Савина // Управленческий учет. - 2005. - №5

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Типовые указания по применению нормативного метода учета затрат на производство и калькулированию нормативной (плановой) и фактической себестоимости продукции (работ). Постановление Минфина СССР от 24.01.1983 № 12, Постановление Госплана СССР от 24.01.1983 № 12, Постановление Госкомитета СССР по ценам от 24.01.1983 № 12, Постановление Центрального статистического управления СССР от 24.01.1983 № 12
2. Гедгафова, И.Ю. Развитие нормативного метода учета затрат в современных условиях / И.Ю. Гедгафова, З.Х. Шогенцукова, А.Б. Нагоев // Фундаментальные исследования. – 2014. – №11-7. – С.1589-1593
3. Маслова, И.А. Нормативный метод учета затрат и формирования себестоимости / И.А. Маслова, О.Э. Савина // Управленческий учет.- 2005.- №5
4. Палий, В.Ф. Основы калькулирования / В.Ф. Палий. – М.: Финансы и статистика, 1987. – 288 с.
5. Сидорова, А.М. Нормативный метод учета затрат и калькуляция себестоимости продукции / А.М. Сидорова, Н.В. Погосян // Актуальные аспекты инновационного экономического и юридического развития в условиях роста напряженности вокруг России. Межвузовская научно-практическая конференция. Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права» в г. Ростове-на-Дону. – 2015. – С.272-276
6. Фетисова, О.А. Понятие метода учета затрат и метода калькулирования себестоимости продукции / О.А. Фетисова // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. - 2015. - № 26. - С. 135-139.

СОВРЕМЕННОЕ СООТНОШЕНИЕ ПРАВИЛ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ РАБОТНИКАМ В РСБУ И МСФО

Решетова Д.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В любой организации область бухгалтерского учета не обходится без важного компонента, а именно, без оплаты труда работников и их социального обеспечения. Данная область имеет ряд трудностей при расчёте, так как в России ещё не разработано единого ПБУ, регламентирующего учёт и отражение в отчётности обязательств по выплате заработной платы. В МСФО учёт вознаграждений работникам регламентируется стандартом МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения работникам». Однако в Российской Федерации оплата труда регламентируется Гражданским кодексом РФ, Трудовым кодексом РФ, Налоговым кодексом РФ и другими нормативными актами [3].

Согласно МСФО (IAS) 19, существует четыре классификационные группы вознаграждений работникам [4]:

1. Краткосрочные вознаграждения работникам. Рассчитывается по недисконтированной стоимости и включает в себя: заработную плату работников и взносы на обеспечение социального страхования, оплачиваемые ежегодные отпуска и отпуска по болезни и различные премии. При условии, что их выплата должна производиться в течение двенадцати месяцев, по окончании отчётного периода, в котором работники оказали свои услуги организации. Пособия по нетрудоспособности и уходу за ребёнком также входят в данную группу и учитываются в расходах текущего периода;

2. Вознаграждения по окончании трудовой деятельности, к которым относятся пенсия и иные выплаты, при окончании трудовой деятельности, так же медицинское обслуживание и страхование жизни. Вознаграждения включают в себя два вида пенсионных выплат: с установленными выплатами, когда организация берёт на себя обязательство, выплачивать пенсионные вознаграждения в сумме, указанной в договоре, и с установленными взносами, когда организация обязана платить взносы в пенсионный фонд в независимости от последующих выплат пенсионного вознаграждения;

3. Прочие долгосрочные вознаграждения работникам рассчитываются по дисконтированной стоимости и включают в себя: долгосрочный оплачиваемый отпуск, если сотрудник имеет длительный стаж работы, например, творческий отпуск; за выслугу лет выплачивают юбилейные и прочие вознаграждения; премии и долгосрочные пособия в связи с нетрудоспособностью в случае, если их осуществление ожидается по истечении двенадцати месяцев, по окончании отчётного периода, в котором работники оказали свои услуги организации;

4. Выходные пособия, которые выплачиваются при увольнении работников как по собственному желанию, так и по требованию работодателя.

В МСФО (IAS) 19 вознаграждения выплачиваются как сотрудникам организаций, так и иждивенцам, а именно, несовершеннолетним детям и недееспособным слоям населения, а также выплаты другим лицам, например, различным страховым компаниям. Зарплата состоит из выплат по оплате выполненных услуг работником перед организацией, которые сотрудник осуществлял как на основе постоянной занятости, так и на основе полной, разовой, частичной и временной основе. Работниками могут быть как руководители, так и управленческий персонал [2].

В российской системе нет национальных стандартов по бухгалтерскому учёту, которые являлись бы аналогом МСФО (IAS) 19. При расчёте оплаты

труда работникам, способы начисления не делятся на краткосрочные и долгосрочные.

В табл.1 представлена сравнительная характеристика по учёту вознаграждений работникам в российских и международных стандартах [1].

Табл.1

Сравнительная характеристика по учёту вознаграждений работникам в российском и международном стандартах

Признак сравнения	Международные стандарты	Российские стандарты
1.Стандарты, регламентирующие правила учёта вознаграждений работникам	МСФО (IAS) 19, МСФО (IAS) 26	Не существует стандартов для учёта вознаграждений работникам, но ранее в Программе разработки федеральных стандартов бухгалтерского учета на 2016-2018 гг. планировалось ввести в действие с 2020 г. федеральный стандарт «Вознаграждения работникам»
2.Деление обязательств по оплате труда	Вознаграждения работникам подразделяются на долгосрочные и краткосрочные	В российском законодательстве нет подразделений на долгосрочные и краткосрочные
3.Применение дисконтированной и недисконтированной стоимости для оплаты труда	Долгосрочные вознаграждения отражаются по дисконтированной стоимости, а краткосрочные – по недисконтированной	Только недисконтированная стоимость применяется на практике
4.Пособия по нетрудоспособности и по уходу за ребёнком	Исходя из МСФО (IAS) 19, учёт вознаграждения работникам относятся на расходы текущего периода	Пособия начисляются из средств, отчисляемых на социальное, пенсионное и медицинское страхование
5.Счёт, используемый по объекту учёта	Каждая компания устанавливает свою систему счетов	Используется счёт 70 «Расчёты с персоналом по оплате труда»
6.Способ определения дисконтированной стоимости вознаграждения работникам	Используется метод актуарной оценки для определения дисконтированной стоимости	Не практикуется

7. Отражение вознаграждения работникам в отчётности	По каждой из четырёх групп раскрывается информация в финансовой отчётности	Задолженность перед персоналом раскрывается как в бухгалтерской (финансовой) отчётности, так и в налоговой
-----------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Таким образом, исходя из таблицы, можно сделать вывод, что в российском законодательстве нет аналогов и сходств с МСФО (IAS) 19 ни по одному признаку сравнения.

Проект ПБУ «Учет вознаграждений работникам» необходимо ввести и в российскую практику. Это облегчит и разъяснит правила учета пенсионных планов с установленными выплатами, долгосрочных вознаграждений и выходных пособий, которые рассчитываются по дисконтированной стоимости.

В РФ не используют учёт пенсионных планов с установленными выплатами, в следствие этого методика актуарных расчётов и оплата труда по дисконтированной стоимости не практикуется.

Расчёт по дисконтированной стоимости позволяет определить, какое количество денежных средств можно получить в разные временные периоды. Сумма денег, которую получаем сегодня, будет стоит дороже, чем если бы получили её в будущем. По-другому, деньги, получаемые сегодня, могут больше принести дохода в будущем после их инвестирования.

Методика актуарных расчётов позволяет выбрать наиболее эффективную схему финансовых взаимоотношений между страхователями и страховщиками, устанавливает тарифную ставку и даёт оценку и прогноз доходов в пенсионные фонды. Так же методика позволяет определить тенденции и закономерности развития любой страховой компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мизиковский Е.А., Дружиловская Т.Ю., Дружиловская Э.С. Международные стандарты финансовой отчетности и современный бухгалтерский учет в России : учебник // М. : Магистр : ИНФРА-М, 2017.- 560 с.
2. Дружиловская Э.С. Оценка вознаграждений работникам в российском и международном учете государственного и негосударственного сектора // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях, 2015. № 19 (379).- С. 2-9
3. Проект Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" от 28.06.2012. URL:<https://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/accounting/projects/> (дата обращения: 13.10.2017).
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 19 "Вознаграждения работникам" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 18.07.2012 N 106н) (ред. от 11.06.2015). URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_133865/ (дата обращения: 13.10.2017).

РАЗЛИЧИЯ СВОДНОЙ И КОНСОЛИДИРОВАННОЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Садовский Н.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Основной задачей бухгалтерской (финансовой) отчетности является предоставление достоверной и полной информации о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в финансовом положении. В современной российской экономической литературе и нормативных документах по бухгалтерскому учету и отчетности встречаются два понятия «сводная отчетность» и «консолидированная отчетность».

Сводная бухгалтерская отчетность - система показателей, отражающих финансовое положение на отчетную дату и финансовые результаты за отчетный период группы взаимозависимых обществ. Сводная отчетность составлялась в России в период плановой и на начальных этапах становления рыночной экономики в соответствии с недействующими на сегодняшний момент Методическими рекомендациями по составлению и представлению сводной бухгалтерской отчетности (Приказ Минфина РФ от 30.12.96 № 112) по формам, принятым организацией, с учетом типовых форм бухгалтерской отчетности. Указанная отчетность объединяла отчетность головной организации, ее дочерних обществ и включала данные о зависимых обществах [1]. При этом бухгалтерская отчетность дочернего предприятия включалась в сводную, если:

- головная организация обладала более 50% голосующих акций АО или более 50% уставного капитала ООО;
- головная организация имела возможность определять решения, принимаемые дочерним предприятием в соответствии с заключенным между указанными субъектами договором, а также в случае наличия у головной организации иных способов определения решений, принимаемых дочерним предприятием.

Данные о зависимых обществах включались в сводную отчетность, если головная организация имела более 20% голосующих акций АО или более 20% уставного капитала ООО [2].

В состав сводной годовой бухгалтерской отчетности, формируемой по российским стандартам, включались формы, установленные в качестве типовых для российских предприятий (бухгалтерский баланс; отчет о финансовых результатах (о прибылях и убытках) и приложения к ним).

В настоящее время, по мнению специалистов, термин «сводная отчетность» применителен к отчетности тех экономических образований, где отсутствует участие или влияние организаций друг на друга (вуз, организационно разделенный на филиалы, или строительный трест, состоящий из отдельных строительно-монтажных управлений). Другими словами, сводная отчетность составляется для группы организаций, принадлежащих на 100% одному собственнику [2]. По этой причине она формируется путем арифметического суммирования одноименных статей соответствующих отчетов материнской фирмы и ее дочерних предприятий.

В настоящее время в российских нормативных документах консолидированная финансовая отчетность (КФО) рассматривается в качестве самостоятельного вида отчетности. Она признается разновидностью бухгалтерской отчетности и предназначена для характеристики финансового положения и финансового результата деятельности группы хозяйствующих субъектов, основанной на отношениях контроля. Указанная отчетность составляется по нормам МСФО на основе данных индивидуальной бухгалтерской отчетности организаций, входящих в группу и позволяет представить финансовое положение и результаты деятельности группы в целом.

Группа включает материнскую компанию со всеми дочерними предприятиями. Также КФО компания составляет в случае наличия у нее ассоциированных, зависимых и совместных предприятий. Рассмотрим вариант, когда компания обязана представлять КФО, по причине наличия контроля над одной или несколькими другими компаниями, которые являются дочерними по отношению к этой материнской фирме. Материнская компания (инвестор) имеет контроль над объектом инвестиций (дочерней фирмой) только при одновременном соблюдении трех основных критериев контроля:

- у инвестора есть полномочия в отношении объекта инвестиций;
- инвестор подвергается рискам (например, кредитному риску), связанным с переменным доходом от участия в объекте инвестиций, или имеет право на получение переменного дохода (например, дивидендов) от участия в объекте инвестиций;
- инвестор имеет возможность использовать свою власть для оказания влияния на величину переменного дохода (изменять, поддерживать, защищать доходы).

В соответствии с Законом от 27.07.2010 N 208-ФЗ "О консолидированной финансовой отчетности" КФО обязаны составлять: кредитные организации;

страховые организации (за исключением осуществляющих деятельность исключительно в сфере ОМС); негосударственные пенсионные фонды; управляющие компании инвестиционных, паевых инвестиционных и негосударственных пенсионных фондов; клиринговые организации; федеральные государственные унитарные предприятия, перечень которых утверждается Правительством РФ; АО, акции которых находятся в федеральной собственности и перечень которых утверждается Правительством РФ; иные организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список.

В настоящее время, формируя консолидированную отчетность по МСФО, необходимо руководствоваться требованиями следующих стандартов, введенных приказом Министерства финансов № 217н, в частности:

- IFRS 3 «Объединения бизнесов»;
- IAS 27 «Отдельная финансовая отчетность»;
- IAS 28 «Инвестиции в ассоциированные организации и совместные предприятия»;
- IAS 32 «Финансовые инструменты: представление»;
- IFRS 7 "Финансовые инструменты: раскрытие информации";
- IFRS 10 «Консолидированная финансовая отчетность»;
- IFRS 11 "Совместное предпринимательство";
- IFRS 12 "Раскрытие информации об участии в других организациях".

КФО имеет в отличие от сводной иную цель – показать заинтересованным пользователям (в первую очередь – инвесторам) результаты хозяйственной деятельности группы взаимосвязанных организаций, юридически самостоятельных, но фактически являющихся единым хозяйственным организмом [1].

Основная особенность составления форм КФО – консолидирование данных и элиминирование отдельных показателей предприятий, входящих в группу, с целью исключения внутригрупповых остатков, доходов и расходов, а также других результатов внутригрупповых операций.

Процедура консолидации - это замещение первоначальной стоимости инвестиций в отчетности материнской компании тем, что эти инвестиции реально представляют, то есть долей материнской компании в чистых активах дочерней компании на отчетную дату, и гудвиллом, возникшем на дату покупки. При этом необходимо отметить зависимость консолидационных процедур от степени контроля инвестора.

Для элиминирования взаимных операций при формировании

материнской компанией КФО составляются специальные корректировочные таблицы, заполняемые на основании информации экономических субъектов, входящих в группу. Информация для элиминирования и формирования КФО также обобщается на специально открываемых учетных счетах.

Таким образом, ключевое различие между сводной бухгалтерской и консолидированной финансовой отчетностью состоит в том, что первая отчетность составляется путем объединения, суммирования одинаковых показателей отчетности участников группы организаций, а КФО - путем консолидации показателей отчетности участников группы, т.е. путем суммирования одинаковых показателей отчетности участников группы с одновременным исключением внутренних взаимосвязей и взаимоотношений между участниками группы.

Кроме различного алгоритма составления рассматриваемых видов отчетности их отличительными признаками являются: разная цель составления и обособленная нормативно-правовая база. Кроме того, сводная отчетность составляется в рамках одного собственника или для статистического обобщения, а консолидированная - несколькими собственниками по совместно контролируемому имуществу. Благодаря этому КФО представляет собой показатели деятельности как бы единой крупной организации, хотя участники группы организаций продолжают оставаться юридически самостоятельными и осуществляют свою хозяйственную деятельность часто не только внутри одной страны, но и на территории других государств и континентов, взаимодействуя и координируя деятельность между собой. Сводная отчетность может составляться внутри одного юридического лица на основании отчетных данных его подразделений и филиалов, выделенных на отдельный баланс, но не являющихся самостоятельными юридическими лицами и при наличии дочерних и зависимых обществ, для управленческих целей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Модеров С. Комбинированная финансовая отчетность и проформа финансовой отчетности // Финансовая газета. 2013. Вып. № 2.
2. Вахрушина М. Содержание и процедуры составления консолидированной финансовой отчетности // Международный бухгалтерский учет. 2011. № 15.
3. Литвиненко М. И. Консолидированная финансовая отчетность в соответствии с новыми стандартами // Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры: Изд-во Юрайт. 2017. 168 с.

МЕСТО ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА, ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИЧЕСКОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ

Судакова К.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Глубина, достоверность и объективность аналитических выводов обеспечиваются с помощью обработки различных источников информации отражающие события жизненного цикла экономического субъекта. Роль и место первичных документов в системе экономического анализа весьма существенны, так как в своей массе в ходе постоянных экономических преобразований, только с помощью них можно полно и достоверно отразить суть любой хозяйственной операции.

Систему информационного обеспечения представляет собой потоки различных данных (плановых, статистических, нормативных). Первичная документация, востребованная для анализа, собирается в рациональный поток в соответствии с тремя принципами.

Первый принцип — принцип объективности отражения содержательной стороны процессов производства — является основным принципом, который определяет порядок формирования информации в упорядоченный рациональный поток.

Большая часть первичных документов заполняется заинтересованными материально-ответственными лицами. Однако зачастую из-за трудоемкости процесса при проверке учётных данных, выявляется множество ошибок, недочетов приписок и даже подлога документов. Что в свою очередь ведет к нарушению к принципу объективности информации.

Так же, трудоемкость регистрации в первичных документах хозяйственных операций составляет почти половину затрат рабочего времени на выполнение всех учетно-контрольных функций.

Следующим принципом при формировании потока информации является принцип единства формирования аналитической информации, основа которого лежит в единстве и унифицированности всех источников первичной информации между всеми участниками экономического пространства.

Зачастую, первичная документация на схожих организациях одной и той же отрасли не унифицирована. Так же можно наблюдать отсутствие унификации первичных документов на предприятиях разных отраслей

народного хозяйства. Данный факт приводит к несопоставимости исходных данных, необходимых для анализа, на уровне национальной экономики.

Третий принцип — принцип обязательности обращения информации с высокой скоростью. Этот принцип предполагает относительно высокую скорость обмена между источниками и пользователями информации за счет применения новейших достижений теории коммуникаций и технических средств связи.

Поэтому использования технических средств обработки информации, значительно снижет потребность в затратах живого труда, и позволяет повысить правильность введенных исходных данных, делая более приемлемой их последующую обработку для целей группировки и сводки. В качестве примера таких технических средств обработки информации служит электронный документооборот, через операторов ЭДО.

В настоящее время существует два варианта организации системы электронного документооборота.

Первый способ предполагает заключение с контрагентами соглашения об электронном документообороте и обмениваться документами, подписанными электронной подписью через электронную почту или оператора ЭДО. Такой способ обработки первичных документов значительно ускоряет время отправки и получения учетной информации, однако не решает проблемы ее регистрации. В данном случае регистрация первичных документов будет осуществляться «в ручную».

Второй вариант - организовать электронный документооборот через спецоператора. Для этого организации необходимо присоединиться к регламенту обмена электронными документами, что дает возможность с контрагентами формализованными документами (для которых официально ФНС России утвердила формат) и неформализованными (договоры, контракты, соглашения, акты сверки). При этом регистрация всех полученных унифицированных документов может проходить в автоматическом режиме, что значительно сокращает затраты рабочего времени и снижает риск возможных ошибок при обработке таких документов.

Однако применение такого способа электронного документооборота возможно только в том случае, если участники данного обмена пользуются услугами одного спецоператора. В противном случае контрагенты могут столкнуться с проблемой синхронизации данных друг друга.

Для решения данной проблемы разработки различных платформ предлагают воспользоваться так называемым техническим роумингом. То есть

обменом юридически значимыми электронными документами между пользователями сервисов разных операторов. Хотя данная услуга требует дополнительных финансовых затрат со стороны клиента, так как процесс настройки роуминга проходит индивидуально для каждой стороны обмена.

Множество сложностей с технической и правовой сторон настройки процесса создали условия для появления новых участников процесса – роумингово центра (РЦ) от стороннего разработчика. На данный момент

Ведется активная работа по заключению соглашений между различными операторами ЭДО России. Документооборот в рамках РЦ уже действует внутри таких операторов, как: АО «ПФ «СКБ Контур», ООО «КОРУС Консалтинг СНГ», ООО «Такском» и ООО «Компания «Тензор», ООО «КОРУС Консалтинг СНГ», ООО «Э-КОМ», ООО «АРГОС», ООО «ДИРЕКТУМ» и другие.

Одновременно в опытно-промышленную эксплуатацию был запущен роуминговый центр от ПАО «Ростелеком». На текущем этапе открытая технологическая платформа, обеспечивает защищенный информационный обмен при выставлении и получении счетов-фактур контрагентов - клиентов операторов ЭДО. Платформа осуществляет такие функции как: пересылка электронных документов в соответствии с настроенными транспортными маршрутами, формирование квитанций на каждом этапе маршрута, сервисы проверки статуса участника, хранение и предоставление информации для разбора спорных ситуаций.

Имея представления о современных способах обработки и передачи различных источников информации между экономическими субъектами можно увидеть ряд положительных тенденций. Данные технологии позволяют в несколько раз увеличить скорость передачи и качество регистрации учетных данных для их дальнейшего анализа, экономии рабочего времени сотрудников за счет автоматизации процесса работы с электронным документооборотом. Однако при практическом применении можно столкнуться с множеством проблем связанные с выгрузкой, загрузкой и синхронизацией данных между разными информационными платформами. Для устранения возможных неполадок и ошибок компании необходимо прибегать к помощи высоко квалифицированных специалистов в области информационных технологий, а так же нести определенные финансовые затраты. Все вместе не позволяет полностью реализовать три основных принципа рационального потока информации.

Однако все возрастающая потребность в усовершенствующей, качественной, быстрой и безопасной передаче различных видов экономической информации открывает новые возможности для ее реализации. Такой технологией в недалеком будущем может стать - технология Блокчейн (в пер. с англ. «цепочка блоков»).

Система блокчейн — подразумевает распределенную базу данных, способную хранить информацию всех транзакций, осуществлённых участниками системы. Вся информация записывается поэтапно и в конце имеет вид цепочки блоков. В последующем полный доступ к реестру данных есть у всех пользователей блокчейна. Благодаря этому каждый участник выступает коллективным нотариусом, подтверждающий достоверность данных в базе.

Данная технология по мнению многих экспертов имеет огромные возможности в различных сферах деятельности и в будущем может изменить устоявшиеся бизнес-процессы. Но пока, блокчейн только набирает популярность и многие проекты связанные с ее использованием остаются экспериментальными. Но на что стоит точно обратить внимание, это способность защитить данные сделав их более доступными и прозрачными для пользователь. К тому же, при использовании данной системы можно минимизировать время и затраты, на устранение различных видов ошибок.

Несмотря на то, что блокчейн был создан для запуска в обращение биткойна, и управления криптовалютами, сейчас все чаще можно услышать о его возможном применении в других отраслях. Например, в бухгалтерском учете; аудите; банковских операциях; мониторинге; финансовом учете; управлении рисками; управленческом учете.

А за счет необратимости и неизменности криптографической системы защиты, данная технология может привести к более «прозрачным» взаимоотношениям между субъектами и борьбе с мошенничеством.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Весилицкий О.И. Вопросы роуминга электронного документооборота. [Электрон.ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24295873>
2. Приказ Минфина России от 10.11.2015 N 174н «Об утверждении Порядка выставления и получения счетов-фактур в электронной форме по телекоммуникационным каналам связи с применением усиленной квалифицированной электронной подписи» (Зарегистрировано в Минюсте России 18.02.2016 N 41145). [Электрон.ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194368/
3. Цацулин А.Н. Экономический анализ: Учеб. для вузов 2-е изд., исправленное и дополненное. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2014 – 704 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов»)

4. Федеральный закон от 06.04.2011 N 63-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «Об электронной подписи». [Электрон.ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_112701/

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗЕРВОВ НА ОПЛАТУ ОТПУСКОВ В БУХГАЛТЕРСКОМ И НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ

Сухова Т.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Аннотация: В статье рассмотрены особенности формирования оценочных обязательств по предстоящим расходам на оплату отпускных в налоговом и бухгалтерском учете. В работе выявлены отличия при формировании данного резерва в бухгалтерском и в налоговом учете, а также рассмотрены основные применяемые методики при создании оценочного обязательства по отпускам. В статье анализируются различные мнения авторов публикаций, затрагивающих проблемные вопросы формирования оценочных обязательств по предстоящей оплате отпускных.

Ключевые слова: анализ, резервы на оплату отпусков, бухгалтерский учет, налоговый учет

В соответствии с ПБУ 8/2010 резервы на оплату отпусков признаются оценочными обязательствами. В бухгалтерском учете такие обязательства подлежат обязательному формированию (кроме организаций, применяющих упрощенные способы ведения бухгалтерского учета и составления отчетности). В налоговом учете организации формируют резерв в добровольном порядке (только организации, применяющие метод начисления).

Целью формирования резерва в налоговом учете является равномерное распределение предстоящих расходов. В то время как в бухгалтерском учете – признание обязательств. Если в учетной политике организации для целей налогообложения не предусмотрено формирование данного резерва, то в момент начисления суммы оценочного обязательства по отпускным признается отложенный налоговый актив, который списывается при начислении сумм оплаты отпусков [1, с. 225].

Еще одним отличием при формировании оценочного обязательства в налоговом и бухгалтерском учете является требование к определению порядка величины резерва. Так, в бухгалтерском учете резерв на оплату отпусков должен отражать наиболее достоверную оценку расходов, необходимых для расчетов по этому обязательству. В налоговом учете рассчитывают сумму

ежемесячных отчислений в резерв на основании фактических расходов на оплату труда за месяц и процента отчислений в резерв.

Также стоит отметить, что суммы превышения начисленных отпускных в бухгалтерском учете относятся непосредственно на соответствующие счета учета затрат, а в налоговом - признаются в качестве самостоятельных расходов только по итогам года на основании проведенной инвентаризации.

Так как в бухгалтерском учете нормативно не закреплён порядок расчета оценочного обязательства, организация разрабатывает его самостоятельно. Ниже приведены основные методики расчета резерва, предложенные различными авторами.

Могильда А. П. и Прищепа Л. В. рассматривают 2 методики [2, с. 24]. Согласно первой методике резерв рассчитывается исходя из среднего дневного заработка работников, а именно: рассчитывается суммарное количество дней отпуска, рассчитывается средний дневной заработок, определяется сумма оценочного обязательства для каждой группы работников. Сумма резерва на оплату отпусков по группе работников равна сумме среднего дневного заработка по группе работников, суммарного тарифа обязательных страховых взносов, среднего дневного заработка по группе работников умноженной на суммарное количество дней отпуска. Вторая методика предполагает расчет отчислений в резерв, исходя из доли расходов работников на отпускные в каждой группе в общей сумме расходов на оплату труда. Для этого находят норматив отчислений в резерв на 31 декабря предыдущего года, который рассчитывается как отношение суммы расходов на оплату отпусков и выплаты компенсаций за неиспользованный отпуск группы работников за предыдущий год к сумме расходов на оплату труда группы работников за предыдущий год. Далее рассчитывается сумма резерва на каждую отчетную дату текущего года, которая равна сумме заработной платы, начисленной работникам группы в текущем периоде (месяце, квартале, году) и страховых взносов, начисленных на заработную плату работников группы в текущем (месяце, квартале, году) умноженной на норматив отчислений в резерв на оплату отпусков по группе работников.

Хромова И.Н. и Татиевская К.А. предлагают закрепить в учетной политике следующие методики формирования резерва [3, с. 257]. 1 методика предусматривает создание резерва в начале года на все суммы отпускных за весь «годовой отпуск» и тогда резерв будет рассчитываться по следующей формуле:

$$\text{Резерв} = (\text{Ср. дн. ОТ} + \text{Ср. дн. ОТ} * \text{Т}) * 28 \text{ дн.}$$

В соответствии со 2 методикой предлагается создание резерва исходя из количества неиспользованных дней оплачиваемого отпуска, заработанного работником на конец каждого месяца. Формула выглядит следующим образом:

$$\text{Резерв} = (\text{Ср. дн. ОТ} + \text{Ср. дн. ОТ} * T) * \text{Кдн.}$$

В налоговом учете при формировании резерва сначала определяется процент отчислений в резерв как отношение предполагаемой годовой суммы на оплату отпусков к предполагаемому годовому фонду на оплату труда; затем величина резерва определяется умножением рассчитанного процента на сумму начисленной заработной платы по всем работникам с учетом сумм страховых взносов. Рассмотрим применение данной методики на примере.

Предприятие ООО «Росток» планирует, что затраты на оплату труда в 2017 году составят 480500 рублей. Страховые взносы 145111 рублей. За 2016 год ООО «Росток» была выплачена заработная плата сотрудникам в размере 4850600 рублей. Среднесписочная численность работников – 42 человека. Процент отчислений в резерв составит: $(480500 + 145111) / 4850600 = 12,90 \%$. Таким образом, сумма отчислений в резерв будет рассчитываться как произведение фактических расходов на оплату труда за месяц и процента отчисления в резерв (12,9%).

Формирование оценочных обязательств по отпускам вызывает немало сложных вопросов. Рассмотрим некоторые утверждения авторов, исследовавших данную тему.

Так, Дружиловская Т.Ю. утверждает, что в публикациях, посвященных вопросам начисления оценочных обязательств по оплате отпусков практически всюду существует неоднозначность и дискуссионность применяемых методик. [4, с. 9].

Ефремова А.А. наиболее точной оценкой резерва считает оценку отдельно по каждому сотруднику, однако для этого требуется исчисление его среднедневной заработной платы [5, с. 88].

А. М. Пронина и М. И. Чумаченко также, как и Ефремова АА считают, что при учете количества дней отпуска (основного и дополнительного), не использованных работником по состоянию на отчетную дату, и величины среднего дневного заработка работника можно достичь наибольшую достоверность величины оценочного обязательства по состоянию на отчетную дату [6]

Волкова И.Н. в своей статье отмечает, что из возможных методов определения величины оценочного обязательства наиболее трудоемким является метод обязательства, который определяется путем умножения

среднедневной заработной платы каждого работника на количество заработанных дней отпуска на конец месяца [7, с. 74].

Согласно рекомендациям Бухгалтерского методологического центра МР-1-КПТ "Оценочные обязательства по расчетам с работниками" обязательства по оплате отпусков и выплате вознаграждений по итогам работы за год признаются в бухгалтерском учете по состоянию на каждую отчетную дату. По мнению Серебряковой Т.Ю. создавая обязательства под отпускные выплаты по каждому работнику, можно столкнуться с необходимостью производить немислимые расчеты по каждому отдельному работнику на конец каждого месяца [8, с. 25].

Сложность таких расчетов заключается еще в том, что обязательство по каждому работнику пересчитываются на каждую отчетную дату, поскольку данные, от которых оно зависит изменяются, при этом работник может использовать свой отпуск по частям, что приводит к необходимости корректировок не только накопления обязательств, но и их использования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мизиковский И.Е., Поликарпова Е.П. Различия требований нормативного регулирования бухгалтерского учета и налогообложения по формированию и использованию резервов // В сборнике: Актуальные проблемы экономики и бухгалтерского учета Сборник научных статей. 2017. С. 222-227.
2. Могильда А.П., Прищепа Л.В. Современные методики формирования резерва на оплату отпусков в бухгалтерском учете // В сборнике: Новые реалии в инновационном развитии экономической мысли Сборник научных статей по итогам V Международной научно-практической конференции. 2017. С. 23-26.
3. Хромова И.Н., Татиевская К.А. Порядок формирования резерва на оплату отпусков в бухгалтерском и налоговом учете // Символ науки. 2016. № 12-1 (24). С. 255-259.
4. Дружиловская Т.Ю. Оценочные обязательства и резервы: трактовка и проблемы учета в системах российских и международных стандартов // Международный бухгалтерский учет. 2016. № 21 (411). С. 2-18.
5. Ефремова А.А. Резерв на оплату отпусков не отменяется, но работает по-новому // Бухгалтерский учет. 2011. № 8. С. 88–91
6. Пронина А.М., Чумаченко М.И. Формирование и учет оценочных обязательств по оплате отпусков // Бухгалтерский учет. 2017. № 6. С. 111-118
7. Волкова И.Н. Формирование и отражение в бухгалтерском учете оценочных обязательств по оплате отпусков // Молочнохозяйственный вестник. 2014. № 2. С. 73–78.
8. Серебрякова Т.Ю. Стандартизация учета оценочных обязательств в российских и международных стандартах и практические вопросы применения при аудите бухгалтерской (финансовой) отчетности // Аудитор. 2017. Т. 3. № 5. С. 24-32.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ - ИНФОРМАЦИОННАЯ ОСНОВА ТАКТИЧЕСКИХ И СТРАТЕГИЧЕСКИХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Тремасова И.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях рыночной экономики коммерческие предприятия, независимо от сферы и масштабов деятельности, крайне нуждаются в оперативной и релевантной аналитической информации, характеризующей рациональность использования ресурсов в бизнес-процессах и в целом - рентабельность финансово-хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования. Задачи формирования такой информации во многом могут быть решены в системе управленческого учёта, о чём свидетельствует существующая практика экономически развитых стран [1].

Управленческий учёт охватывает все виды информации, которая собирается, систематизируется и передаётся для внутреннего использования менеджменту предприятия с целью подготовки соответствующих обоснованных управленческих решений. Значение состава и качественных характеристик указанной выходной информации системы управленческого учета приобретает ключевую значимость в условиях хозяйственной самостоятельности предприятий, включающей экономическую и юридическую ответственность за результаты деятельности.

Несмотря на то, что толкование термина "управленческий учет" в специальной литературе до сих пор является предметом дискуссий, при определении его функций различными авторами используется схожая формулировка основной цели данного вида учета - обеспечение менеджмента предприятия информацией, необходимой для подготовки оперативных (тактических) и перспективных (стратегических) управленческих решений [1].

Возникший относительно недавно, но уже сформировавшийся в активно развивающуюся область научных исследований стратегический учет трактуется как направление управленческого учета, в рамках которого формируется информационное обеспечение принятия стратегических управленческих решений менеджерами организации на основе оценки показателей, характеризующих состояние внешней и внутренней среды деятельности экономического субъекта. Управленческий учет, ориентированный в целом на информационное обеспечение оперативных (тактических) решений, принято

называть традиционным [2] или тактическим управленческим учетом [3]. Стратегический учет предназначен для информационного обеспечения стратегических управленческих решений, в связи с чем ассоциируется с понятием «стратегический управленческий учет».

Таким образом, ключевым фактором в дифференциации тактического и стратегического управленческого учета выступает состав принимаемых на основе этой информации решений заинтересованными внутренними пользователями. Различия между тактическими и стратегическими решениями систематизированы в таблице.

Таблица -Различия между тактическими и стратегическими управленческими решениями

Область сравнения	Тактические управленческие решения	Стратегические управленческие решения
масштаб действия	являются однопрофильными	являются многопрофильными
продолжительность времени действия	являются краткосрочными или среднесрочными	являются долгосрочными
целевая ориентированность	направлены на достижение единственной конкретной цели	определяют сразу несколько целей
объем информации	опираются на точную, достоверную информацию	принимаются в условиях наличия ограниченной информации
частота принятия решения	регулярно на различных уровнях управления	принимаются только при необходимости
уровень принятия решения	принимаются низшим и средним звеном структуры управления	принимаются только высшим управленческим звеном

Масштаб действия принимаемых управленческих решений связан с числом областей, затрагиваемых ими. Тактические решения влияют на определенный участок деятельности предприятия, стратегические влияют на все сферы его финансово-хозяйственной деятельности (финансовую, инвестиционную, производственную, сбытовую, социальную и присущие этим сферам деятельности бизнес-процессы).

Продолжительность времени действия стратегических решений обычно определяются в течение среднесрочного и (или) долгосрочного периода. При

принятии тактического решения время и окружение заранее заданы, они представляют собой постоянные величины, в пределах которых менеджмент принимает решения на основе имеющейся информации о ресурсах, рыночных нишах, конкурентах, контрагентах, технологиях и т.п. Подготовка стратегического управленческого решения основывается на предположении, что время и окружение считаются переменными величинами. При этом выбор факторов внешней среды и горизонта действия является ключевым аспектом, находится в центре стратегического решения.

Тактическое управленческое решение ориентировано на достижение единственной, как правило, строго определенной цели. Стратегические решения направлены на достижение сразу несколько целей (например, относительно производственной сферы – точка безубыточности, уровень рентабельности, заданная норма прибыли и т.п.). Каждая из них формулируется с разной степенью точности. Менеджер с учетом своего профессионального суждения самостоятельно определяет последовательность достижения указанных целей, тем самым ранжируя их [3].

В специальной литературе встречается мнение: «Чем более важное решение принимается, тем меньше информации имеется» [к примеру, 3]. Стратегическое решение принимается в условиях наличия ограниченной информации, которая носит весьма обобщенный характер. Тактическое управленческое решение опирается на точную, достаточно достоверную информацию, поэтому даже хорошо подготовленное стратегическое решение объективно содержит определенную долю риска.

Необходимо подчеркнуть связь между иерархическим уровнем и частотой принятия анализируемых управленческих решений: тактические решения по текущим вопросам принимаются регулярно на различных уровнях управления, стратегические — на высшем уровне, при этом они часто становятся причиной внесения корректировок в стратегические планы, определяющие перспективные направления развития предприятия [2].

Определив отличительные признаки тактических и стратегических решений, необходимо установить их состав. К числу основных областей тактических решений относятся:

1. эффективное использование производственных ресурсов и их рациональное распределение по структурным подразделениям, видам производств, бизнес-процессам;
2. формирование ассортимента производимой продукции и ценовой политики предприятия;

3. эффективное использование производственных мощностей;
4. прекращение, продолжение, расширение или сокращение производственной деятельности;
5. максимизация прибыли или минимизация убытков в краткосрочном периоде;
6. определение рынков сбыта продукта труда.

В составе основных стратегических решений рассматриваются решения относительно:

1. сокращения затрат под воздействием окружающей среды (контрагенты, конкуренты, конъюнктура рынка, региональные особенности, нормативное регулирование) и жизненного цикла продукта труда;
2. выбора корпоративной стратегии;
3. формирования собственной рыночной ниши в условиях конкуренции;
4. оценки стратегических партнеров;
5. анализа инвестиционной привлекательности альтернативных проектов;
6. стратегического (долгосрочного) ценообразования.

Для принятия указанных решений необходимо соответствующее информационное обеспечение, которое, помимо вышеуказанной учетной системы предприятия, формируется и средствами системы планирования (бюджетирования). С точки зрения учетной информации основой для принятия тактических управленческих решений является тактический управленческий учет, который в целом ориентирован на выявление узких мест в деятельности предприятия и краткосрочное бюджетирование. Основными средствами принятия стратегических управленческих решений является стратегическое планирование, а также стратегический управленческий учет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Варпаева И.А., Гришина О.В. Формирование и использование информационного фонда системы управленческого учета инвестиционной деятельности //Международный бухгалтерский учет. - 2015. - N 20. – С.1 - 24
2. Иванова Ж.А. Проблемы управленческого учета и пути их решения//Международный бухгалтерский учет. – 2015. - N 45. С. 1 - 5
3. Керимов, В.Э. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / В.Э. Керимов. - М.: Дашков и К, 2012. – С. 1 - 484

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО БУХГАЛТЕРА: СЛОЖНОСТИ НДС

Харламова Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы применения вычетов по НДС обусловлена чрезмерным контролем со стороны фискальных органов за правомерностью исчисления налога, что создало ряд проблем у бухгалтеров.

Налог – это обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, принудительно взимаемый органами государственной власти с организаций и физических лиц, в целях финансового обеспечения деятельности государства и муниципальных образований [1, ст. 8].

В настоящее время косвенные налоги являются одним из основных источников формирования доходной части федерального бюджета. Именно поэтому налоговый орган осуществляет чрезмерный контроль за правильным исчислением данных налогов.

В соответствии с данными, приведёнными на официальном сайте ФНС, в январе-июле 2017 года сумма поступившего налога на добавленную стоимость в федеральный бюджет РФ составила 35% всех поступлений (рис.1). В федеральный бюджет в январе 2017 года поступило 1 827.2 млрд. рублей налога на добавленную стоимость на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации, или на 16.1% больше, чем в январе-июле 2016 года [2].

Таким образом, один из основных источников поступлений в федеральный бюджет является налог на добавленную стоимость. Соответственно, к величине поступлений НДС такое пристальное внимание со стороны фискальных органов.

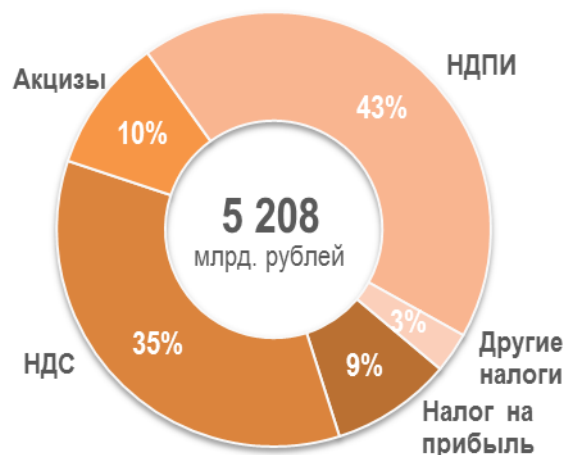


Рис. 1. Структура доходов федерального бюджета
в январе-июле 2017 г.

Налогоплательщики НДС определены законодательством РФ в сфере налогообложения [1, ст. 143]. Думаю, что следует о налогоплательщиках сказать более подробно. Первичным документом при учёте налога являются счёт-фактура. В соответствии со статьей НК РФ, сумму исчисленного налога можно уменьшить на налоговые вычеты [1, ст. 171]. В большинстве случаев, налоговыми вычетами НДС являются суммы НДС, которые поставщики и подрядчики указали в счетах-фактурах на приобретённые организацией материалы, товары, работы или услуги.

С 2015 года контроль за правомерностью применения налоговых вычетов НДС усилился. С изменениями в законодательстве и появлением новых требований к прозрачности данного налога возникли проблемы у бухгалтеров. Теперь декларации НДС в электронном виде загружаются в единую базу ФНС. Сначала программа ФНС проверяет контрольные соотношения между разными строками декларации. На втором этапе программа ФНС сопоставляет показатели деклараций разных налогоплательщиков. А именно сумму вычета НДС, которую заявляет покупатель по конкретному счёту-фактуре, программа сравнивает с налогом, который начислил продавец по этому документу. Если вычет налога у покупателя меньше или равен начисленному НДС у поставщика, проблем не будет. Если же вычет больше начисленного налога, инспекторы запросят пояснения. Помимо суммы вычета, ФНС сравнивает номера и даты счетов-фактур. При любых расхождениях в сведениях книги продаж продавца и книге покупок покупателя, инспектора направляют требование о представлении пояснений и документов как продавцу, так и покупателю, ответить на которое, как правило, необходимо в течение 5 рабочих

дней [3, п.1]. Непредставление пояснений может грозить покупателю доначислением суммы НДС к уплате и штрафом, а также блокировкой расчетного счета.

Поводом для доначисления суммы НДС к уплате во время выездных и камеральных налоговых проверках, может послужить неправильное оформление счёта-фактуры и ошибки при его заполнении. Поэтому бухгалтеру следует тщательно проверять все полученные счета-фактуры и при обнаружении ошибок, необходимо немедленно сообщить об этом контрагенту и запросить исправленный документ.

Рассмотрим ошибки, которые можно встретить в счетах-фактурах и к каким последствиям они могут привести.

При отгрузке продукции (оказании работ или услуг), поставщик передает покупателю первичные документы. Счёт-фактура не может быть выставлен ранее даты отгрузки (окончательным выполнением работ, услуг), указанной в товарной накладной (акте). Это является грубой ошибкой, которая приведет к отказу в вычете НДС. Если же счёт-фактура выставлен в течение 5 дней с даты отгрузки, то это не будет являться нарушением.

Наименование продавца и покупателя в строках 2 и 6 счёта-фактуры должно соответствовать учредительным документам. ИНН и КПП продавца и покупателя в строках 2а и 6а строго должны быть указаны верно. Неверные сведения в этих строках могут не позволить ФНС идентифицировать налогоплательщика, что может привести к неблагоприятным последствиям.

Адрес продавца и покупателя в строках 2а и 6а счёта-фактуры должны быть указаны полностью (индекс, область, город, улица, дом, корпус, помещение, офис), в соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ. Раньше допускалось указание фактического, почтового адреса, но с 01.10.2017 г. это не допустимо.

В строке 7 неправильное указание кода и наименования валюты является основанием для отказа в вычете НДС. Контролирующие ведомства квалифицируют такое нарушение как ошибку, не позволяющую правильно определить стоимость товаров (работ, услуг, имущественных прав) и сумму предъявленного НДС.

Существенной ошибкой также будет являться неверное указание в графе 7 счёта-фактуры ставки налога. Например, если товар облагается налогом по ставке 18%, а в графе указано 10%. Также следует проверять соотношения граф 5, 7, 8 и 9, так как арифметические ошибки в них не допускаются.

Чтобы избежать проблем с НДС, следует работать только с проверенными поставщиками и подрядчиками. Если контрагент по каким-либо

причинам не покажет в книге продаж НДС, который организация предъявит в своей книге покупок, то в бюджет сумма налога не поступит, соответственно налоговый орган после проведения камеральной проверки доначислит организации данную сумму. В настоящее время существует много сервисов по проверке контрагента, поэтому при работе с новыми поставщиками и подрядчиками, следует их проверять.

Таким образом, в связи с тем, что контроль за правомерностью исчисления НДС значительно увеличился за последние годы, а доначисление НДС составляет немаленькие суммы и сильно ударяет по бюджету организации, бухгалтеру следует внимательнее проверять правильность оформления полученных счетов-фактур и в случае обнаружения ошибок немедленно запрашивать у контрагента новый правильный документ. Немаловажно и то, что перед сдачей НДС следует проверять все полученные счета-фактуры по книге покупок, так как вероятность собственных ошибок при проведении данных документов тоже существует. Это позволит своевременно исправить имеющиеся ошибки и не допустить их в налоговой декларации по налогу на добавленную стоимость.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: Часть вторая от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2017).
2. Федеральная налоговая служба. Налоговая аналитика. <http://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm>
3. Постановление Правительства РФ от 26.12.2011 N 1137 (ред. от 19.08.2017) «О формах и правилах заполнения (ведения) документов, применяемых при расчетах по налогу на добавленную стоимость».
4. Система «Главбух».

Секция 1. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

СТАНДАРТИЗАЦИЯ ОКАЗАНИЯ СОБЫТИЙНЫХ УСЛУГ

Болонкина В.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского

В современных условиях развитие бизнеса крупных российских компаний осуществляется при содействии event-агентств, которые оказывают событийные услуги по проведению деловых конференций, семинаров, презентаций, съездов дилеров и дистрибьюторов, тест-драйвов и прочих мероприятий. Организации малого и среднего бизнеса также сотрудничают с event-агентствами в рамках проведения дней клиента, открытия дополнительных офисов, магазинов и иных точек обслуживания покупателей. В перечне услуг, которые оказывают такие компании, не только разработка творческой концепции мероприятия и его сценария, но и оформление места проведения, подбор и приглашение ведущих и артистов, фотографов и видеографов, встреча и размещение гостей, изготовление сувенирной продукции, организация развлекательных активностей для посетителей, банкетного обслуживания и многие другие услуги, которые поручает оказать event-агентству компания-заказчик.

Событийные услуги – новое направление в российском бизнесе, которое берет свое начало в середине нулевых годов. Несмотря на широкую востребованность таких услуг современными компаниями, деятельность event-агентств пока не получила государственной регламентации в форме издания федеральных законов и Постановлений Правительства Российской Федерации, регулирующих статус исполнителей услуг, определяющих порядок их взаимодействия с заказчиками как, например, регламентирована деятельность операторов связи [1], гостиниц [2], предприятий жилищно-коммунальной сферы [3] и некоторых других. Конечно, в процессе оказания событийных услуг должны соблюдаться требования законности, не попираются нравственность, а также гарантироваться безопасность посетителей мероприятий [4].

Несмотря на то, что нередко заказчиками услуг по проведению массовых мероприятий являются государственные органы и органы власти муниципальных образований, стандартов оказания событийных услуг на государственном уровне пока еще не выработано, даже в рамках подготовки торжеств, связанных с Чемпионатом мира по футболу 2018 года, который будет проводиться в Российской Федерации. Практика проведения аналогичных мероприятий за границей показывает, что разработанные в их преддверии стандарты носят всеобъемлющий характер и из государственных могут переходить в международные. Например, в преддверии Олимпийских игр 2012 года в Лондоне Британским институтом стандартов BSI был разработан Стандарт проведения мероприятий BS 8901, основанный на подходе PDCA, известном как цикл Деминга-Шухарта (планируй – осуществляй - проверяй – корректируй) и применяемом во всех современных стандартах систем менеджмента. Указанный стандарт проведения мероприятий ввел критерии выбора площадок и развлекательных активностей для посетителей, систематизировал управление цепочками поставок, операционные процедуры по проведению закупок, построение логистических схем и прочие вопросы. На основе Стандарта проведения мероприятий BS 8901 Техническим комитетом ТК 250 Международной Организации по Стандартизации (ISO, International Organization for Standardization) был разработан Стандарт ISO 20121:2012 "Системы менеджмента устойчивости событий. Требования и руководство по применению", основной целью принятия которого является повышение устойчивости бизнеса организаторов мероприятий всех видов – спортивных, деловых, культурных, политических [6]. Реализация нового стандарта ISO 20121 упрощена тем, что он основан на проверенных стандартах системы управления, таких как ISO 9001 (менеджмент качества) и ISO 14001 (экологический менеджмент). Однако особенности российского законодательства, связанные, например, с жесткой регламентацией проведения процедур закупки товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд, не позволяет использовать этот стандарт в полном объеме.

Поскольку оказание событийных услуг – представляет собой деятельность, направленную на достижение результата, ценность которого определяется самим заказчиком этих услуг, требования к подрядчикам, критерии оценки качества их услуг и стандарты оказания услуг часто формулируют сами заказчики. Крупные международные компании, сотрудничающие с российскими event-агентствами, например, «Castrol» [5],

«Samsung»[7] и многие другие, установили процедуры взаимодействия с поставщиками таких услуг, в том числе порядок выбора поставщика, согласования договорной цены, взаимодействие в рамках подготовки мероприятий, критерии оценки деятельности event-агентства и прочее. По пути формализации процедуры закупок и взаимодействия с event-агентствами в рамках подготовки и проведения мероприятий идут и крупные российские компании, в том числе «РЖД» [8], «Роснефть» [9], «Газпром» [10], «Лукойл» [11].

Стандарты оказания событийных услуг устанавливают не только заказчики таких услуг, но и сами исполнители. В таких стандартах обслуживания клиентов event-агентства отражают не только ценности, провозглашенные в рамках корпоративной культуры, но и задают конкретные параметры поведения работников. Корпоративные стандарты работы с клиентами крупных event-агентств - это комплекс точно сформулированных, утверждённых и обязательных для исполнения принципов, правил и технологий работы с клиентами, которые призваны гарантировать высокий уровень качества оказываемых услуг.

Разработка и внедрение стандартов обслуживания клиентов event-агентства включают в себя три этапа: формирование стандарта; его внедрение и контроль выполнения.

В рамках разработки стандартов обслуживания клиентов при оказании событийных услуг по проведению мероприятий различного формата event-агентство «Relanta» развивало идеи, сформулированные в миссии и ценностях компании, отражающих способность команды агентства найти компромисс между деловыми целями, которые стремиться достичь клиент посредством проведения мероприятия, его желаниями и возможностями: «Любое корпоративное мероприятие служит определенным бизнес-целям, поэтому разрабатывая его концепцию и формируя бюджет, мы, прежде всего, ориентируемся на поставленные коммерческие задачи. Мы слышим, понимаем и чувствуем заказчика, поэтому результат всегда оправдывает, а зачастую превосходит ожидания» [12]. Принципы работы организации: стремление наиболее эффективно использовать имеющиеся ресурсы при оказании услуг, привлечение к их оказанию команды профессионалов, - также легли в основу корпоративных стандартов оказания услуг, закрепленных в следующих внутренних документах: Кодексе корпоративного поведения, Правилах внутреннего трудового распорядка; должностных инструкциях.

Выработанные корпоративные стандарты обслуживания проявляются в

привлечении event-агентством на работу только таких специалистов, которые поддерживают его ценности, и являются базой корпоративного обучения.

Основной целью разработки корпоративных стандартов обслуживания заказчиков event-агентствами является обеспечение компании стратегического конкурентного преимущества. Ведь нередко наличие стандартов обслуживания служит заказчикам гарантией того, что независимо от того, с кем именно из сотрудников event-агентства он общается, ему будет предоставлено обслуживание «фирменного» качества, которое присуще данному поставщику. Это обстоятельство и обуславливает их значимость.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 07.07.2003 N 126-ФЗ (ред. от 07.06.2017) "О связи" // СПС КонсультантПлюс.
2. Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 N 354 (ред. от 09.09.2017) "О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов" (вместе с "Правилами предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов") // <http://www.consultant.ru>
3. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации" // <http://www.consultant.ru>
4. Приказ Министерства внутренних дел Российской Федерации от 25 июня 2011 г. N 724 «Об утверждении Положения об Управлении по обеспечению безопасности крупных международных и массовых спортивных мероприятий Министерства внутренних дел Российской Федерации» // <http://www.consultant.ru>
5. «Castrol»: наши политики. Режим доступа: https://www.castrol.com/ru_ru/russia/about-us/safety-and-environment.html (дата обращения: 19.11.2017).
6. ISO 20121 - Sustainable events. Режим доступа: <https://www.iso.org/ru/home.html> (дата обращения: 19.11.2017).
7. Samsung team of empowered partners. Режим доступа: <http://www.samsung.com/ru/business/step/> (дата обращения: 19.11.2017)
8. Планируемые закупки. Режим доступа: <http://www.rzd.ru/doc/public/ru> (дата обращения: 19.11.2017).
9. «Роснефть – нефтяная компания». Режим доступа: <http://zakupki.rosneft.ru/files/zakup/45918/2016-11/271710/docs/> (дата обращения: 19.11.2017)
10. ПАО «Газпром». Корпоративные стандарты. Режим доступа: <http://sotsinvest.gazprom.ru/d/textpage/4c/76/sto-gazprom-18000.1-001-2014.pdf> (дата обращения: 19.11.2017).
11. «Лукойл»: Программа и корпоративные стандарты. Режим доступа: <https://csr2015-2016.lukoil.ru/standards> (дата обращения: 20.11.2017).
12. Relanta: об агентстве. Режим доступа: <http://relanta.ru> (дата обращения: 20.11.2017).

ВЛИЯНИЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ FIFA 2018™ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Визгалова А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Главное мероприятие событийного туризма следующего года - Чемпионат мира по футболу FIFA 2018™, который впервые пройдет в России. Подготовка нашего города к 2018 году началась несколько лет назад. Тогда были приняты и утверждены основные стратегии развития и популяризации данного мероприятия на территории нашего города. С того времени проделано уже немало работы. Город преобразуется на глазах.

Изменения коснулись практически всех сфер.

1. Имидж города.
2. Развитие инфраструктуры города.
3. Появление новых туристических маршрутов и объектов привлечения туристов.
4. Повышение уровня подготовки персонала, новая система аккредитации.

1. Имидж города.

С того момента, как стало известно, что Нижний Новгород станет одним из городов организаторов, активно началась политика продвижения города в туристическом плане: был создан футбольный логотип, символика с городскими достопримечательностями и наиболее важными объектами. На главной площади города появились буквы «Russia 2018». Наконец-то утвердили туристический бренд города, который сейчас можно увидеть на флажках, развешенных по всему городу, или на железных люках по улицам города. Командой FIFA было снято несколько видео-роликов о городе (Russia 2018 Magazine- My Nizhny, NIZHNY NOVGOROD - 2018 FIFA World Cup™ Host City, Russia 2018 Magazine - Inside famous Russian Dolls, Russia 2018 Magazine_ Nizhny Novgorod Stadium update) и его туристических достопримечательностях.

2. Развитие инфраструктуры города.

Всего к чемпионату мира в городе будет построено более 50 инфраструктурных объектов. Главным спортивным инфраструктурным объектом является «Стадион Нижний Новгород» (Nizniy Novgorod Stadium - спортивная арена, которой предстоит принять матчи уровня ¼ финала

Чемпионата мира по футболу 2018 года, рассчитана на 45 000 зрительских мест. Также это тренировочные площадки на ул. Карла Маркса, «Локомотив», «Химик», на которых сейчас активно ведутся реконструкционные работы. В городе появился новый пассажирский терминал аэропорта «Нижний Новгород» (Стригино), отвечающий всем современным требованиям. Еще один немаловажный шаг - строительство новой ветки метро от станции «Московская» до станции «Стрелка». Также сейчас радует огромное количество новых автобусов, трамваев, троллейбусов и даже метро с красочным брендом ЧМ-2018.

В городе ведется реконструкция проспекта Молодежный в Автозаводском районе, застройка набережной, обновление ярмарочного комплекса и собора Александра Невского. Меняется внешний облик главной пешеходной улицы Большой Покровской и главной площади города. Происходит Развитие дорожно-транспортной инфраструктуры в районе стадиона «Нижний Новгород», уже проведены комплексы работ по усовершенствованию транспортной инфраструктуры вблизи стадиона, строящегося к Чемпионату мира по футболу 2018 года.

В городе появляются новые гостиницы и hostels. Согласно информации министерства промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области, регион располагает номерным фондом в 14 108 номеров, тогда как для обеспечения гостей чемпионата мира требуется 13 890 номеров. Таким образом, профицит номерного фонда составляет более 200 номеров.

Согласно требованиям FIFA, для размещения клиентских групп потребуются 3823 номера. В число отелей, готовых принять гостей входят три построенных и открытых гостиницы: «Courtyard by Marriott Нижний Новгород Сити Центр», «Hampton by Hilton Нижний Новгород», «Парк-отель «Кулибин»[1].

Для размещения клиентских групп строятся еще три отеля: «Marriot» 5* (на Театральной площади), «DoubleTree by Hilton» 4* (на ул. Академика Блохиной) и отель «Ibis» 3* (в районе Мещерского озера). Кроме того, для размещения болельщиков в стокилометровой зоне имеются гостиницы, рассчитанные более чем на 4 000 номеров, что позволит полностью удовлетворить потребности в размещении гостей этой категории. В настоящий момент также обсуждается возможность использования теплоходов круизных компаний в качестве дополнительных средств для

размещения гостей. Плавающие отели могут быть поставлены в Нижнем Новгороде на все время проведения игр.

3. Появление новых туристических маршрутов и объектов привлечения туристов.

Власти Нижегородской области подготовили новые туристические маршруты для гостей, которые приедут в регион во время проведения Чемпионата мира по футболу 2018 года. Уже разработано более 20 экскурсий по трем основным направлениям. Первое - это формирование программ приема для гостей Чемпионата класса *luxury*, второе - формирование туров нижегородскими и российскими туроператорами на ЧМ по межрегиональным турам, в основном из Москвы в Нижний Новгород и далее в город, где будет проходить очередная игра. И третье - пешеходные и автобусно-пешеходные экскурсии по Нижнему Новгороду [2]. Также для более комфортного пребывания туристов в городе будут установлены туристические указатели тестовых конструкций новой пешеходной туристической навигации на улице Рождественской Нижнего Новгорода.

4. Повышение уровня подготовки персонала, новая система аккредитации.

Готовятся к Чемпионату не только город, но и люди, которые будут задействованы в этот период. Изменения и реорганизация коснулась всех туристических сфер, начиная от транспортировки, заканчивая точками питания.

Что касается транспортировки, то после отбора перевозчиков для аккредитации их водители пройдут обучение английскому языку. Аккредитация осуществляется на бесплатной и добровольной основе. Аккредитованные таксисты получают пропуски в предварительный транспортный периметр вблизи стадиона и площадки фестиваля болельщиков. Информация о прошедших аккредитацию автомобилях будет занесена в базу данных, которая будет использоваться диспетчерской службой, отелями и организаторами ЧМ-2018 для обслуживания клиентов, а также при контроле доступа в предварительный транспортный периметр. Ранее сообщалось, что на период ЧМ-2018 в Нижнем Новгороде будут аккредитованы только 360 легковых такси для подъезда к спортивным площадкам.

В гостиничной сфере дела обстоят гораздо сложнее. К 1 июля 2016 года всем отельерам необходимо было подтвердить свою категорию звездности специальным свидетельством, иначе, согласно закону №108–ФЗ «О подготовке

и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года и Кубка конфедераций FIFA — 2017», отели, гостиницы и hostels не смогут предоставлять постояльцам свои гостиничные услуги [3].

Более того, в квалификации персонала важную роль играет знание иностранного языка: в гостиницах с одной или двумя «звездами» персоналу на стойке Reception необходимо знать один иностранный язык, в 4-5-звездочной гостинице потребуется владение минимум четырьмя языками. Серьезно был усложнен процесс аккредитации и для гидов-экскурсоводов. Делая выводы по требованиям аккредитационной комиссии всех сфер, можно с уверенностью сказать, что на фоне этого спрос на специалистов в сфере туризма резко возрос, а спрос на знание иностранных языков становится преобладающим критерием в процессе отбора персонала.

Подводя итоги, можно смело говорить о том, что подготовка Нижнего Новгорода к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018™ идет полным ходом. Более того, исходя из исследования, можно сделать вывод, что проведение такого международного спортивного мероприятия принесет для нашего города определенные прямые и косвенные экономические выгоды. К прямым можно отнести появление новых туристических объектов, развитие инфраструктуры города, улучшение сети автомобильных, авиа и железных дорог, а также расходы туристов, приезжающих из других городов и стран для посещения игр. Косвенные выгоды - это эффект от рекламы, продвижение города, наработка хорошего имиджа и обретение престижа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. http://welcome2018.com/journal/materials/v_nizhnem_novgorode_k_chm_2018_postroya_t_gostinitsy_hilton_i_marriott/ (дата обращения 10.11. 2017).
2. <http://nizhny2018.ru/news/front/view?id=68> (дата обращения 10.11. 2017).
3. Федеральный закон от 7 июня 2013 г. N 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": сайт. –URL:<http://base.garant.ru/58057586/#help#ixzz4zjm2Mujr> (дата обращения 10.11. 2017).

СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В РОССИИ

Гладкова А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Туризм, как вид деятельности, возник не случайно, а в ответ на запрос общества для удовлетворения их потребностей в рекреационных, оздоровительных и других направлениях. Тем более, туризм вызывает положительные эмоции у путешествующих и повышает любознательность. Таким образом, со временем возник большой интерес у людей к путешествиям и туризму.

Услуга в туризме обладает определенной потребительской стоимостью, которая выражается в полезном эффекте, удовлетворяющий ту или иную человеческую потребность.

При этом услуга может быть оказана при помощи товара, либо в процессе функционирования человеческого труда.

Если обратиться к определению, что такое «туристическая деятельность» то, в вышеупомянутом документе прописано, это деятельность, включающая в себя комплекс мероприятий, оказываемых туроператорами и трагантами по организации и осуществлению путешествий.

Также, в 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» дается ясное понятие о предоставляемом туристском продукте туроператорами и турагентами: это комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Развитие туризма в настоящее время обуславливается несколькими основными факторами.

- Нестабильная экономическая ситуация, снижение уровня доходов населения не привели к общему уменьшению граждан, имеющих возможность совершить путешествие, поехать куда-либо развеяться, улучшить здоровье или познакомиться с культурой других стран мира;

- На снижение зарубежного туристического потока граждан в рядах стран Европы, США, Канады, Австралии влияние оказывает ухудшение внешнеполитических и экономических взаимоотношений. Также, по-прежнему для большинства туристов становится проблематично выехать в Египет - в одно из самых популярных направлений, кроме того достаточно медленно восстанавливаются отношения с Турцией.

- Наблюдается спрос на такие направления, как: Китай, Вьетнам, Таиланд и Индию. Единственное, что сдерживает более широкое развитие этих направлений: цена перелета и дальность. Если все же государство найдет выход по решению данной проблемы, то возможно прогнозировать всплеск

активности туроператоров на 2018-2020 годы и далее в данные страны. Кстати говоря, отечественный Дальний Восток, ни чуть не отстают от вышеперечисленных направлений и имеет возможность получить существенный приток, как и людских, так и финансовых протоков, что, несомненно, благоприятно скажется на экономике Российской Федерации;

- Из-за закрытия в 2015 году таких направлений как Египет и Турция, граждане Российской Федерации всерьез стали планировать свой отдых исключительно в пределах родины. В связи с этим оборот туристических пакетов по территории России возрос почти на 100%. Также, увеличение числа отдыхающих на отечественных курортах выявили существенный недостатки в развитии отрасли в целом. В таблице 1 представлена динамика оборота туристических услуг.

Таблица 1 - Оборот туристских услуг в РФ [По данным Министерства экономического развития РФ от 10 февраля 2017 г]

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Стоимость реализованных турпакетов(млн. руб.)	128243	167933	175366	208118	249898	243456	239554	192624
Из них гражданам России по всей территории	15558	18343	21265	22746	23876	25444	50517	49166
По зарубежным странам	111642	148148	152610	183309	222002	214308	183970	138120

Для оптимизации деятельности туристических фирм в РФ также важно уделять вниманию систематическому анализу развития отрасли и спроса туристов на определенный виды услуг, тем самым вносить определенные коррективы в работу.

Наиболее популярными и востребованными у россиян видами туристического отдыха остаются [По данным Аналитической службы Туроператоров России]:

- отдых на Черном море (за последние 5 лет доля посещения возросла с 26 до 31%);
- экскурсионные поездки в различные города и регионы. Лидер рейтингов. В том числе и по всей Европе-Санкт-Петербург. Здесь показатели вышли на высочайший уровень и повысились в 2016 году 20% по сравнению с предыдущим годом;

- спрос на отдых с целью оздоровления.

Кроме того, в последнее время пользуется спросом экологический, образовательный и спортивный туризм, включение в программу развлекательных, спортивных мероприятий и т.п.

Также следует отметить, что необходимо уделять достаточное внимание и выездному туризму. Несмотря на различные внешнеполитические и внешнеэкономические факторы, так как по сей день наблюдается активные поездки в Россию граждан азиатских государств.

Для развития туристского бизнеса также необходима гармония во взаимоотношениях власти и бизнеса. Важно дать предпринимателям больше свободы и снизить налоговую нагрузку.

Уделять большее внимание развитию транспортной развязке в туристических городах России.

Вышеизложенные меры смогут оказать положительное влияние на развитие туристского рынка в России сегодня, а также дать толчок для достижения новых высот в туристическом бизнесе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности»
2. АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России): «Обзор российского рынка туризма и услуг для путешественников». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.advertology.ru/article113553.htm> (дата обращения 10.11.2017).
3. Гарант.ру (Информационно-правовой портал): «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2017 год и на плановый 2018 год». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71224462.html> (дата обращения 12.11.2017).
4. Сенин В.С. Организация международного туризма. [Электронный ресурс]. – URL: http://tourlib.net/books_tourism/senin06.htm (дата обращения 13.11.2017).

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Гриценко А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Имидж предприятия является фактором, влияющим на конкурентоспособность; маркетинговую позицию; ценообразование и имидж ее продукции; привлекательность компании как работодателя; качество

клиентуры и партнеров, т.е. практически на все сферы жизнедеятельности компании.

Наравне с действиями, направленными на создание благоприятного внешнего фирменного имиджа, важную роль играет и внутренней имидж, выступающий важным стимулирующим и мотивирующим фактором повышения деловой активности сотрудников, что является также слабо разработанной сферой знаний в отечественной теории менеджмента.

Создание имиджа организации имеет несколько граней. Во-первых - это внутренний имидж, который достигается с помощью инструментов внутреннего PR. Во-вторых - имидж в деловой среде, как компания выглядит в глазах партнёров и конкурентов. И, наконец, в третьих - имидж для широкой общественности. Однако при формировании позитивного имиджа не обязательно, чтобы все данные образы совпадали. Например, в глазах конкурентов и партнёров компания будет акулой бизнеса, а для своих потребителей самой гуманной и ориентированной на клиентов компанией.

Вопрос имиджа предприятия общественного питания является актуальным для руководителей предприятий общепита. Ведь успех будущего заведения будет зависеть от мобильности предлагаемых услуг. Клиент не выберет заведение, где ему придётся долго дожидаться своего заказа. Он, скорее всего, предпочтёт объект общепита, в котором уровень обслуживания намного выше.

К тому же, современные предприятия общественного питания могут предложить комплексные обеды для гостей и сотрудников, собранных для проведения торжественного мероприятия. В работу персонала входит соблюдение всех правил и установленных норм, которые предусматривают своевременную доставку заказа в указанное время и в назначенное место. Для этих целей управляющая фирма должна выделить автомобильный транспорт. Заведение, обеспечивающее питанием работников предприятия, должна иметь в наличии термоса, сумки, контейнеры, которые позволяют сохранить температуру блюда и его первоначальный вид.

Имидж это сложное явление, состоящее из разных факторов, сливающихся воедино. Поэтому для успешного формирования и поддержания положительного имиджа предприятия необходимо обращать внимание на все мелочи, тщательно анализируя каждый шаг и обдумывая каждое решение. Таким образом, объективно необходима первоначальная разработка плана формирования имиджа предприятия и следование ему в течение

жизнедеятельности компании. Важно помнить, что все элементы плана должны быть взаимосвязаны и работать как единое целое.

Создание и поддержание положительного имиджа - нечто большее, чем просто хорошая рекламная кампания, это - сложный и многосторонний план, все части которого взаимосвязаны и взаимозависимы. План наиболее эффективен тогда, когда все его составляющие части работают вместе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шкардун В. Д., Ахтямов Т. М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия //Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – №. 3. – С. 68-77.
2. Веснин В. Р. Основы менеджмента. – " Издательство"" Проспект", 2013.
3. Ульяновский А. Корпоративный имидж: технологии формирования для максимального роста бизнеса. – Litres, 2015.
4. Виноградова С. Коммерческая деятельность. – Litres, 2016.
5. Виноградова М., Панина З. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. – Litres, 2016.
6. Морозова И. А. и др. Роль и место концепта рекламы в формировании имиджа социально ответственного бизнеса в России //Управление экономическими системами: научный журнал. – 2013. – №. 52 (4).

СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Довгаль А.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В данной статье мы рассматриваем программы лояльности как один из способов стимулирования сбыта и привлечения клиентов. Проводится сравнительный анализ специализированных программ гостиниц премиум - класса. Рекомендации статьи могут быть использованы предприятиями гостиничного бизнеса при разработке программ повышения продаж.

В настоящее время в условиях нестабильного и перенасыщенного рынка гостиничных услуг наблюдается возрастающий интерес к теме формирования лояльности клиентов. Эта тема актуальна для всех направлений бизнеса, однако в сфере услуг ей уделяется особое внимание. В данной статье будет сделан фокус на предприятия гостиничной области. Сфера предоставления гостиничных услуг крайне чувствительна к любым рыночным изменениям, всегда находится в поиске оптимальных и действенных способов увеличения

продаж, расширения и удержания целевой аудитории. В данной ситуации формирование лояльности выступает в качестве одного из самых эффективных инструментов достижения экономических целей отелей.

Лояльность клиентов порождает взаимоотношения по принципу «win to win» - гости удовлетворяют свои потребности, получают различный пакет дополнительных опций, приятно удивляющих и вызывающих желание воспользоваться услугами повторно, гостиницы, в свою очередь, имеют стабильный спрос и имеют возможность постепенно увеличивать продажи [1].

Материалом для выявления наиболее передовых и продуктивных программ повышения спроса послужили программы лояльности международных отелей премиум-класса [2]. Ниже приведен обзор этих программ.

Программа лояльности отелей Starwood [3].

- Для профессиональных организаторов различных встреч распространяется программа SPG® Pro, включающая Starwood Meetings и Starwood Preferred Planner. Организаторы копят баллы за каждое мероприятие, проведенное на площадке отеля, которые в дальнейшем можно обменять на скидку аренды конференц-залов, организации кофе-брейков и т.д. или использовать в личных целях (путешествиях).

- Для сотрудников действует программа Explore - корпоративные тарифы на проживание и скидка 10% на услуги F&B.

- Для индивидуальных путешественников действуют программа Starwood Preferred Guest, включающая три уровня Preferred, Elit (Gold и Platinum) и SPG Lifetime, получить которые можно путем накопления баллов Starpoints. Starpoints можно обменять на бесплатное проживание, повышение категории номера, перелет, услуги ресторана и т.д. У всех участников имеется доступ в Sheraton Club.

- SPG® MomentsSM - VIP- доступ на различные события: возможность поиграть в гольф с известными профессионалами, попасть за кулисы любимых артистов и музыкантов, пройтись по красной дорожке со звездами, посетить кулинарные шоу, мастер - классы и многое другое.

В 2016 году произошло слияние Marriott и Starwood, из-за чего программы лояльности двух компаний стали взаимодополняемыми и конвертируемыми друг в друга, что значительно расширило поток гостей для управляющей компании Marriott и еще более укрепило статус и мощь компании [4]. Программа лояльности Marriott Rewards считается одной из самых лучших в мире [2].

Программа лояльности сети отелей Marriott [5] во многом схожа с программой Starwood. Клиенты, проживающие в отелях сети Marriott, получают карту и автоматически становятся участниками программы. Основные привилегии включают бесплатный WI- FI в номере, способность обмена баллов на авиамили, отсутствие закрытых дат бронирования. В зависимости от количества накопленных баллов, клиенты переходят на Серебряный, Золотой или Платиновый уровень, открывая для себя возможность позднего выезда, эксклюзивную линию бронирования и обслуживания, разнообразные подарки по прибытии, дополнительные баллы, доступ в лаунж, бесплатное питание и многое другое.

Для корпоративных партнеров и сотрудников проводятся недели благодарности, ежегодные Market Place.

Также можно рассмотреть способ повышения продаж с помощью программы лояльности иного популярного люксового отеля мировой сети Four Seasons Hotels and Resort. Она отличается по комплектации от уже упомянутых программ, имеет закрытый характер и предоставляет преимущества особо почетным гостям [6]. Преданность бренду и частое посещение отелей оценивается как личные заслуги клиентов, за что в виде благодарности поступает приглашение о вступлении в программу «By Invitation». Гостям оказывается персонализированный подход, и предлагаются Gift Cards, которые можно обменять на проживание, питание, spa-процедуры и многое другое в курортах по всему миру. Подарочные карты можно купить лично или заказать по e-mail (Global e-Gift Cards). Реализовать карту можно с помощью регистрации ее на сайте.

Формирование лояльности - это безграничная область, в которой гостиницы, помимо имеющихся разработанных обязательных программ, могут изобретать новые, отличительные способы привлечения гостей. Причем данные способы могут быть малозатратными, не выходить за рамки стандартов, если отель имеет жесткий сетевой регламент, но крайне привлекательными для клиентов. В качестве примеров можно привести следующие варианты действий:

1. Предоставление комплемента (сладкое угощение, напиток, цветы и.д.) в номере гостям, имеющим особый статус.
2. Предоставление газеты, журнала, литературы в виде книжного издания при заезде.
3. Организация тематических мероприятий и использование разнообразных знаков, подчеркивающих тематику. Например, «День красивых

мужчин». Весь день при заезде гостям мужского пола выдавали значки «Самый красивый», что нашло благоприятный отклик у гостей.

4. Ежедневные пожелания от отеля. Некоторые менеджеры каждый день направляют гостям записки с пожеланиями на день. Данный жест может быть выполнен в виде индивидуальной маленькой открытки или в качестве электронного послания гостю.

Таким образом, было рассмотрено несколько вариантов стимулирования сбыта, выражающихся в виде программ лояльности. Гостиницы, применяя разнообразные и интересные предложения для гостей, имеющих отличительные цели и потребности, завоевывают конкурентные преимущества и увеличивают доход.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

11. Морозова Л. С., Поправкина А. А., Чернова Д. Г. Подходы к определению понятия «Лояльность потребителя» в индустрии гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2016. №1 (62). С 85-93.
12. Никольская Е.Ю., Тарасенко А.К. Современные методы управления лояльности клиентов гостиничного предприятия // Инновационная наука. 2016. № 1-1 (13). С. 180-189.
13. <https://www.starwoodhotels.com/preferredguest/account/starpoints/redeem/index.html> (дата обращения: 20.11.2007)
14. Ларина Е. CWT: Слияние Marriott и Starwood навсегда изменит тревел-индустрию// Buying Business Travel Russia: электронный журнал. 28.06.16. URL: <http://buyingbusinesstravel.com.ru/news/travel-management/5035-cwt-sliyanie-marriott-i-starwood-navsegda-izmenit-trevel-industriyu-/> (дата обращения: 19.11.2017)
15. <http://www.marriott.com.ru/marriott-rewards/member-benefits.mi> (дата обращения: 20.11.2017)
16. <https://www.fourseasons.com/giftcard/> (дата обращения: 20.11.2017)

ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ВЛИЯНИЕ НА РАБОТУ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Ионова Н.П.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Выбранная тема является актуальной в связи с тем, что в современных условиях повышенной конкурентоспособности найти новых клиентов и удержать старых становится все сложнее, вкусно приготовленной еды и

уютного интерьера бывает недостаточно. Лояльность персонала напрямую влияет на лояльность потребителей, персонал является лицом организации и от качества его взаимодействия с клиентом будет формироваться итоговое мнение об организации, а в конечном итоге и лояльность потребителя.

Лояльность потребителей определяется как их одобрительное отношение к продуктам, услугам, сервису, торговым маркам, логотипу, внешнему виду, персоналу, месту продажи и т.д. определённой компании [3].

Лояльность персонала – уровень мотивации сотрудника, при котором он проявляет преданность компании, заинтересованность в ее успехе и готовность качественно и эффективно выполнять свои должностные обязанности [4].

Руководство предприятия общественного питания должно заботиться о формировании лояльности своих сотрудников к месту работы. Необходимые условия труда, материальная и нематериальная мотивация, возможность карьерного роста, дружный коллектив помогут сотруднику чувствовать себя комфортно, появится чувство собственной важности для достижения единой цели предприятия. Заинтересованный сотрудник будет искренне стараться угодить своим клиентам, поймет их потребности, поможет определиться с выбором.

Необходимо регулярно проводить тренинги, беседы с персоналом, опросы среди сотрудников и гостей заведения о качестве работы обслуживающего персонала для принятия оперативных управленческих решений, направленных на закрепление устойчивой лояльности персонала. В ходе регулярно проводимых мероприятий вырастает возможность своевременного выявления нелояльных сотрудников. С ними проводится работа по выяснению причин "некорректного" поведения, находятся пути решения возникшей проблемы. Все эти действия настраивают коллектив на единый лад, делают его дружным, побуждают сотрудников к действию.

Контактный персонал (администратор, официанты) представляет лицо компании, в первую очередь общается с клиентом, первым узнает о проблемах и недовольстве клиента [2]. Только удовлетворённый своей работой сотрудник может эффективно взаимодействовать с клиентом. Лояльный персонал помогает сформировать положительное мнение потребителя о заведении, тем самым делая его более лояльным. Соответствие ценностей компании и личных ценностей сотрудника - важный фактор, формирующий его лояльность. Сотрудники, разделяющие ценности своей компании, будут передавать их своим потребителям [1,с.129]. Лояльные сотрудники способны увеличить

количество клиентов заведения за счет родственников, друзей и знакомых благодаря положительным рекомендациям.

Все действия персонала, в том числе и по отношению к потребителю напрямую оказывают влияние на финансовое состояние предприятия, его репутацию и делают ее более устойчивой к изменениям во внешней и внутренней среде.

Пользуясь услугами предприятия общественного питания потребитель, кроме употребления пищи, взаимодействует с официантами. Теплое, душевное отношение, приветливая улыбка, желание помочь располагают потребителя к заведению, а не к человеку, тем самым оказывая влияние на конечное мнение потребителя и помогая повысить уровень лояльности к заведению. Общение в грубой форме оттолкнет клиента и желание возвращаться сюда повторно.

Вкусно приготовленная еда из свежих продуктов поможет сформировать положительное мнение о поваре предприятия, который готовил с удовольствием, стараясь порадовать посетителя.

В современном обществе люди регулярно делятся своими новостями в социальных сетях. Например, выложенная фотография ужина в ресторане с позитивным комментарием поможет повысить рейтинг заведения, а также может поспособствовать увеличению количества реальных и потенциальных потребителей. Быстрая скорость распространения информации в сети может негативно повлиять на работу заведения, может понизить лояльность постоянных клиентов и потерять потенциальных, если опубликована была новость с негативной информацией (грубость официанта, невкусная еда и пр.). Поэтому для повышения устойчивости лояльности своих клиентов персоналу необходимо качественно выполнять свои обязанности изо дня в день, заботясь о завтрашнем дне.

На данный момент, в период насыщенности рынка предприятиями, их высокой конкуренции и примерно одинакового комплекса предоставляемых товаров и услуг мы обращаем внимание на фактор, который является ключевым в работе предприятия любой сферы деятельности, на фактор, который может дать любой компании существенное преимущество. Лояльность персонала оказывает прямой эффект на результативность бизнеса. Также неоспоримо влияние лояльности потребителей на прибыль компании.

В настоящее время лояльность персонала и лояльность клиентов - одни из самых важных факторов развития и результативности предприятий различных сфер деятельности. При постоянной работе над их совершенствованием

организация будет преуспевать несмотря ни на тенденции рынка, ни на действия конкурентов, ни на дефицит финансовых ресурсов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Глоян Р.Р., Минасян С.Д. Программы лояльности потребителя и оценка их эффективности // Современные проблемы экономики и менеджмента. - 2015. - С.117-134.
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]/<https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-loyalnosti-personala-na-formirovanie-loyalnosti-potrebiteley>.
3. Новый маркетинг Журнал о маркетинге [Электронный ресурс]/ [http://marketing.web-standart.net/node/2879/Выпуск 2/2005](http://marketing.web-standart.net/node/2879/Выпуск%202/2005) (дата обращения 20.11.2017).
4. HR-Portal [Электронный ресурс] / <http://www.hr-portal.ru/article/loyalnost-personala-opredeleniya-i-izmereniya> (дата обращения 20.11.2017).

ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Калмыкова М.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Коммуникации – непрерывный процесс, который включает в себя все элементы маркетингового комплекса: концепцию, ценообразование, продвижение и распределение, проведение выгодных обменных операций. Коммуникации в гостиничном бизнесе ориентированы на потребителя. Именно коммуникации способствуют достижению успеха предприятиями индустрии гостеприимства. В основе концепции маркетинга лежит понимание того, что залогом достижения целей гостиничного предприятия является правильное определение нужд и потребностей целевых рынков и способность обеспечивать желаемую удовлетворенность более эффективно, чем это делают конкуренты.

Итак, к основным средствам маркетинговых коммуникаций гостиничного предприятия относятся: реклама, прямые продажи, пропаганда и стимулирование продаж.

1. Реклама

Н.В. Сыромятников утверждает, что реклама – это целенаправленная деятельность рекламодателя, имеющая целью информировать или расширить знания потребителей о существовании предмета рекламы, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в их памяти [2, с. 9].

Основной функцией рекламы как маркетинговой коммуникации гостиничного предприятия является информирование потребителя о потребительских свойствах предлагаемой услуги. Реклама может быть сколько угодно престижной и дорогостоящей, но если услуга мало востребована на рынке, то и продажи будут низкими. Чтобы воздействие на потребителей было эффективным, реклама должна содержать аргументацию в пользу рекламируемой услуги. Рекламные аргументы в пользу услуги можно отнести к двум группам:

- объективные аргументы: раскрывают особенности рекламируемой услуги при помощи логики (например, рекламный баннер бюджетной гостиницы на автомагистрали, рекламирующий комфортный и недорогой отдых, нацелен, чтобы усталые путники остановились именно в этом гостиничном предприятии);

- субъективные аргументы: формируют у потребителей определенные эмоции и ассоциации (например, реклама мировой гостиничной сети Hilton пробуждает в покупателе чувство собственной значимости и престижности).

Рекламное предложение должно иметь существенные отличия от предложений конкурентов. Уникальность может заключаться либо в самом рекламном обращении, либо в уникальности предлагаемой услуги, либо целевого рынка. Только при уникальности предложения может быть уникальность спроса.

Чем больше реклама информативная и ценная, тем лучше она будет запоминаться потребителю, и тем эффективнее будет. Потребитель примет решение о покупке в тот момент, когда поймет необходимость приобретения рекламируемой услуги.

2. Личные продажи

Они также являются составной частью продвижения услуги и включают в себя устное представление с целью продажи в процессе общения с потенциальными покупателями. Личные продажи не нуждаются в дополнительных финансовых вложениях. Для того чтобы эффективно применять данный метод продвижения, нужно владеть хорошими знаниями о продаваемой услуге и квалифицированно обслуживать потенциальных покупателей услуг гостиничного предприятия.

Личным продажам присущи такие преимущества, как:

- выявление потенциального клиента в процессе общения и сосредоточение на нем;

- индивидуальный подход к каждому потребителю и возможность всестороннего информирования об услуге;
- наличие обратной связи с потребителями, что позволяет вовремя корректировать рекламные мероприятия.

В гостиничном бизнесе такое средство маркетинговых коммуникаций как личные продажи играют важную роль. Для роста эффективности личных продаж необходимо иметь знания в поведенческих типах личности, уметь их правильно определять и анализировать.

3. Пропаганда

Пропаганда представляет собой неоплачиваемое спонсором и неличное стимулирование спроса на услугу с помощью распространения имиджевой или коммерчески важной информации как через посредников, так и самостоятельно.

Цель пропаганды – привлечь внимание потенциальных потребителей без издержек на рекламу.

Основными инструментами пропаганды гостиничного предприятия являются:

- мероприятия: например, принятие участия в выставках, семинарах, конкурсах, организация пресс-конференций;
- публикации: газетные или журнальные статьи, информационные брошюры или бюллетени, годовые отчеты;
- выступления: приветственные слова, участие представителей гостиничного предприятия в открытии различных мероприятий;
- средства идентификации: разработка веб-сайтов, униформа для сотрудников, использование логотипа организации, визитные карточки, единый дизайн помещений;
- спонсорство: трата денежных и прочих ресурсов с целью поддержки предприятия для благотворительных и других общественно значимых мероприятий;
- новости: предоставление средствам массовой информации положительных новостей о гостиничном предприятии, его услугах и сотрудниках.

Существует важная закономерность: чем выше уровень монополизации рынка, тем больше пропаганда превалирует над рекламой.

4. Стимулирование продаж

Стимулирование продаж состоит из мероприятий, которые связаны со взаимоотношениями в системе сбыта и продвижения услуги и не вошедшие в

число других средств маркетинговых коммуникаций. Стимулирование продаж имеет трех адресатов:

1) Покупатели, целью побуждения которых является совершение большего числа покупок. Примерами стимулирования покупателей могут быть программы лояльности (дисконтные карты, скидки на последующие услуги гостиничного предприятия), лотереи, конкурсы, акции и прочее.

2) Контрагенты, целью побуждения которых служит увеличение объема торговых сделок и сосредоточение на продвижении продукции поставщика. К примерам стимулирования контрагентов относятся: помощь в обучении и повышении квалификации торгового персонала, предоставление торгового оборудования и агитационных материалов, проведение конкурсов по итогам продаж и прочее.

3) Торговый персонал: целью их побуждения является рост усилий, направленных на усовершенствование качества обслуживания и привлечение потребителей. К примеру: материальное стимулирование с помощью бонусов и премий; моральное стимулирование при помощи досок почета, грамот, благодарственных писем; повышение квалификации и переподготовка за счет компании; оплата сотрудникам путевок, лечения; соревнования по продажам между работниками [1, с. 37].

Исследование основных средств маркетинговых коммуникаций гостиничного предприятия привело к выводу, что коммуникации нацелены на решение определенного круга задач, который должен соответствовать целям коммуникационной политики. Любая стратегия коммуникаций нацелена, прежде всего, на увеличение продаж товаров и услуг предприятия.

Гостиничному предприятию следует выстроить коммуникативную политику, в которой четко обозначаются реальные цели. Это будет способствовать эффективному использованию различных инструментов системы маркетинговых коммуникаций и разработке успешной коммуникационной программы. Для того, чтобы эффективно сформировать коммуникативную политику, нужно правильно определить целевую аудиторию и научно проанализировать ее характеристики. Использование различных средств маркетинговых коммуникаций подразумевает последовательность и системность.

Правильное построение маркетинговых коммуникаций создает положительное впечатление у потребителя, что способствует росту удовлетворенности от приобретенного гостиничного продукта и, как следствие, процветанию гостиничного предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Голубкова, Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Е.Н. Голубкова. Москва, изд-во «Юрайт», 2015 г. – 344 с.
2. Сыромятников, Н.В. Психология маркетинговых исследований и рекламной деятельности [Текст] / Н.В. Сыромятников. Москва, Издательство Современного гуманитарного университета, 2014 г. – 93 с.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Крупина А.М.

Нижегородский институт управления РАНХиГС

На сегодняшний день одной из самых крупнейших высокодоходных и быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства, бесспорно, является туризм. По данным Всемирной туристской организации и Международного валютного фонда, туризм с конца 90-х годов прошлого века вышел на первое место, и занимает лидирующее положение в мировом экспорте товаров и услуг, обогнав автомобильную промышленность, производство химических продуктов, продуктов питания и другие отрасли [1].

Нижний Новгород занимает особую позицию на туристском рынке как Приволжского федерального округа (ПФО), так и всей России в целом. Уникальное географическое местоположение Нижегородской области, практически исключая природные катаклизмы; огромное историко-культурное наследие, включающее в себя более чем 3 тысячи памятников истории, культуры и архитектуры - делают регион привлекательным для организации туризма как экологического, охотничье-рыболовного и приключенческого, так и досугового. О привлекательности региона говорит и развитая транспортная инфраструктура (дороги, речной порт, аэропорт, ж/д), способствующая росту туристических связей с городами и областями ПФО, а так же рост числа маршрутов, позволяющих туристам посещать основные центры региона (Нижний Новгород, Казань, Йошкар-Олу, Ульяновск, Пермь, Уфу, Саратов, Чебоксары и пр.).

В 2016 году Ассоциацией туроператоров было проведено независимое исследование, на основании которого был составлен рейтинг посещаемости регионов России иностранными туристами. Согласно собранной информации, доля иностранцев, посетивших Нижегородскую область, составила 17,04

процента. Данные показатели позволили нашему региону занять второе место, в то время как первое место осталось за культурной столицей нашей страны – Санкт-Петербургом.

По данным же Росстата за 2016 год Нижегородская область входит в десятку регионов-лидеров России по показателю объема въездного турпотока, он составил 1,5 миллиона человек в год.

Однако туристический потенциал Нижегородской глубинки не реализован до конца.

В поселке Пешелань находятся поистине интересные и живописные места, которые обязательно следует посетить туристам. Немало подобных мест и в окрестностях поселка. С 2010 года Пешеланский гипсовый завод предлагает туристский маршрут, в рамках которого гости могут посетить Музей горных дел, геологии и спелеологии, Камнерезную фабрику «Борнуковская пещера», Родовое гнездо Н.В. Ульянова – деда В.И. Ленина, Усадьбу рода Пашковых, Усадьбу французского барона Антуана-Анри Жомини, а так же многие другие объекты, находящиеся на территории самого завода.

В апреле 2006 года в шахте Пешеланского гипсового завода открыт единственный в России подземный Музей горного дела, геологии и спелеологии [2]. Музей, расположенный на глубине 70 метров и занимающий около трех тысяч квадратных метров, позволяет познакомиться с гипсовой шахтой и увидеть, как добывают гипс. Подземное озеро с водопадом, искусственные сталактиты, образцы палеотической живописи, найденные в пещерах Франции, Испании, Италии, России, объемные снимки залов и галерей пещер Урала и Кавказа, шунгитовая комната, более 300 образцов горных пород, добываемых на территории России и стран ближнего зарубежья, экспозиции фарфора гжельского производства, изделия Борнуковской камнерезной фабрики, река «Река ужасов» и «Геенна огненная» - все это представлено в музее.

Так как детям до 14 лет находится в подземных пещерах запрещено, на поверхности, у входа в шахту была создана экскурсионный детский комплекс, который включает в себя выставку рептилий и зоопарк «Сафари».

На высоком правом берегу реки Пьяны, который сложен из ракушечника и алебаstra, на небольшой глубине проходит пласт поделочного цветного камня. Разливаясь весной, Пьяна размывала берега, и в этом месте образовалась огромная пещера с белоснежным ангидритом, который имел различные оттенки: голубоватый, желтоватый, розовый. Здесь, на берегу этой самой реки в селе Борнуково Бутурлинского района и образовалась Камнерезная фабрика

«Борнуковская пещера», которая производит декоративные игрушки ангидрита.

Село Андросово Гагинского района Нижегородской области является родиной Николая Васильевича Ульянова, деда В.И. Ленина. Противоречивая личность вождя социалистической революции и по сей день вызывает бурные дискуссии, но нельзя отрицать того, что это одна из самых важных и значимых фигур в истории нашей страны. Восстановление родового гнезда и создание экспозиции, несомненно, помогают подрастающему поколению и взрослым посетителям музея поближе познакомиться со сложной новейшей истории России, где нет места «белым пятнам» и забытым событиям.

На живописном берегу реки Пьяна возвышается настоящий дворец – дом-усадьба Пашковых. Главный дом усадьбы Пашковых в с. Ветошкино представляет собой остов уникального строения, не имеющий прямых аналогов среди современных архитектурных памятников. На сегодняшний день в архитектурном ансамбле усадьбы Пашковых восстановлен «Гостевой дом». Элементы декора здания соответствуют стилю главного дворца. Рядом построили сторожевой пост. Дорожки засыпали гравием. На базе арочного насыпного вала-хранилища оборудован музей, воссоздан уникальный парк. Первозданный вид обрели подземные винные погреба [3].

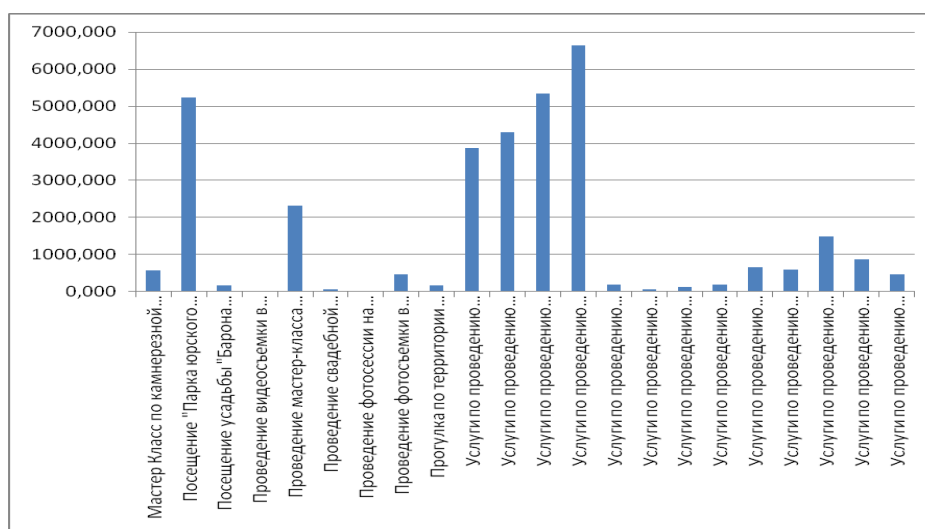
Поместье барона Антуана-Анри Жомини находится рядом с усадьбой семьи Пашковых и является не только объектом туризма, но объектом историко-культурного наследия.

Вместить посещение всех туристических объектов в один день невозможно, поэтому на территории завода, который проводит данный тур, построен гостиничный комплекс. Так же оборудована гостиница на территории Усадьбы Пашковых и находится в отреставрированном «Гостевом доме».

Данный тур включает в себя следующие услуги:

- мастер-класс на камнерезной фабрике;
- посещение парка «Юрского периода»;
- посещение усадьбы «Барона Жомини» (без проведения экскурсии);
- проведение видеосъемки в Музее горного дела, геологии и спелеологии;
- проведение фотосъемки в музее горного дела геологии и спелеологии;
- проведение мастер-класса "Роспись гипсовых фигурок";
- проведение свадебной фотосъемки на территории ТЦ "Афанасий", домики хоббитов;

- проведение фотосессии на территории усадьбы "Барона Жомини";



- прогулка по территории усадьбы Пашковых;
 - услуги по проведению экскурсий (зоосад, усадьба Пашковых, усадьба Жомини, «Борнуковская пещера», туристический центр «Афанасий»).
- На рис. 1 отображено количество посетителей, воспользовавшихся предоставляемыми услугами в 2016 году.

Рисунок 1 - Количество посетителей, воспользовавшихся предоставляемыми услугами в 2016 году

Всего за 2016 год предоставляемыми услугами воспользовались 33601 раз. Но если учесть, что некоторые туристы пользуются несколькими видами услуг, то число турпотока не так уж и велико.

Для увеличения турпотока в поселок Пешелань и его окрестности необходимо разработать эффективную политику продвижения. Для этого необходимо сотрудничать с разными туристскими компаниями (как нашего города, так и Москвы, Санкт-Петербурга), взаимодействовать со школами, организовывать тематические туры (например, в зимнее время можно проводить новогодний бал, в летнее разнообразные квесты), создать свой отдельный сайт.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Куфтырёв И. Развитие туристического сектора Нижегородской области как отраслевого рынка в рамках региональной инновационной системы / URL: <http://www.unn.ru/pages/e-library/methodmaterial/files/160.pdf> (дата обращения: 22.11.2017).
2. Туристическая деятельность и развитие народно художественных промыслов / URL: <http://pgz-tour.ru/obekty/1/> (дата обращения: 21.11.2017).
3. Туристическая деятельность и развитие народно художественных промыслов / URL: <http://pgz-tour.ru/obekty/7/> (22.11.2017).

ОТКРЫТАЯ КУХНЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ПРИВЛЕЧЕНИЯ ГОСТЕЙ

Крылов А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы вызвана тем, что на сегодняшний день, чтобы быть конкурентоспособным в ресторанном бизнесе, нужно решить первостепенные задачи, такие как: привлечение новых клиентов, увеличение суточного клиентопотока оказание дополнительных услуг, создание благоприятной атмосферы и т.д.

Для того, чтобы занимать лидирующие позиции в современном мире, рестораторам приходится прилагать серьезные усилия, чтобы привлечь новых клиентов и сохранить лояльность прежних. Нововведением, способствующим развитию и укреплению связей с потребителем, является разработка программ лояльности [1]. Программы лояльности – эффективный инструмент, целью

которого является предоставление гостям стимула для возвращения к определенному бренду или компании.

Прекрасными воспоминаниями и незабываемым опытом пребывания в ресторане клиенты всегда делятся с друзьями и охотно возвращаются в ресторан, где оказанные услуги не только соответствовали их ожиданиям, но и превосходили их. Ресторанные предприятия с открытой кухней стали модным мировым трендом. Не обошло вниманием новое увлечение и российские просторы. Профессиональная кухня «за стеклом» стала местом проведения презентаций оборудования, технологий, блюд, учебным местом для мастер-классов. Практически каждый клиент ресторана, находясь в зале в ожидании готовящегося блюда, не раз задавался вопросом о том, что же в данный момент происходит на кухне, как готовится заказанное блюдо, как оно сервируется и оформляется перед подачей на стол. Проникнуть в святая святых шеф-повара, приоткрыть завесу над тайнами его мастерства хотелось бы почти каждому. Именно для воплощения в жизнь мечты таких клиентов и работают рестораны с открытой кухней. Приготовление пищи там – настоящее театральное действие, зрителями которых являются клиенты, режиссером и главным действующим лицом – шеф повар, а театральной труппой – обслуживающий персонал.

Основные преимущества наличия открытой кухни в Ресторане:

- удовлетворение любопытства;
- освобождение от недоверия и сомнений;
- превращение томительного ожидания в увлекательное зрелище;
- возможность проведения мастер-классов.

Первым рестораном, который открыл свою кухню для посетителей в борьбе за своего клиента в России, был ресторан «Рыбы нет» в городе Москва. Огромную и блестящую во всех смыслах открытую кухню, торжественно ошетилившуюся немалых размеров слайсерами и чуть ли не звенящей сталью вытяжек, видно за версту через огромные окна, и от этого зрелища не оторваться. Кроме кухни, есть ещё открытая пекарня — таких объемов, что кажется, будто своим хлебом решили кормить весь центральный округ

После введения данной новинки было проведено маркетинговое исследование при помощи опроса и анкетирования гостей, в ходе которого выяснилось, что 55% хотят повторно вернуться, 42% понравилось нововведение и только 3% сочли новинку неподходящей [2].

Профессионально проработанный дизайн кухни, который грамотно сочетается с интерьером и создает комфортную атмосферу запоминается сразу, Гости дают более высокую оценку пищи, созерцая как она готовится для них.

Понятие «открытая кухня» не стоит воспринимать буквально. Дело в том, что рестораны с открытой кухней могут быть организованы по-разному, в зависимости от выбранной концепции и формата. «Открытая кухня» может предполагать ресторан со стеклянной витриной, где выкладывается весь ассортимент, и обычную, на первый взгляд, закусочную, в которой кухня выносится прямо за барную стойку. Процесс приготовления пищи превращается в таком ресторане в настоящее шоу, и место его проведения оформляется соответственно – как театральная сцена. В некоторых ресторанах кухня остается в отдельном помещении, но на ней устанавливаются видеокамеры, постоянно транслирующие все, что происходит в служебном помещении, на телеэкраны в зале. Как говорится в известной шутке, «есть три явления, за которыми можно наблюдать вечно: как течет вода, как горит огонь и как кто-то другой работает». Впрочем, подобная открытая кухня имеет и дополнительное преимущество: ваши посетители могут при желании посмотреть, как готовят заказанные ими блюда, коктейли и десерты, и убедиться в свежести используемых продуктов, в качестве их приготовления и в мастерстве шеф-повара [3].

Хотя концепция ресторана с открытой кухней предполагает максимально открытое пространство всего зала, все же не стоит забывать и про уединенные «островки» - у стен помещения, в углах, за высокими перегородками. Далеко не все ваши посетители будут комфортно себя чувствовать на открытом пространстве.

Из всего этого можно сделать выводы, что такое нововведение как открытая кухня вследствие своей мало распространённости в нашей стране и большого интереса у гостей является идеальным методом по привлечению гостей, а также основой для внедрения новых видов услуг в предприятия, таких как проведение мастер классов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Маркетинг журнал 4p.ru. [Электронный ресурс] <http://www.4p.ru/main/index.php> (дата обращения: 18.11.2017).
2. Маркетинг, менеджмент. Журнал для профессионалов. [Электронный ресурс] URL: <http://www.mgmt.ru/magazin/articleb.html> (дата обращения: 24.10.2017).
3. Ведущий российский портал бизнес планов и франшиз [Электронный ресурс] /. — Электрон. журн. — Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/svoy-biznes-restoran-s-otkrytoy-kukhney/>, свободный.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Кулагова Я.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы совершенствования продвижения гостиничных услуг обусловлена, прежде всего, в снижении спроса на эти услуги. При этом, по своим показателям услуги часто достаточно конкурентоспособны на рынке и обладают широким спектром конкурентных преимуществ. Причина падения спроса на услуги заключается не столько с отсутствием рынков сбыта, сколько в неспособности гостиничных предприятий эффективно продвигать свою услуги. Существенная роль в преодолении сложившейся ситуации должна отводиться совершенствованию продвижения услуг. Проблемам продвижения услуг посвятили исследования такие ученые-экономисты как Ф. Котлер, Л.С. Зигель, Т.К. Литвиненко, В. Касенин, Н.И. Гаранин и другие. В работах этих авторов рассмотрены вопросы о роли продвижения в маркетинге, приведены характеристики методов и каналов продвижения, изложены вопросы планирования отдельных мер продвижения, детализированы приемы, используемые при планировании и реализации мероприятий продвижения.

Целью исследования является систематизация методологических основ и разработка направлений совершенствования продвижения гостиничных услуг.

На сегодняшний день в литературе встречается несколько десятков определений понятий «продвижение» и «комплекс маркетинговых коммуникаций». Такой широкий методологический фундамент объясняется большим количеством важных аспектов, который занимает комплекс промышленного продвижения. Некоторые авторы отмечают, что продвижение – это совокупность самых разных мер, усилий, действий, предпринимаемых производителями, продавцами товара, посредниками с целью повышения спроса, увеличения сбыта, расширения рыночного поля товара. Продвижение рассматривается с некоторых аспектов. Первый заключается в определении продвижения как задача рекламной (пропагандистской) кампании, которая заключается в представлении выигрышных свойств товара в привлекательном для целевой аудитории виде. В качестве «товара» может выступать предмет, фирменный знак, партия, идеология и т.д.

Другой подход определяет продвижение как любой метод, который настойчивым, убедительным образом доводит благоприятную информацию о товаре/услуге продавца до потенциальных клиентов; включает рекламу, личные

продажи, мероприятия по стимулированию сбыта и PR. По мнению Ф. Котлера, комплекс продвижения представляет собой специфическое сочетание средств рекламы, персональной продажи, стимулирования сбыта, связей с общественностью и инструментов прямого маркетинга. [1, с. 128]

Все авторы, в контексте определения понятия «продвижение», выделяют также различные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций и прослеживают взаимосвязи между теми или иными составляющими процесса продвижения. Учитывая достижения отечественных и зарубежных исследователей, можем сделать вывод, что продвижение гостиничной услуги – это совокупность мероприятий коммуникационного и технического характера, направленных на установление связей между всеми участниками цепи движения гостиничной услуги с целью её реализации и получения экономической выгоды гостиничными предприятиями.

В начале 2017 года средняя стоимость размещение в номерах пятизвездочных отелей РФ значительно выросла [2, 3]. При этом стоимость размещения в четырехзвездочных гостиницах выросла на 27%. Меньше всего выросли цены на размещение в трехзвездочных отелях – на 23,5 % [3]. При этом качество сервиса в большинстве отелей заметно уступает общемировому, что признают сами отельеры. Причиной, прежде всего, является неэффективный менеджмент. Гостиничный бизнес в России был всегда привлекательным для инвесторов. Объекты нижнего сегмента окупаются у нас за четыре-шесть лет. В Европе нормальным сроком возврата вложенных средств, считают 12 – 15 лет. В бизнес входили некомпетентные специалисты, заинтересованные в получении прибыли без учета профессиональных подходов. Возникали существенные ошибки еще на стадии запуска проектов: при проектировании, расчете количества и категории номеров, выборе места расположения, управлении персоналом, организации работы с клиентами, что привело к полной неспособности обеспечить качественный сервис [4]. Сегодня в гостиничный бизнес начали приходить квалифицированные наемные управленцы, которые понимают, как нужно организовать работу, подобрать коллектив и, главное, продвигать услуги [5].

На рынке гостиничных услуг конкуренция за клиентов довольно жесткая. Поэтому привлечение корпоративных клиентов дело непростое. В организации работы отелей, в сегодняшнее сложное время, стоит обратить внимание на совершенствование работы по продвижению.

Основными инструментами продвижения становится [6]:

1. Использование сайтов – агрегаторов или предоставление информации о гостинице и наличии номеров с помощью поисковых систем. Но один из способов организации поездок – это привлечение к поиску travel – агентств. Когда клиент отправляется в путешествие, он часто не имеет времени и возможности забронировать себе билеты, трансфер, проживание и контролировать правильность всех данных. В этом за работу берется туристическое агентство.

Большинство таких компаний имеют, так называемые листы preferred – отелей, то есть отелей, которые являются наиболее привлекательными при бронировании. В заявке компания отмечает эти отели, и заказчика, а клиент сам выбирает лучший. Если все варианты размещения из этого списка на нужную дату забронированы, то тогда уже агентство начинает искать замену.

Приобщиться к списку preferred – отелей иногда бывает довольно сложно. По разным причинам отель попадает в список предлагаемых. Иногда, исторически, так случается, что персонал мигрирует от гостиничной в корпоративную сферу, а иногда просто филиал предприятия расположен рядом с отелем.

Стоит отметить, что в списке preferred – отелей попадают в основном крупные отели и сети отелей, однако небольшие гостиницы тоже имеют нишу на этом рынке. Большое значение имеет «сарафанное радио» и хорошие отзывы гостей.

2. Предоставление скидок на проживание. Иногда для привлечения клиентов отельеры идут на разные экономические хитрости. В некоторых случаях, отель, так хочет получить клиента, что делает минимальное предложение стоимости проживания. Клиенты могут получить мизерные цены на все сезоны, и у них не остается причин для отказа. Конечно, это демпинг и не каждый отель может себе его позволить. На демпинговых ценах не можно просуществовать долго. Возникает вопрос, зачем работать без рентабельности? Ответ, конечно, заключается в получении гостиницей клиентов и создания репутации. Также, важным является, загрузка отеля в не сезон.

3. PR-мероприятия по формированию имиджа отеля. Нельзя забывать и о репутации, как основной рычаг неценовой конкуренции. Отели высокого уровня проводят PR – мероприятия. В отеле можно осуществлять культурные, социальные мероприятия, симфонические или джазовые концерты, с соответствующим освещением этих событий в средствах массовой информации.

4. Применение гибкого индивидуального подхода к каждому клиенту. Имеет значение гибкость и готовность к решению проблем, которые могут возникать; разнообразные подарки, небольшие сувениры для гостей. Важно улыбаться гостям, интересоваться, как проходит поездка, проявить теплое человеческое отношение.

5. Проведение MICE мероприятий. Корпоративные клиенты – это не только бизнес-путешественники, но и группы, что приезжают на совещания, конференции, встречи, или поощрительные туры. MICE – сектор (Meetings – Incentive Conferences-Events – встречи, поощрения, конференции, мероприятия) пришел к нам из западных стран.

Резюмируя выше сказанное, отметим следующие способы продвижения: работа с системами GDS (Global Distribution System), работа с агентствами, личные отношения с представителями компаний, работа на имидж и репутацию, проведение PR-мероприятий для профессионалов и бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 14-е издание. — СПб.: Питер, 2015. — 800 с.
2. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм): Официальный сайт [Электронный ресурс] / Туризм в России - Электрон. дан. - Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/> (дата обращения 27.08.2017 г).
3. Федеральная служба государственной статистики (ФСГС): Официальный сайт [Электронный ресурс] / Официальная статистика - Электрон. дан. - Режим доступа: http://www.gks.ru/connect/rosstat_main/ru/ (дата обращения 03.09.2017 г).
4. Золкин Е.Ю. Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса в региональной рыночной среде : [интернет-технологии] / Е.Ю. Золкин, К.Ю. Коновалова // Вестн. экспертного совета. – 2015. - №2(2). – С. 17-24.
5. Корнеева Е.Б. Технологические аспекты продвижения хостелов в популярных социальных медиа : [продвижение гостиничного продукта] / Е.Б. Корнеева, Е.М. Чудаева // Рос. регионы : взгляд в будущее. – 2016. - №4(9). – С. 99-112.
6. Печерица В.Е. Особенности рекламы в гостиничном бизнесе // Рос. предпринимательство. – 2012. - №12(210). – С. 153-158.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИМИДЖА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Луцкая В.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире созданию имиджа уделяется очень большое значение. Чтобы понять, почему это происходит, необходимо обратиться непосредственно к определению данного понятия. Так, согласно Зазыкину В.Г., «имидж – это особый психический образ, сильно и определенным образом влияющий на эмоции, поведение и отношения личности или группы» [1]. Музыкант В.Л. дает более подробное и более частное определение имиджа организации: «мнение о данной организации у группы людей на основе сформированного у них образа этой фирмы, возникшего вследствие либо прямого контакта с ней, либо информации, полученной от других людей; по сути имидж фирмы — это то, как она выглядит в глазах людей, или – что одно и то же – каково о ней мнение людей» [2, с. 26-27]. Таким образом, в условиях высокой конкуренции его регулирующая способность позволяет влиять на выбор общественности, в частности, в сфере гостиничных услуг он является определяющим критерием, по которому потенциальные клиенты выбирают то или иное место временного размещения. Ввиду этого на создание благоприятного имиджа выделяются существенные суммы денег. Чтобы понять, как эффективно использовать их, необходимо рассмотреть, из каких факторов складывается имидж организации.

Согласно Лукиевой Е.Б., все элементы имиджа организации делятся на две группы: визуальные (к ним относятся логотип, бланки документации, служебные вывески и таблички, интерьер помещений и т.д.), которые способствуют «зрительному восприятию организации», и вербальные (фирменное имя, тексты, статьи, устная речь и т.д.), «формирующие позитивный имидж организации» [3, с. 109].

Если рассматривать конкретно элементы имиджа гостиничного предприятия, то здесь стоит уделить внимание мнению специалистов маркетинговой компании «Ingate», которые выделяют следующие составляющие.

1. Имидж руководства – положительный образ руководителя, необходимый для создания позитивного взаимодействия с потребителями и партнерами.

2. Образ персонала – состоит из ряда элементов: профессиональных компетенций, уровень культуры, индивидуальные свойства, профессионализм и т.д.

3. Имидж социальный – создание образа компании, предприятия по которому формируется мнение социальных групп населения, общественности.

4. Имидж продуктовый – к нему относят: цену, качество, функциональность, уникальность услуг и т.п. Следует подчеркнуть, что довольно часто имидж услуг и имидж предприятия отличаются.

5. Организационная культура – созданный нравственно – психологический климат на предприятии. Гордость сотрудников за свое предприятие, положительные отзывы персонала и т.п. дополняют имидж организации.

6. Фирменный стиль – к нему относят: фирменные цвета, дизайн, стиль, сайт, визуальный имидж компании. Помогает выделиться среди множества конкурентов.

7. Бизнес-составляющая имиджа организации – к ней следует отнести конкурентоспособность, репутацию, стабильность, деловую активность которые существенное значение имеют при взаимодействии с предприятиями-партнерами [4].

Имидж руководителя является базовой составляющей имиджа гостиницы в целом, так как любая организация может существовать и успешно функционировать только лишь при условии правильного выбора стратегии его управления. Таким образом, «имидж менеджера включает в себя стиль руководства, систему коммуникаций, внешнюю проекцию своего внутреннего состояния, потенциала и скрытых ресурсов через внешнее проявление» [5, с. 74]. Руководитель должен обладать такими качествами, как рационализм, всесторонне развитый интеллект, креативность, способность контролировать свои эмоции. Кроме того, немаловажное значение имеет понимание желаний клиента, наличие общего с клиентами представления о качестве оказываемых услуг. Так, например, Конрад Хилтон – основатель знаменитой во всем мире гостиничной сети Hilton Hotels – повысил имидж своего первого отеля за счет разрешения проблем с очередями, ведущими к потере клиентов, а также организации дополнительных услуг: продажи газет, журналов и т.д., что стало приносить огромный доход.

Персонал – это лицо гостиницы, поэтому он является одним из самых важных элементов, из которых складывается позитивный имидж гостиницы. Для поддержания имиджа самого персонала существует специальный набор общепринятых требований, регламентирующих коммуникации с клиентами:

- отношение к клиентам должно быть уважительным, приветливым, необходимо демонстрировать заинтересованность в создании комфортных условий проживания гостей;

- готовность предоставить оперативную помощь в решении возникших проблем и быстро ответить на любой вопрос постояльца;

- компетентность, способность предоставить всю необходимую, а главное, надежную информацию клиентам;

- умение не пререкаться с гостями отеля вне зависимости от сложившейся ситуации, разрешение конфликтов мирным путем [6].

Социальный имидж предприятия основывается на принципах следования организации потребностям общества, соблюдения признанных общественно-этических норм, открытости и ответственности бизнеса [7, с. 56]. Сюда, к примеру, можно отнести приспособленность гостиниц под проживание различных категорий населения (семей с детьми), а также под осуществление рабочих встреч (наличие конференц-центров, банкетных залов для официальных мероприятий и т.д.).

Продуктовый имидж гостиницы подразумевает разработку успешной ассортиментной политики, которая позволяла бы, во-первых, предоставлять продукты, находящиеся на разных стадиях жизненного цикла (внедрение, рост, зрелость, упадок), что помогает привлечь наиболее широкий круг потребителей, во-вторых – определить положение предприятия на рынке гостиничного бизнеса, чтобы определить специализацию ее услуг. Например, в курортных отелях большинство услуг составят оздоровительные услуги, в городских гостиницах – экскурсионные [8].

Основная цель организационной культуры – выработать у персонала определенный набор ценностей, способствующий его заинтересованности и преданности работе. Многие крупные гостиницы регламентируют основные принципы своей работы в целых сводах правил. Так, например, гостиничная цепь «Хаятт» придерживается следующих постулатов.

1. «Мы – новаторы, мы всегда впереди конкурентов. Новые идеи, открытость, гибкость, способность превращать недостатки в преимущества, поиск новых способов решений, старые задачи, поддержка чужих идей и осуществление перспективных проектов позволили нам занять место лидера на рынке».

2. «Мы работаем коллективно. Вся атмосфера в отелях нацелена на коллективную работу и взаимопомощь. Сотрудники полагаются на сильные стороны друг друга и ставят коллективные задачи выше личных».

3. «Мы заботимся друг о друге, поощряем чувство общности и сплоченности, уважения и поддержки друг друга».

4. «Мы многонациональны. Мы уважаем и ценим различия в культурах друг друга. Мы собираемся за одним столом, чтобы совместными усилиями решить проблемы и поставить перед собой новые задачи».

5. «Мы работаем на потребителя. Сотрудники «Хаятт» никогда не останавливаются на достигнутом, чтобы удовлетворить ожидания гостя и даже превзойти их, сделать обычное необычно хорошо; они относятся к каждому гостю индивидуально и предоставляют высококлассное профессиональное обслуживание» [9].

Фирменный стиль – это также одна из самых запоминающихся черт любой гостиницы. Поэтому многие крупные гостиничные сети вырабатывают свой собственный стиль, отличный от других, чтобы быть узнаваемыми среди прочих конкурентов. Данное понятие включает в себя широкий спектр моментов, начиная от цветовой гаммы интерьера и заканчивая дизайном документации. Примечательно, что в оформлении помещения Россия и Запад имеют совершенно противоположные тенденции. На Западе преобладающую роль играет деловой стиль, в то время как в России стремятся к «неординарности и вычурности» [10].

Наконец, бизнес-составляющая открывает гостиничным предприятиям возможности для сотрудничества с другими крупными компаниями. Так, например, сеть Hilton Hotels произвела инновационный прорыв, создав совместный проект круизного отдыха с компанией Festival Cruise. Сейчас данные отели обладают бонусной программой Hilton Honors, позволяющей накапливать баллы для бесплатных авиа- и железнодорожных перевозок в рамках пребывания в отеле [11].

Таким образом, можно сделать вывод, что имидж гостиничного предприятия – это сложное понятие, включающее в себя множество компонентов, которые нельзя рассматривать отдельно и которые только в своей совокупности смогут принести успех и конкурентоспособность отелю.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зазыкин, В.Г. Имидж организации: структура и психологические факторы эффективности / В.Г. Зазыкин [Электронный ресурс] – URL: <http://www.twirpx.com/file/35484/> (дата обращения: 01.12.2017).
2. Музыкант, В.Л. Формирование брэнда средствами PR и рекламы: учеб. пособие / В.Л. Музыкант. — М.: Экономистъ, 2006. — 608 с.
3. Лукиева, Е.Б. Теория и практика связей с общественностью: учеб. пособие. Часть 2 / Е.Б. Лукиева. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009. – 140 с.

4. Зеленова, Г.В. Основные элементы имиджа гостиничного предприятия / Г.В. Зеленова, С.В. Евецкая, К.С. Сасина // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – №. 6. – С. 5-8.
5. Сульповар, Л.Б. Особенности деятельности менеджера на предприятиях гостиничного бизнеса / Л.Б. Сульповар // Сервис Plus. – 2009. – №1. – С. 72-78.
6. Елисеева, Т.И. Организация и менеджмент гостиничного хозяйства / Т.И. Елисеева [Электронный ресурс] – URL: <http://www.twirpx.com/file/458758/> (дата обращения: 01.12.2017).
7. Касаткина, В.А. Социальный имидж организации: значение, основные цели и функции / В.А. Касаткина // Научный вестник Вф РАНХиГС. – 2015. – №3. – С. 56-59.
8. Тимошенко, З.И. Маркетинг гостинично-ресторанного бизнеса / З.И. Тимошенко, Г.Б. Муни, В.П. Дышлевой [Электронный ресурс] – URL: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ru/> (дата обращения: 01.12.2017).
9. Корпоративная культура и имидж отелей // ProHotel: портал про гостиничный бизнес. – 2007. – 3 апреля [Электронный ресурс] – URL: <http://prohotel.ru/news-6009/0/> (дата обращения: 01.12.2017).
10. Фирменный стиль отеля. Каким он должен быть? // ProHotel: портал про гостиничный бизнес. – 2007. – 6 апреля [Электронный ресурс] – URL: <http://prohotel.ru/article-6069/0/> (дата обращения: 01.12.2017).
11. Официальный сайт сети отелей Hilton [Электронный ресурс] – URL: www.hilton.ru (дата обращения: 01.12.2017).

ХАРАКТЕРИСТИКИ ТУРИСТСКОЙ УСЛУГИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Осина П.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Для эффективности работы турфирм необходимо четко понимать, что такое туристская услуга, какими особенностями она обладает и как правильно использовать данные особенности в связи с быстроменяющейся ситуацией на рынке.

Ф. Котлер считает, что «услуги — это объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворений» [1]. При этом он подчеркивает, что услуга не ведет к приобретению конкретного материального товара, так как она часто неосвязаема. Услугу нельзя потрогать, но можно почувствовать, например, катаясь на коньках, посещая концерты, получая знания, занимаясь скалолазанием. Все это выгодно как для потребителя данной услуги, так как

покупатель удовлетворяет свои потребности, так и для производителя, получающего прибыль от продаж.

Основываясь на приведенном выше определении понятия «услуга», дадим понимание туристской услуги. Туристская услуга - это результат деятельности организации или индивидуального предпринимателя по удовлетворению потребностей туриста в организации и осуществлении тура или его отдельных составляющих [2]. Туристские услуги могут включать в себя: гостиничное обслуживание, услуги переводчиков-экскурсоводов, проезд, питание и многое другое. Таким образом, комплекс туристских услуг является самым туристским продуктом. Чтобы туристский продукт соответствовал целям выбранного вида туризма, не противоречил общечеловеческим нормам, традициям и правилам при его формировании, необходимо учитывать основные характеристики туристских.

Выделяют четыре основные характеристики услуги: неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость качества, неспособность к хранению. Рассмотрим эти характеристики применительно к туристской услуге.

Неосвязаемость туристской услуги носит нематериальный характер, поэтому невозможно продемонстрировать, попробовать, увидеть в реальном происхождении и изучить тур до момента его получения. Турист должен удостовериться в надежности и в соответствии ожидаемого качества оказываемых услуг. Информация о туре должна быть предельно ясной, понятной, четкой, чтобы туристу можно было понять полезность именно этой услуги. Турист получает впечатления от отдыха, эмоции, заряд сил энергией, которой хватит на следующий рабочий год. Поэтому туроператорам необходимо наиболее полно описать тур, чтобы приблизить его к осязаемости. Это можно сделать с помощью активной рекламной кампании, которая создаст эмоциональный образ тура, подчеркнет выгоды для туриста, облегчит поиск тура и позволит сэкономить время клиента исчерпывающей информацией о туре. Особое внимание следует обратить на тот факт, что персонал туристского предприятия должен быть высококвалифицированным, приветливым, знающим особенности тура на основе личного опыта. При этом специалисты обязаны отслеживать новые тенденции в отрасли и повышать уровень знаний, отправляясь в рекламно-информационные туры. Использование современных технологий, таких как онлайн-бронирование, интернет-сайты и др., создаст удобные условия для туриста в приобретении тура. Особенно важен послепродажный сервис, который сможет закрепить связь между

туроператором и туристом на доверительных основах и получить обратную связь для дальнейшего улучшения работы турфирмы.

Следующей характеристикой туристской услуги является неразрывная взаимосвязь производства и потребления. Это означает, что туристская услуга производится в момент оказания ее туристам. Туристскую услугу нельзя заранее купить и использовать, она требует определенных условий в данном месте и в определенное время. В туризме чаще всего производитель и потребитель встречаются лицом к лицу. Поэтому каждый сотрудник должен владеть информацией и опытом, донося ее от первого лица. Необходимо также учитывать, что турист является главной составляющей услуги, так как он создает сам определенную атмосферу, настроение в месте временного пребывания. Поэтому туроператор обязан обращать внимание на психологическое состояние туриста, выяснять мотивацию его поездки, чтобы подобрать соответствующий по атмосфере тур. При этом и работники туристских агентств, и клиенты должны знать все правила оказания услуги. Например, экскурсовод должен предупредить, что после посещения Музея-пряника можно за дополнительную плату попить чай.

Третьей характерной чертой туристской услуги является неспособность к хранению. Услуга не хранится дома у туриста, она реализуется непосредственно на самом отдыхе, в течение определенного времени. Также необходимо учитывать внешние факторы, влияющие на туристскую услугу: сезонность, природные явления, политические разногласия, санкции и др. Не всегда туроператор готов к высокому спросу, так как из-за нехватки предложения сложно в сжатые сроки изменить ситуацию. Отсюда вытекает вторичная особенность - гибкость, способность подстраиваться под непредвиденные обстоятельства, угадывая желания туриста. Для выравнивания спроса и предложения на туристскую услугу можно использовать онлайн-обслуживание, введение дополнительных мероприятий по привлечению туристов вне сезона, дарение сувенирной продукции, напоминающей о туре и прочее. Так, например, поступили в Санкт-Петербурге. В одной из гостиниц было проведено исследование по оценке заполняемости номерного фонда. В результате выяснилось, что заполнены в период «белых ночей» гостиница заполнена практически на 100%, а зимой заполняемость не поднимается выше 50%. Для решения проблемы по неравномерному заполнению номерного фонда в зимние месяцы стали организовывать мероприятия: Международный зимний фестиваль «Площадь искусств» (декабрь-январь), Международный фестиваль

«Рождественские музыкальные встречи в Северной Пальмире» (январь) и другие.

Туристские услуги обладают изменчивостью. Это четвертая характеристика туристской услуги. Это означает, что качество туристского продукта зависит от специалиста, который предоставляет данную услугу и от условий, в которых турист покупает данную услугу (политическая и экономическая нестабильность, природные катаклизмы, народные волнения, наложение санкций, сезонность и др.). Туроператор не может изменить условия, создавшиеся в обществе, но он может повлиять на работу своих специалистов. Все основывается на сформировавшейся атмосфере в момент оказания услуг: от доброжелательности, вежливости, коммуникабельности, внимательности персонала туристского предприятия. Примером по улучшению качества услуг является авиакомпания «Америкэн Эйрлайнз». На протяжении 20 лет все сотрудники придерживаются определенных правил. Например, 85% клиентов не должны стоять в очереди свыше 5 мин; 85% рейсов не должны опаздывать более чем на 15 мин; двери салона должны открываться через 70 сек. после остановки самолета; на борту лайнера должен быть необходимый запас журналов [3].

К вышеназванным особенностям услуг следует добавить особенность, которая характерна исключительно для туристской услуги - отсутствие пользования [4].

В современном обществе люди всегда стремятся чем-то завладеть, но приобретая туристскую услугу, они не могут контролировать ее. Поэтому появляется особенность - отсутствие владения. Туристская услуга осуществляется в определенный срок, ее действие ограничено. Поэтому после окончания тура турист прекращает владеть услугой. В этой связи следует отметить, что для того, чтобы не потерять связь с туристом, который уже получил туристскую услугу, туроператору необходимо создать привлекательный и уникальный бренд, разрабатывать узнаваемый фирменный стиль, формировать положительный имидж компании. Также эффективным способом поддержания отношений с клиентами служит установление гибких скидок на туристские продукты и оказание послепродажных услуг (поздравления клиентов с днем рождения, информирование о новинках, приглашение на семинары, организация встреч туристов-любителей). Так, например, туроператор Pegas Touristik в 2017 году ввел промокоды Pegas Touristik. При активации (за ноябрь – декабрь 2017 года) промокода туристу

предоставляется возможность участвовать в дальнейших акциях, а также получить скидку на турпродукт.

Проанализировав особенности туристской услуги, можно сделать вывод, что туроператоры находятся в очень жестких условиях при создании туристского продукта. Им необходимо не только разработать тур, сделать его уникальным, но и качественно обслужить и сохранить дружественные отношения с туристом в будущем, продолжить дальнейшее сотрудничество.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://detectivebooks.ru/book/38664912/?page=1> (дата обращения 10.11.2017).
2. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200025205> (дата обращения 10.11.2017).
3. Александрова А.Ю. Международный туризм. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docviewer.yandex.ru/view/0/?*=2PQkK299t62nWmf0PYyGFZh9iO97I (дата обращения 11.11.2017).
4. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] // Основные характеристики услуг. URL: <http://www.market-pages.ru/marusl/3.html> (дата обращения 13.11.2017).

НЕСТАНДАРТНЫЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Савельева Е.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире новые технологии затрагивают практически любую сферу деятельности, индустрия туризма не стала исключением. Эксперты заявляют, что мы идем к слиянию науки, технологий, искусства и бизнеса. Чем уникальнее продукт, его позиционирование и реклама, тем больше будет спрос на него. Бренд туристской компании, ее репутация среди отечественных и зарубежных общественно-политических и деловых кругов становятся первостепенными факторами продвижения общегосударственных и региональных внешнеэкономических и политических проектов, важнейшими конкурентными ресурсами для налаживания партнерских отношений. К инновационным методам продвижения бренда в туризме можно отнести:

1. Phygital – технологии в туристской сфере.

Phygital-маркетинг – это совокупность разнообразных инструментов, использующихся в рекламных и пиар-акциях, и характеризующихся переплетением реальности и компьютерной графики.

В настоящее время стало трендом представлять продукт или услугу через призму новейших технологий. Нет ни одной крупной компании, ни разу не применившей технологии в своих презентациях и рекламных акциях. Phygital-технология позволяет работать индивидуально с каждым клиентом и с минимальными финансовыми и временными издержками разрабатывать кампании, ориентированные только на целевых клиентов, которые могут выступить впоследствии в роли альтернативных рекламодателей. Видео, воспроизводящие рекламные phygital-кампании, с большой скоростью распространяются в интернете и выступают в роли своеобразной рекламы торговой марки или бренда.

Альтернативой могут послужить интернет-показы, т. е. онлайн-демонстрация услуг. Это позволит в виртуальной реальности добавить в такие видео спецэффекты и элементы шоу, которых не было при реальной съемке. Кроме того, возможно использование видеороликов. С их помощью можно представить интерактивные маршруты, туры, создать иллюзию присутствия в том месте, где бы человек хотел побывать, провести отпуск. Phygital-технологии – способ налаживания прямой коммуникации с потребителями. Важным является и проведение туристских конференций и выставок, рекламных акций с использованием 3D и 4D технологий показа.

2. Социальные медиа, работа с блогерами (Digital – маркетинг).

В связи с ростом популярности онлайн-бронирования возникла необходимость в коммуникации потребителя с брендом при помощи разнообразных каналов: от видео и фото до ссылки на онлайн-страницу. Поддержание активного и уместного присутствия на просторах всемирной паутины играет все более значимую роль в оценке доходов производителя.

Активность представителей брендов в социальных медиа оказывает сейчас гораздо большее влияние на продажи, чем когда-либо. По данным исследований социальная сеть Instagram влияет на решения о покупке у 42% опрошенных [1]. Чтобы не потерять свои позиции на рынке, бренду нужно общаться с потребителями через различные каналы. Потребителям важно делиться опытом и мнением о продуктах как со своим окружением, так и с более широкой аудиторией в интернете. 64% опрошенных отмечали, что обращаются к блогам или форумам перед тем, как воспользоваться необходимой услугой. На выбор 41% потребителей оказывает влияние мнение

блогеров [1]. Многие бренды уже с успехом ведут деятельность в социальных сетях, извлекая из этого много полезного.

Для того, чтобы оставаться актуальными и обеспечивать успешность своего бизнеса, туроператорам и турагентам нужно оптимизировать свою деятельность в сети. Работа с travel-блогерами и travel-журналистами, применение хэштегов в рекламных и пиар-акциях, вовлечение покупателей при помощи новых платформ и креативные варианты поощрения клиентов являются теми необходимыми решениями, без которых продвижение бренда в современном мире невозможно.

3. Product placement.

В переводе означает «размещение продукции». История скрытой рекламы в кино началась с американского мультфильма о моряке Папая в 1929 году. Герой наращивал силу при помощи шпината. Статистика показывает, что после выхода мультфильма потребление консервированного шпината в США выросло на 30% [2]. Product placement – это действительно эффективный инструмент продвижения бренда, но его нужно использовать грамотно и умеренно, не превращая фильм в один длинный рекламный ролик.

Существуют разные способы продвижения продукта, услуги или бренда с помощью данной технологии (таблица 1).

Таблица 1- Способы продвижения продукта, услуги или бренда с помощью Product placement

Вид	Описание
Визуальный	Показ рекламируемого продукта или логотипа бренда
Аудиальный: <ul style="list-style-type: none">• вербальный;• невербальный	<ul style="list-style-type: none">• актер или голос за кадром в разговоре упоминает название бренда;• звук, который является неотъемлемой частью продукта
Кинестетический	Непосредственное использование продукта актером в фильме

4. Событийный (event) маркетинг.

Суть данного инструмента рекламной кампании заключается в проведении мероприятий для целевой аудитории, чтобы сформировать позитивное отношение к бренду или продукту.

Мероприятия в рамках проводимой рекламной кампании помогают сформировать эффект причастности каждого из присутствующих. Благодаря личному опыту участия в той или иной выставке, связанной с брендом, человек быстрее запоминает его и испытывает позитивные эмоции, дружелюбие к производителям, подарившим ему их. Кроме того, реклама в рамках грамотно спланированного мероприятия не выглядит навязчиво, поэтому не вызывает у целевой аудитории неприязни [3]. В настоящее время на выставочных площадках все больше внимания уделяется подаче представленной экспозиции. Экспозиционные площадки выходят на новый уровень с помощью современных технологий.

Одним из современных инновационных методов экспонирования является интерактивный метод. Современному человеку нужны яркие впечатления и события, поэтому выставка в классическом ее понимании может показаться скучной. Что касается интерактивной формы выставки, то она подразумевает не только возможность обратной связи, но и использование передовых технологий, к которым относятся различные видеоматериалы. Рекламные и информационные ролики привлекают внимание посетителей в большей степени, чем статичные экспонаты.

Предпочтительнее использовать небольшие ролики, иногда можно демонстрировать познавательные мини-фильмы о тех странах, в которые компания организует туры. Кроме этого, посетители с помощью онлайн-консультанта в режиме реального времени могут «испытать» на себе выбранный тур с помощью интерактивной карты, изучить достопримечательности и объекты инфраструктуры, ознакомиться с экскурсионной программой, также они могут попробовать проложить самостоятельно маршрут в понравившейся ему стране.

Тем самым, благодаря интерактивной выставке, посетитель вовлекается в сам ее процесс. Также туристская компания может привлечь на себя внимание через участие в мастер-классах и оценивании, посетители могут высказывать свое мнение об экспозиции, участвовать в опросах, викторинах и конкурсах. Таким образом, выставка превращается в увлекательное мероприятие, в процессе которого участники активно взаимодействуют непосредственно с представителями компаний, которые предлагают им туры. Они могут высказываться, обсуждать и вносить свои предложения.

Подводя итоги, стоит отметить, что сегодня крайне необходимо обеспечение оснащенности процесса предоставления услуг любого вида современными техническими и технологическими средствами. Инновационные технологии и формы представления бренда способствуют узнаваемости и конкурентоспособности туристской компании на рынке, что, в свою очередь, влечет увеличение объема потребления предоставляемых услуг, достижения экономического успеха и прибыли компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. <http://www.forbes.ru/tehnologii/343331-issledovanie-auditorii-instagram> (дата обращения 10.11.2017).
2. <http://fingeniy.com/brending-prodvizhenie-brenda-v-internete/> (дата обращения 10.11.2017).
3. https://koloro.ru/blog/brending-marketing/kak_postroit_strategiu_prodvighenia_brenda.html (дата обращения 10.11.2017).

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ К ЗАГОРОДНЫМ ОТЕЛЯМ И ПАНСИОНАТАМ

Семенова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В период процессов глобализации и острой конкуренции на рынке гостиничных услуг, когда оппонентами загородного отеля стали не только прямые конкуренты в виде загородных средств размещения в регионе, но и заграничные отели, необходимо прибегать к нестандартным решениям по формированию лояльности гостей. Эта задачу актуализирует и проблема короткого пляжного сезона в средней полосе России, который в отличие от «турецких берегов» длится от 70 до 100 дней, что на фоне доступности заграничных путешествий существенно понижает конкурентоспособность российских загородных. В таких условиях борьба за клиента, особенно в период межсезонья, становится особенно актуальной.

По мнению специалистов по продвижению пансионата «Буревестник» (Нижегородская обл.) наряду с традиционными формами продвижения, такими как стандартные рекламные кампании, интернет-маркетинг, событийный туризм, существуют достаточно эффективные и в то же время недооцененные инструменты, одним из которых является благотворительность. Опыт работы

пансионата «Буревестник» показывает, что эффективность благотворительной акции можно значительно увеличить за счет вовлечения гостей в этот процесс посредством сбора денег для проведения мероприятий. Одним из ярких примеров удачной реализации благотворительных мероприятий является проект «Лето добрых дел» в пансионате «Буревестник».

«Лето добрых дел» - уникальное событие, длительностью 10 недель. В каждую субботу аниматорами пансионата были организованы какие-либо благотворительные мероприятия, на которых происходил сбор средств в фонд фестиваля для детей с ограниченными возможностями и ребят, попавших трудную жизненную ситуацию «От звезды до звезды». Организатором фестиваля ежегодно выступает благотворительный фонд «Жизнь без границ».

Изначально, на этапе задумки, проект виделся следующим образом: часть средств – пожертвования гостей, основная часть – около ста тысяч рублей – вклад компании. Собранные деньги предлагалось направить на улучшение технического оснащения какого-либо детского дома. Но после встречи с руководителем фонда Мариной Ефимовой, было принято решение о том, что пансионат «Буревестник» станет площадкой для проведения восьмого фестиваля «От звезды до звезды». Тогда, конечно, никто из руководителей пансионата и представить не мог, какое масштабное, во всех смыслах, событие ожидает.

Важно отметить, что помимо достижения имиджевых целей, проект внес реальный вклад в поддержку незащищенных слоев населения, что, ввиду ограниченной поддержки государства, является неоценимой помощью нуждающимся.

Проект «Лето добрых дел».

Каждую летнюю субботу с 17 июня по 19 августа на территории пансионата проходили благотворительные мероприятия, в которых предлагалось принять участие гостям пансионата:

- 17 июня – благотворительный кулинарный мастер-класс,
- 24 июня – благотворительный семейный квест,
- 1 июля – благотворительный творческий мастер-класс,
- 8 июля – благотворительный аукцион предметов детского творчества,
- 15 июля – благотворительный конкурс красоты,
- 22 июля – благотворительный аукцион,
- 29 июля – благотворительный фестиваль красок,
- 5 августа – благотворительный турнир по игре в «Мафию»,
- 12 августа – благотворительный фитнес-марафон,

19 августа – благотворительный концерт.

Для продвижения проекта и информирования гостей, аниматоры сняли вводный ролик об идее и смонтировали несколько коротких видео об особенных детках, которые транслировались по внутреннему телевидению и были одной из рубрик ежедневных видеонОВОСТЕЙ. Так же ролики были размещены в официальной группе пансионата «Буревестник» ВКонтакте, которая на тот момент имела более 3,5 тысяч подписчиков. Таким образом, видеоматериалы посмотрели более четырех тысяч человек, что само по себе неплохой результат для продвижения средства размещения.

Посещаемость благотворительных мероприятий, а главное, отклик в душе гостей, превзошли все ожидания: за лето участие приняли более трехсот неравнодушных отдыхающих, благодаря которым удалось собрать 43 000 руб.

Под эгидой «Лета добрых дел», пансионат пригласил воспитанниц детского дома к участию в ежегодном летнем конкурсе красоты «Жемчужина Побережья», который проводится для гостей «Буревестника» и близлежащих баз отдыха. Девочки выступили очень достойно, получили призы и подарки, а одна из них покорила жюри настолько, что стала победительницей конкурса. С одной стороны – это информационная подпитка проекта, но с другой – невероятная помощь этим девочкам. По прошествии четырех месяцев, из разговора с их руководителем, стало понятно, что эта победа настолько перевернула мир девушки, что у нее поменялась походка. Она поверила в себя, поняла, что она ничем не отличается от других, а в чем-то даже лучше обычных людей, которых воспитывали родители. Другая – шестнадцатилетний подросток, которую вернули из приемной семьи, была очень замкнутой и нелюдистой до события, но переборов себя и выйдя на сцену, она завоевала титул мисс скромность и теперь посмотрела на мир другими глазами. Возможно, этот маленький шаг на встречу детям из детских домов перевернет чью-то жизнь и даст шанс на становление нормальным членом общества.

Так же в рамках проекта, часть собранных средств (около шести тысяч рублей) пошла на подарки восьми детям с инвалидностью и детям из детских домов.

Важно и то, что в процесс сбора средств для фестиваля включились сами воспитанники детских домов – они с особым трепетом и любовью готовили броши и ободки на благотворительный аукцион, рисовали картины и шили игрушки своими руками. Благодаря им каждый гость, который принят участие в данном мероприятии, увез с собой на долгую память символ своего большого открытого сердца.

В качестве благодарности всем участникам проекта, аниматоры пансионата поставили номер – сняли клип на песню по мотивам проекта #ЖИТЬ, который ВКонтакте собрал более 5000 просмотров (в среднем видео в группе набирает около 500 просмотров).

Результатом этого масштабного проекта стала реализация восьмого фестиваля «От звезды до звезды», который прошел на территории пансионата «Буревестник» 18-19 октября 2017 года на средства, собранные в ходе благотворительной акции «Лето добрых дел». Без привлечения каких-либо спонсоров, «Буревестник» на сутки принял 168 человек с проживанием и питанием. Как итог – о средстве размещения много писали в социальных сетях, местных газетах и журналах, журналисты балахнинского телевидения подготовили целый сюжет об этом фестивале, пансионат посетили уполномоченные по правам ребенка в НО и по правам человека – с точки зрения повышения лояльности к бренду проект сработал на все 100%.

Таким образом, проект «Лето добрых дел»:

1. Решил основную задачу повышения лояльности к бренду.
2. Внес значительный вклад в социальную реабилитацию детей с ограниченными возможностями и детей, попавших в трудную жизненную ситуацию.
3. Научил людей помогать и не быть равнодушными к чужой беде.
4. Повысил лояльность персонала к предприятию, поскольку каждый от горничных до поваров был счастлив быть сопричастным к большому общему делу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алексеева О. В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук / О. В. Алексеева. – М., 2013. – 24 с.
2. Воронин А. Н. Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации / А. Н. Воронин, И. В. Крылова, Г. А. Громова // Вестник НАТ. – 2015. – № 2. – С. 40–43.
3. Зарванская А. В. Событийный туризм как динамично развивающееся направление в современных условиях [Электронный ресурс] / А. В. Зарванская, В. А. Чернобровкин // Материалы V Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум», 15 февраля – 31 марта 2013 года. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/3214.pdf>
4. Пастухова Е. Семь фактов о событийном туризме [Электронный ресурс] / Е. Пастухова. – Режим доступа: <http://азбука-гуриста.рф/vidy-aktivnogo-turizma/7-faktov-o-sobytiynom-turizme.html>

АРОМАМАРКЕТИНГ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Феофанова Н.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на сегодняшний день, чтобы быть конкурентоспособным в гостиничном бизнесе, нужно решить первостепенные задачи, такие как: освоение новых каналов сбыта (продвижения) услуг, расширение спектра дополнительных услуг, создание благоприятной атмосферы для гостей и др.

Для того, чтобы занимать лидирующие позиции на рынке гостиничных услуг отельерам приходится прилагать серьезные усилия, чтобы привлечь новых клиентов и сохранить уже существующих. Программы лояльности сегодня становятся эффективным инструментом, с помощью которого гостиничные предприятия пытаются удержать потребителей своих услуг [1].

Прекрасными воспоминаниями и незабываемым временем пребывания в отеле клиенты всегда делятся с друзьями и охотно возвращаются туда, где оказанные услуги не только соответствовали их ожиданиям, но и превосходили их. На наш взгляд, в условиях, когда на рынке гостиничных услуг изобрести что-либо новое для удержания своих клиентов с каждым годом становится все сложнее и сложнее, выигрывать будут те гостиничные предприятия, которые сумеют всесторонне воздействовать на своих гостей. Если выражаться образным языком, то «подключат к работе» все пять органов чувств человека не просто для создания его комфортного пребывания в отеле, а для воздействия на его эмоции. Тот факт, что отель должен создавать атмосферу домашнего уюта, чтобы человек не чувствовал себя оторванным от домашнего комфорта, не вызывает сомнений. Мы же считаем, что отели могут пойти дальше, так как у них есть возможности предложить гостю то, что, по ряду причин (нехватка времени, средств, отсутствие условий) не всегда можно получить в домашних условиях.

Одним из таких способов создания эмоций и впечатлений у гостей гостиничного предприятия, по нашему мнению, сегодня становится аромамаркетинг. Давно известно, что ароматы могут улучшать настроение человека и его физическое состояние, способствовать его гармонизации и расслаблению. Если рассматривать аромамаркетинг с теоретической точки зрения, то следует отметить, что это направление маркетинга,

основывающееся на использовании различных запахов и ароматов с целью стимулирования продаж, продвижения товара на рынке и благоприятного влияния на потребителя [2].

Аромамаркетинг в сфере гостиничных услуг выполняет сегодня ряд важных функций. Обратим внимание на основные из них.

Во-первых, он способствует удалению неприятных запахов, которые тяжело устранить даже при самой тщательной уборке гостиничных номеров.

Во-вторых, создает уникальную атмосферу.

В-третьих, при грамотном использовании создает чувственный образ места, в которое хочется вернуться снова.

В-четвертых, усиливает приятное ощущение комфорта.

Первым отелем, который начал применять аромамаркетинг в борьбе за своего клиента был отель Holiday Inn. Все отели Holiday Inn по всему миру используют один и тот же аромат в своих лобби. Российские отельеры не остались в стороне от этой, набирающей все большую популярность тенденции, и в 2014 году в отеле «River Park Ob Hotel» в Новосибирске были установлены приборы с ароматом «грецкого ореха» в холле, с ароматом «корицы» в спа-зоне и с ароматом «кофе» в ресторане.

После введения этого новшества было проведено анкетирование гостей с целью оценки их отношения к аромамаркетингу. В ходе исследования выяснилось, что 40% опрошенных запомнили ароматы отеля, и теперь эти ароматы вызывают у них устойчивые ассоциации именно с этим отелем и временем, проведенным в стенах этого отеля. Более половины респондентов (55%) отметили, что им понравилась благоприятная атмосфера, созданная в отеле. И только 5% гостей сочли новинку неподходящей для себя, объясняя это различными причинами (например, аллергическая реакция на определенный аромат или просто отсутствие интереса к подобным вещам) [3].

В свете вышесказанного, следует отметить, что профессионально подобранный аромат, который грамотно сочетается с интерьером и создает комфортную атмосферу, запоминается сразу, создавая эмоциональную связь между гостиничным предприятием (его брендом) и клиентами.

Сегодня, согласно отзывам потребителей, определен список ароматов, рекомендованный специально для гостиничного сектора. Так, например, холлы гостиниц рекомендуется заполнять ароматами цитрусовых фруктов, яблок, приятными запахами мелисы, лаванды. В зоне ресепшен уместно специально использовать ароматы кофе, благородных пород дерева, кожи, дорогих сигар и

напитков, таких как виски или амаретто. В ресторанной зоне рекомендуются ароматы капучино, хрустящего хлеба, смеси трав и специй.

СПА-зоны традиционно пользуются расслабляющими ароматами с нотками зеленого чая, лаванды или восточных сладких цветов – орхидеи, франжипани, османтуса. А для зоны бассейна прекрасно подойдут ароматы океанского бриза или морской соли, которые не только напомнят о прекрасном времени, проведенном на море или океане, но и помогут нейтрализовать нежелательные запахи.

В настоящий момент множество гостиничных предприятий рассуждают о важности удовлетворенности гостей. На наш взгляд, не лишним будет обратить внимание на создание эмоциональной связи между гостиницей и ее гостями. Ароматы могут надолго сохраняться в эмоциональной памяти человека и повлиять на его физическую активность в будущем в смысле повторного посещения именно этого гостиничного предприятия. Это подтверждают и исследования в области аромамаркетинга. Так, к примеру, ароматы часто используются как стимулы при изучении долговременной памяти человека. Устанавливается взаимосвязь запаха с определенным контекстом. Сенсорные стимулы обладают способностью возбуждать память и воображение, что часто сопровождается сильными эмоциями, сходными с теми, которые были испытаны в ситуации, связанной с определенным запахом [4].

В заключение, хотелось бы отметить, что возрастающая популярность аромамаркетинга в российских гостиничных предприятиях, по мнению экспертов, достигнет своего пика через 3-5 лет. Для гостиниц всегда было важно удержать клиента, оправдать ожидания гостя, поэтому отечественные отели будут стремиться к международным стандартам и применять с каждым годом новые инструменты инновационного маркетинга, например, такие как аромамаркетинг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. <http://www.mgmt.ru/magazin/articleb.html> (дата обращения: 24.10.2017).
2. Лоулесс Д. Энциклопедия ароматических масел. Пер. с английского Е. Незлобиной. – М.: КРОН-ПРЕСС, 2015. – 228 с.
3. Маркетинг, менеджмент. Журнал для профессионалов. [Электронный ресурс] URL: <http://www.mgmt.ru/magazin/articleb.html> (дата обращения: 24.10.2017).
4. Сагдеева Н.В. Сенсорный маркетинг как эффективный способ успешных продаж / Н.В. Сагдеева // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2016. – №10. – С. 63-66.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ КАФЕ- КОНДИТЕРСКОЙ)

Чижова К.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Являясь отличительной чертой рыночного хозяйства, конкуренция обеспечивает творческую свободу, создает условия для ее самореализации в сфере экономики путем разработки и создания новых конкурентных товаров и услуг. Сфера общественного питания традиционно считается одной из высоконкурентных как в масштабах мирового рынка, так и российского.

В условиях острой конкуренции на рынке ресторанных услуг предприятия должны уделять особое внимание анализу и повышению собственной конкурентоспособности среди равных по классу заведений. В отличие от рынка промышленных товаров и продовольствия, у ресторанов есть ряд особенностей в развитии собственной конкурентоспособности, одна из которых (и, возможно, самая главная) – возможность выделиться среди конкурентов за счет качества обслуживания, уникальных блюд, способов их приготовления и подачи [1, с. 57]. В частности, ни одно торговое или промышленное предприятие в настоящее время не может достичь превосходства над конкурентами по всем коммерческим параметрам из-за практически одинаковых характеристик продаваемого товара. Различие между предприятиями торговой отрасли состоит во многом только в средствах продвижения товаров на рынке. Рестораторы же оперируют такими особенностями своих услуг, как приготовление пищи непосредственно на месте по заказу (а иногда и в присутствии) клиента, эксклюзивность ряда блюд, уникальность способов и форм обслуживания. Гастрономический и кулинарный ассортимент ресторана может быть настолько индивидуален, что продуктовая концепция становится тем решающим фактором, который повышает общую конкурентоспособность заведения [2, с. 88].

В рамках данной работы нами был проведен анализ конкурентных преимуществ трех предприятий общественного питания (кафе-кондитерских) города Нижнего Новгорода, которые выступают прямыми конкурентами.

По данным 2ГИС всего в Нижнем Новгороде 99 организаций кафе-кондитерских/кофеен-кондитерских [3]. Выбор прямых конкурентов проводился нами по географическому признаку и ассортименту оказываемых

услуг предприятиями общественного питания. Все три кафе-кондитерских - «Ля Рошель», «Волконский» и «Шоколатье» - расположены на улице Большая Покровка и оказывают приблизительно одинаковый ассортимент услуг. Задача нашего анализа заключается в том, чтобы определить, какое из трех предприятий общественного питания обладает большими конкурентными преимуществами. Сравнительный анализ основных характеристик предприятий общественного питания «Ля Рошель», «Волконский» и «Шоколатье» для определения их конкурентных преимуществ представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ основных характеристик предприятий общественного питания «Ля Рошель», «Волконский» и «Шоколатье»

Конкурентные преимущества	«Ля Рошель»	«Волконский»	«Шоколатье»
Ассортимент	большой выбор, более 30 видов пирожных, а также торты и выпечка	около 20 видов пирожных, в основном выпечка	маленький выбор, около 10 видов пирожных
Место расположения	только верхняя часть города	верхняя и нижняя часть города	Только верхняя часть города
Вариативность представления продукции	красивое и разнообразное	ничем не выделяющееся	необычное и красивое
Интерьер	уютно и красиво	красиво, но неуютно	уютно
Стоимость изделий	средняя цена по отрасли	цена выше среднего по отрасли	средняя цена по отрасли
Средний чек	200 рубле	от 700 рублей	400 рублей
Музыкальное сопровождение	приятное музыкальное сопровождение	слишком громкое	современная фоновая музыка
Отзывы на сайтах	больше хороших, но не мало и плохих	много хороших отзывов	50/50 хороших и плохих отзывов

Исходя из данных таблицы 1 были отобраны 6 характеристик, которые наиболее важны для оценки конкурентных преимуществ каждого из рассмотренных предприятий (ассортимент продукции, место расположения, вариативность представления продукции, стоимость продукции, средний чек и отзывы на сайтах).

Нами был построен многоугольник конкуренции (рисунок 1).

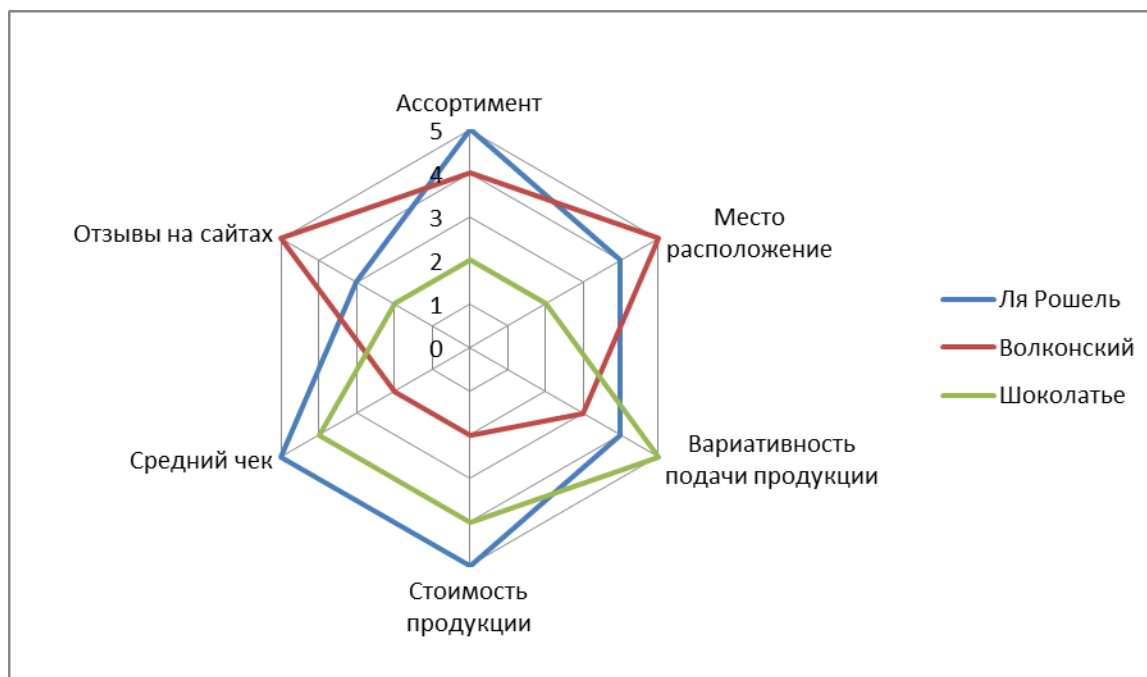


Рисунок 1 – Многоугольник конкуренции

Анализируя полученные данные, мы приходим к выводу что ни одна из рассмотренных кондитерских не имеет «ровного» многоугольника, который имел бы идеальные очертания. Больше всего приближена к «ровному» многоугольнику кондитерская «Ля-Рошель». Это означает, что именно она является на сегодняшний день более конкурентоспособной из трех рассмотренных нами предприятий общественного питания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: Учебник для вузов. - Люберцы: Юрайт, 2016. 570 с.
2. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов: Монография. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 272 с.
3. 2ГИС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://2gis.ru/novgorod> (дата обращения 12.11.2017)

Секция 10. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ТОРГОВЛЕ И ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ОЧКОВОЙ ОПТИКИ

Александрова К.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рынок очковой оптики относится к коммерческому сектору медицины, который настоящее время начал приобретать новую динамику в развитии. Об этом свидетельствуют изменения, произошедшие за последние 11 лет. На сегодняшний момент российский рынок очковой оптики оценивается в 12 млн. долларов США, ежегодно емкость данного рынка увеличивается в среднем на 1-1,5%.

Рынок очковой оптики можно разделить на четыре крупных сегмента: оправы, линзы, контактные линзы и аксессуары. Если рассматривать очки по целевому назначению, то их принято разделять на терапевтические для коррекции зрения, защитные и декоративные (имиджевые).

Еще одним весомым критерием сегментирования рынка очковой оптики выступает цена. В России представлены следующие ценовые категории:

1. Масс-маркет (в основном, в данном сегменте представлены очки китайских и российских производителей; цена в таком сегменте начинается от 100 рублей и имеет верхнюю границу 2000 рублей);
2. Средней ценовой категории (в данном сегменте представлены производители из Франции и Италии неизвестных производителей; цена колеблется от 2000 до 15000 рублей);
3. Люкс (в данном сегменте представлены бренды компаний Luxottica и Safilo (Италия), цены начинаются от 15000 рублей и доходят до 500000 рублей) [1].

Что касается деления на подсегменты, то с этой точки зрения интересен сегмент контактных линз, по принципу ношения он подразделяется на: классические (от года и более); плановой замены (1-3 месяца); непрерывного ношения (30 дней, затем замена); однодневные.

Кроме того, важно отметить, что российский рынок очковой оптики в основном представлен импортом продукции из Китая (76% импорта) и Италии

(10% импорта). Также представлены и производители из Франции, Германии, США и Японии.

Что касается сегмента солнцезащитных очков, то структура импорта в 2016 году представлена в нем следующим образом (Рис. 1).

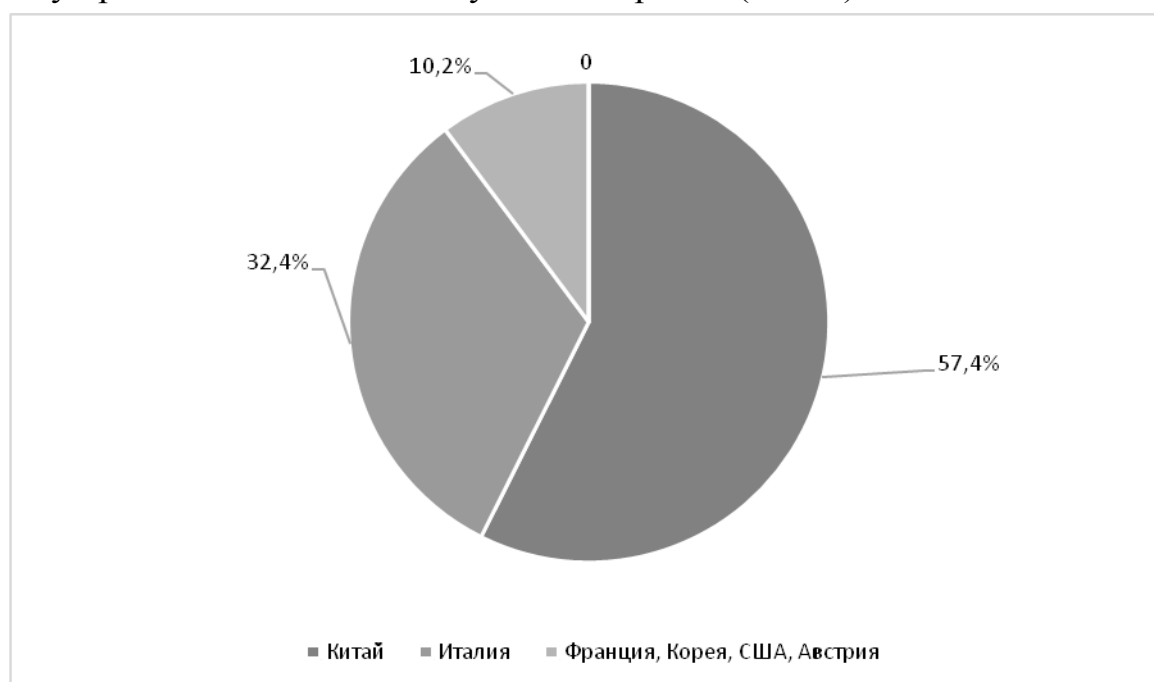


Рисунок 1. Структура импорта солнцезащитных очков в Российской Федерации за 2016 год [2].

По мнению экспертов рынка, стандарты потребления очковой оптики в России значительно ниже, чем в мире. Данный факт обуславливается сохранением непросвещенности потребителя (так как клиент не знает, что именно ему нужно, чем одно отличается от другого, за что он будет платить больше). Российский покупатель не приходит за качественной услугой, не проверяет свое зрение регулярно, а приобретает очки часто даже без какого-либо медицинского обследования. Что касается активности потребителей, то здесь российские покупатели оптики уступают покупателям из Европы и США, которые меняют свою оптику 1-2 раза в год, когда в России принято менять очки 1 раз в 4 года [1].

Система дистрибуции в Российской Федерации представлена следующими форматами продаж:

1. Салоны оптики (25%);
2. Магазины модной одежды (20%);
3. Киоски (10%);
4. Прилавки на рынках (45%).

Из всего вышеописанного можно сделать вывод, что российский рынок очковой оптики хоть и имеет тенденции к развитию, но еще сильно уступает

западным рынкам и рынкам США, что связано, в первую очередь, с непросвещенностью российского потребителя в вопросах необходимости качественной оптики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Краткий обзор российского рынка оптики – 2016. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.itigris.ru/ru/краткий-обзор-российского-рынка-оптики.
2. Российский рынок. Информационно-аналитический портал. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.russianmarket.ru/?pg=showdoc&iid=2946>
3. Рынок оптики и франчайзинг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.rusfranch.ru/presscenter/publications/1256/

АНАЛИЗ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ Г. НИЖНЕГО НОВГОРОДА

Дубяга О.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современный рынок общественного питания является мощно развитой отраслью. Как и основные социально значимые структуры - здравоохранение, социальное обеспечение населения - она решает значимые экономические и социальные задачи.

Индустрия общественного питания выражается в удовлетворении потребностей населения в организации питания по месту работы, учебы, вне дома в виде предприятия, выполняющего функции производства, реализации, организации потребления и досуга.

Рынок общественного питания развивается каждый день и включает в себя «смесь» форматов предприятий питания (рестораны, кафе, бары, столовые, закусочные, пекарни и т.д.) различной кухни и форматов реализации. Население заинтересовано в общественном питании. От качества удовлетворенности потребностей населения зависит здоровье, работоспособность, настроение и другие социальные факторы.

Нижегородский рынок общественного питания очень обширный и развитый. Он вмещает в себя различные форматы общественного питания – рестораны, кафе, бары, закусочные, столовые и т.д. На 2016 год было зафиксировано 1476 предприятий общественного питания, из них: кейтеринг (то есть оказание услуг общественного питания на удаленных точках – 40,

суши-бары, рестораны – 108, кафе-кондитерские, кофейни – 54, кафе – 796, кафе, рестораны быстрого питания – 67, бары – 242, рестораны – 119, столовые – 50

В Нижнем Новгороде больше развиты и остаются стабильными – кафе, рестораны и бары. Стремительно развиваются суши-бары, кафе/рестораны быстрого питания и маленькие предприятия (закусочные, пекарни и т.п.). Сокращаются на рынке число столовых, либо они переходят в другие форматы.

По мнению ряда экспертов-рестораторов, в этом году экономический кризис может серьезно повлиять на состояние нижегородского рынка общественного питания. Но мнения экспертов расходятся: одни настаивают, что в этом году могут уйти с рынка около 60% нижегородский кафе и ресторанов, другие же говорят о банкротстве 20-40% предприятий [1]

Однако, исследования статистики закрытий предприятий общественного питания свидетельствуют, что нижегородский рынок общепита находится в состоянии стагнации. Ежегодно в городе открывается много различных предприятий общественного питания, но спустя некоторое время столько же закрывается. Это можно объяснить высокими арендными ставками, поднятием цен поставщиками на продукты и уменьшением числа потребителей (это в свою очередь зависит от уменьшения доходов населения). На Нижегородском рынке удерживаются и даже расширяются сетевые компании общественного питания. Директор КГ ПИР А. Котюсов считает, что, чтоб удержаться на рынке, предприятиям общественного питания необходимо «готовить – вкусно и быстро, обслуживать – вежливо и приятно, дарить людям радость» [3].

Благополучное развитие индустрии общепита исходит из возрастания роли потребителя и производителя продукции данного рынка. В связи с этим происходит развитие и совершенствование маркетинга услуг общепита. На его основе разрабатываются методы полного удовлетворения потребностей, поиск нетрадиционных форматов обслуживания. Они в свою очередь увеличивают функциональность отдельных предприятий общепита и индустрии в целом.

Так для увеличения своей конкурентоспособности предприятиям общественного питания необходимо:

1. Систематизировать и централизовать снабжение (то есть налаживать контакты с надежными поставщиками и разработать схему поставок)
2. Выработать систему контроля качества продукции
3. Сокращать постоянные издержки производства
4. Сокращать издержки управленческого аппарата
5. Вкладывать и развивать технологическое оборудование

6. Улучшить обслуживание клиентов

Нижегородская область входит в пятерку лидеров по обороту общественного питания Поволжского Федерального Округа. Регион опережает Татарстан, Башкирия, Самарская и Пермская области.

В 2016 году в Нижнем Новгороде открылось 35 новых предприятий общепита с 1833 посадочными местами. Эти показатели в 1,5 раза больше прошлого года (в 2015 году открылось 21 заведение с 822 посадочными местами). 19 предприятий общепита открылись в жилых комплексах, 13 — в административных зданиях, два — в торгово-развлекательных центрах и одно заведение - в вузе. Также, необходимо отметить, что многочисленное открытие заведений приходится на весенне-летний период в местах отдыха и большого скопления народа. Наибольшее количество вновь открывающихся предприятий общественного питания располагаются в Автозаводском районе г. Нижнего Новгорода [2].

Больше всего было открыто заведений общественного питания такого формата, как кафе. Это обусловлено тем, что форматы таких заведений устанавливают демократичные цены. А за последний год было выявлено, что население выбирает заведения в среднем и низшем ценовых сегментах.

За прошлые года произошло существенное изменение форматов на рынке. Большой популярностью пользуются заведения японской кухни и пивных баров. Также вырос спрос на корпоративное питание. Руководство нижегородских компаний всё больше выбирают доставку готовых обедов. Так как собственные столовые содержать дорого, а открытие точки общественного питания в бизнес-центре в большинстве случаев невыгодно из-за высоких арендных ставок.

Немаловажный показатель индустрии общественного питания – это средний чек. В Нижнем Новгороде средний чек продолжает расти в пределах инфляции. В 2016 году, по данным ЕМИСС, средняя цена за обед в ресторане на 1 человека выросла на 10% и составила 1093 руб., средняя цена за ужин выросла на 6% и составила 2459,5 руб.

Крупнейшими ресторанными холдингами Нижнего Новгорода, лидерами рынка общественного питания по итогам рейтинга стали ГК «ПИР», ЕДА и КУЛЬТУРА project и "Домашняя Италия". По итогам рейтинга ресторанных холдингов, самое большое количество авторских ресторанов у ГК "ПИР", сетевых - у ЕДА и КУЛЬТУРА project.

Таблица 1 - Предприятия - лидеры по площадям заведений

Название ресторанной компании	Общая площадь заведения, кв. м	Авторские	Сетевые	Заведения компании в Нижнем Новгороде	Год осн-я в городе
1.ГК ПИР Котюсов А.Н.	5500	12	1	Салун «Папаша Билли», Чайхана «Тюбетейка», «Спорт-бар», Баварская пивная «Пирушка у Ганса», Паб Английское Посольство», Ресторан «Плакучая Ива», Итальянский ресторан «Ла Кантинетта да Роберто», Корчма «Веселая Кума», Кафе «Карамель», ресторация «Пяткинъ», «Строганов Стейк Хаус», Бассери «Гаврош», Восточные рестораны «Али баба»	1997
2.ЕДА и КУЛЬТУРА project Маркевич М.М.	5000	7	8	Литературное кафе Безухов , БУФЕТ, CELEDKA И КОФЕ, Б/У, MITRICH, NORA COMMUNITY, «MILO CONCERT HALL», городские кафе MOLOKO	2005
3."Домашняя Италия" Артамонов И.П.	1600	0	4	Рестораны «Домашняя Италия»	2011
4.«Арктур-НН» Жавнис И.А.	-	3	0	«Погребок Шато», «Никола Хаус», Кофе-бар «Мишель»	2000

Для развития Нижегородского рынка общепита предприятиям необходимо реализовать выгодные перспективы, например: доступность услуг для всех социальных групп; внедрение современных технологий как производства, так и реализации продукции; развитие и совершенствование наиболее перспективных форматов предприятий общепита; развитие кейтеринговых услуг, доставки; обучение и переподготовка специалистов производства и обслуживания; вкладывать в услуги маркетинга

По результатам проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

1. Нижегородский рынок общественного питания очень развит по количеству предприятий, по различию форматов предприятий, по ценовому сегменту, виду кухни и обслуживанию клиентов.

2. Конкуренция на нашем рынке высока, поэтому предприятиям общественного питания необходимо постоянное развитие, совершенствование и обновление.

3. В последние годы большей популярностью пользуются заведения в среднем и низшем ценовых сегментах, поэтому предприятиям необходимо уменьшать средний чек.

4. Экономический кризис повлиял на рынок общественного питания, спрос упал из-за уменьшения доходов населения, поэтому предприятиям необходимо разрабатывать программу привлечения клиентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. <http://www.r52.ru> (дата обращения: 20.11.2017)
2. <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 20.11.2017)
3. <http://www.domostroynn.ru> (дата обращения: 20.11.2017)
4. Лысенко Ю., Лысенко М., Таипова Э. Экономика предприятия торговли и общественного питания. Спб.: Питер - Москва, 2013. 416 с.

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ ПЕРЕРАБОТКИ ОТХОДОВ

Елистратова А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях рыночной экономики вопросы формирования и рационального использования финансовых ресурсов становятся достаточно актуальными.

Успешная работа любой организации невозможна без хорошо налаженной системы управления, основным критерием продуктивности которой является эффективное использование финансовых ресурсов.

Под управлением финансовыми ресурсами следует понимать деятельность органов управления, направленную на максимизацию объемов финансовых ресурсов и повышение эффективности их использования [2].

Объектом исследования в нашей статье выступает мусороперерабатывающее предприятие ЗАО «Управление отходами-НН».

Предприятие находится в Нижнем Новгороде по адресу: улица Суетинская, дом 1а, офис 410 Основной вид деятельности – сбор, обезвреживание, транспортировка, размещение отходов и др.

Цель написания статьи заключается в разработке метода управления финансовыми ресурсами.

Научная новизна состоит в создании модели оценки причин изменения финансового состояния для выявления периодов существенного ухудшения финансового состояния.

Цели управления финансовыми ресурсами:

4. избежание банкротства и крупных финансовых неудач;
5. максимизация рыночной стоимости фирмы;
6. максимизация прибыли и т.д.

Управление финансовыми ресурсами на предприятии осуществляется по следующим основным этапам.

1. Изучение общего объема формирования финансовых ресурсов.
2. Изучение соотношения внешних и внутренних источников формирования финансовых ресурсов.
3. Оценка достаточности финансовых ресурсов, сформированных на предприятии в отчетном периоде.
4. Оптимизация соотношения внутренних и внешних источников формирования собственных и заемных финансовых ресурсов.

Управление финансовыми ресурсами осуществляется через методы экономического анализа и финансовый анализ. На основании финансового анализа текущего состояния ресурсов проводится разработка рекомендаций, которые позволяют оптимизировать их структуру.

Компания «Управление отходами-НН» была образована в 2010 году. Главной задачей компании стало создание в рамках областной программы по обращению с отходами межмуниципальных мусоросортировочных комплексов, построенных по всем требованиям экологической безопасности.

Между Правительством Нижегородской области и ЗАО «Управление отходами-НН» заключено концессионное соглашение о создании и эксплуатации мусоросортировочного комплекса с межмуниципальным полигоном для размещения непригодных к переработке ТКО на территории Городецкого (19.01.2011г.) и Балахнинского (14.12.2012) района Нижегородской области сроком на 25 лет.

Вывоз и утилизация твердых бытовых отходов (ТБО) – одна из актуальных проблем в России, которая затрагивает многие сферы жизнедеятельности:

- ✓ экономическую;
- ✓ экологическую;
- ✓ жилищно-коммунальную.

Функционирование любой системы финансового управления осуществляется в рамках действующего правового и нормативного обеспечения.

Регламентируют работу с ТБО следующие российские нормативно-правовые документы: кодексы, законы и постановления; правила и нормы – строительные, санитарные, ведомственные; существующие стандарты и технические условия.

Государственная политика в такой отрасли отражена в первую очередь в федеральном законе от 24.06.1998 № 89-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об отходах производства и потребления». Закон определяет цели и основные принципы государственной политики в области обращения с отходами [3].

Как уже говорилось ранее, управлении финансовыми ресурсами организации осуществляется с помощью финансового анализа, посредством которого разрабатываются меры по улучшению финансового состояния организации и дальнейшему управлению финансовыми ресурсами. Одним из направлений управления финансовыми ресурсами является контроль своевременной оплаты от контрагентов.

Анализ финансовой отчетности представляет собой процесс, с помощью которого оцениваются прошлые и текущие результаты хозяйственной деятельности организации и ее финансовое положение. Но как обезопасить свою организацию от недобросовестных контрагентов, которые нарушают сроки оплаты за оказанные им услуги? Для решения вышеприведенной проблемы была разработана модель оценки причин изменения финансового состояния, которая поможет организации при подписании договоров, предусматривающих пролонгацию оплаты работ, услуг, обезопасить свой бизнес и проследить, чтобы сроки оплаты задолженности не приходились на периоды ухудшения финансового состояния.

Для более точной оценки и для того, чтобы понять, почему ухудшается финансовое состояние компании, нужно изучить динамику показателей платежеспособности предприятия за несколько лет поквартально.

Данная модель простая и её можно расширить до любых показателей, но так как банки и основные контрагенты организации основываются на платежеспособности организации, предлагается за основу взять самые главные показатели платежеспособности.

Специальная расчетная модель помогает выделить периоды существенного ухудшения организации, при помощи основных показателей платежеспособности:

- 1) Коэффициент абсолютной ликвидности;
- 2) Коэффициент текущей ликвидности;
- 3) Показатель обеспеченности активами;
- 4) Платежеспособность по текущим обязательствам [1].

В качестве исходных данных для составления модели потребуется данные бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

В своей статье я предлагаю рассмотреть работу модели на предприятии ЗАО «Управление отходами-НН», так как это предприятие оказывает услуги только по договорам, предусматривающим пролонгацию в независимости от контрагента (юридическое или физическое лицо).

Данная модель применялась на предприятии ЗАО «Управление отходами-НН» для проверки контрагента на платежеспособность (*Рисунок 1*), по результатам проверки можно сделать следующие выводы:

Как можно увидеть из Рисунка у контрагента на протяжении двух лет в третьем квартале показатели платёжеспособности нарушают границы нормативных значений, следовательно, с этим контрагентом при заключении договора нужно обращать внимание на дату оплаты, чтобы она не приходилась на квартал, где у контрагента есть проблемы с платежеспособностью.

Так как, что одним из направлений управления финансовыми ресурсами является контроль своевременной оплаты от контрагентов, мы предлагаем использовать данную модель ЗАО «Управление отходами-НН» для проверки «недобросовестных» контрагентов.

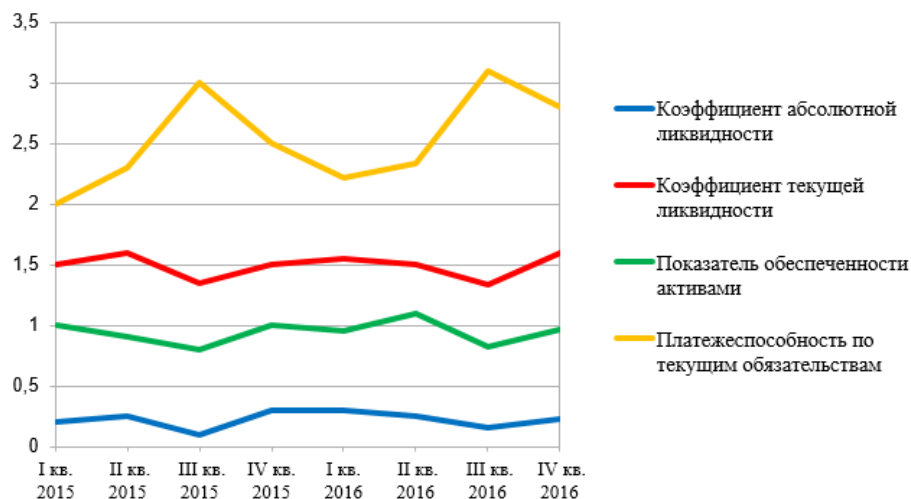


Рисунок 6 - Платёжеспособность ООО "Х"

Таким образом, управление финансовыми ресурсами играет важную роль в существовании самой организации. Финансовые ресурсы являются главным элементом деятельности любой организации, так как с помощью них происходит распределение денежных средств внутри организации и взаимодействие с внешней средой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вяткин В. Н., Финансовые решения в управлении бизнесом: учеб.-практич. пособие/ В. Н. Вяткин, В. А. Гамза, Дж. Дж. Хэмптон. – 4-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016. С. 50-51.
2. Кочетков И. В., Марченко С. М. УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ //Генезис экономических и социальных проблем субъектов рыночного хозяйства в России. 2017. Т. 1. №. 11. С. 32-36;
3. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в ФЗ «Об отходах производства и потребления» [Электронный ресурс]: федеральный закон Рос. Федерации от 24.06.1998 № 89-ФЗ. – Справочно-правовая система "Консультант Плюс" (дата обращения: 19.11.2017).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ И НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Евдокимова В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Для российского рынка общественного питания 2015 год был одним из сложнейших. В данный период произошло снижение потребительской

активности, которое было вызвано падением доходов населения, а также действием продовольственного эмбарго и обвалом национальной валюты. Крайне тяжелые условия были созданы за счет снижения трафика и повышение затрат, с которыми справиться удалось не каждому. Поэтому 2015 год оказался кризисным для российского ресторанного рынка.

Но уже 2016 год оказался переломным для российского рынка общественного питания. Хотя последствия кризиса все еще ощутимы, они проявляются в снижении потребительской активности, однако несмотря на это многие рестораторы в сложившейся после кризисной ситуации находят новые пути привлечения потребителей. Это в основном проявляется в экспериментальных и необычных концепциях, обновляются форматы предприятий и методы сервиса, активно используются локальные продукты и сырье собственного производства.

Темпы роста и развитие рынка общественного питания отражает динамика его оборота (Рисунок 1) [1]. Рынок общепита развивается достаточно динамично, что видно по данным диаграммы, так как оборот с каждым годом возрастает. Основными факторами роста стали увеличение материальных доходов горожан, то есть увеличилась покупательская способность; изменилась культура питания, стиль жизни; появились продуктовые инновации; технологические и технические инновации; ориентирование на требования моды и общества, что снижает уровень риска неликвидности продукции и услуг.

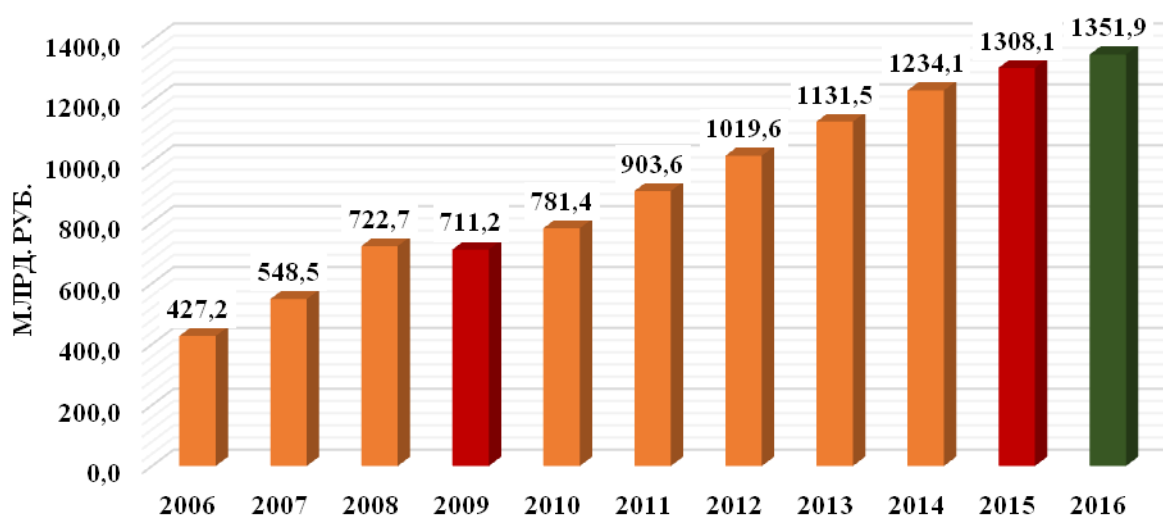


Рисунок 1 – Оборот рынка общественного питания в Российской Федерации за 2006–2016 гг., млрд. руб.

Рынок общественного питания, как и все рынки, очень чутко реагирует на влияние экономического кризиса. Россияне стали меньше посещать заведения

общественного питания и отказываться от дорогих блюд. Можно также отметить тенденцию перехода потребителей из дорогих ресторанов в средний сегмент и в предприятия фастфуда.

На сегодняшний день российский рынок общественного питания разделяется на три основных ниши, которые имеют отличительные особенности как по количеству участников, так и по объемам производства, а именно организации быстрого питания, рестораны среднего ценового сегмента и высокая кухня [2].

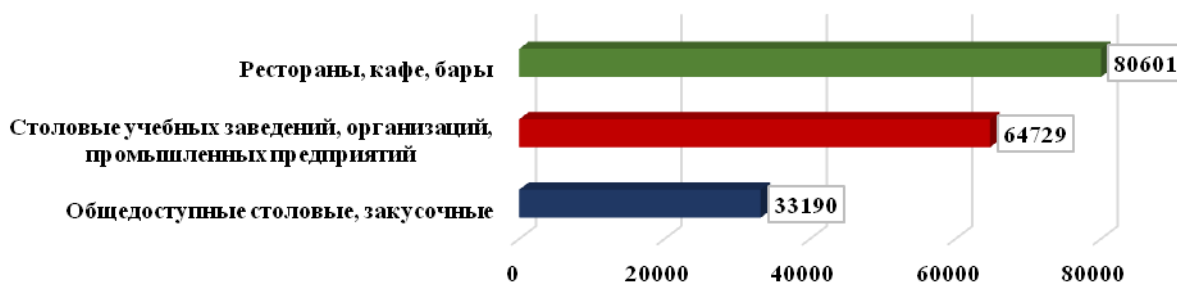


Рисунок 2 – Наличие объектов общественного питания за 2016 год, ед.

Рынок общественного питания в различных сегментах ведет себя по-разному. Среди демократичных предприятий, то есть заведений класса «casual», «фаст-фуд», пиццерий наблюдается быстрый темп роста количества посетителей. Они пользуются популярностью более чем у половины населения за такие качества как доступность и быстрое обслуживание. Сегмент фаст-фуда демонстрирует стабильно высокую динамику развития, поэтому за последние годы количество заведений, работающих в данном формате, увеличилось на 20 % [3].



Рисунок 3 – Структура рынка общественного питания в России в 2015 году, %

Что касается Нижнего Новгорода, то за 9 месяцев 2017 года на территории города открылось 35 предприятий общественного питания с числом посадочных мест – 1366, в том числе:

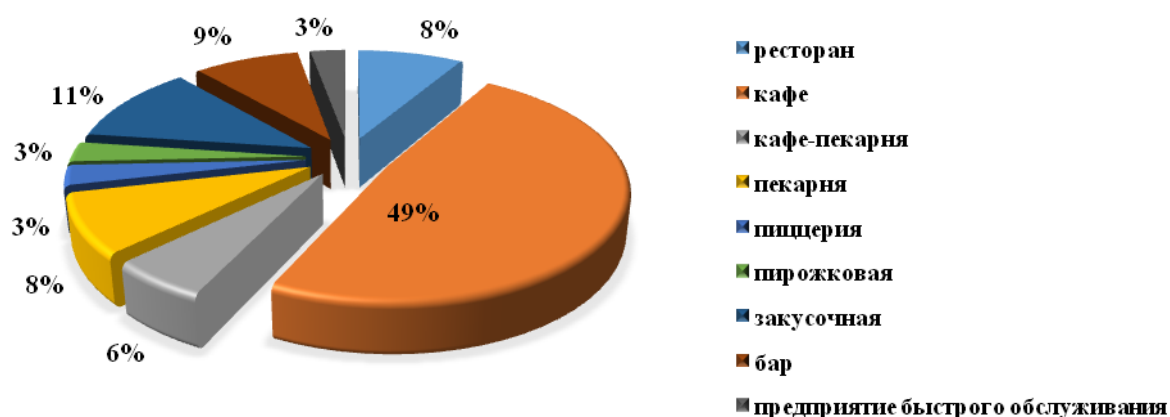


Рисунок 4 – Структура рынка общественного питания Нижнего Новгорода за 9 месяцев 2017 года, %

Предприятия быстрого питания на сегодняшний день активно расширяют свою деятельность, все больше охватывают одновременно несколько форматов и направлений. Открываются отдельные стационарные заведения, наращивается присутствие на фуд-кортах, в бизнес-центрах, в туристических центрах города, на открытом воздухе при помощи мобильных киосков. Также начинает активизироваться формат общественных столовых.

На основании этого перед предприятиями общественного питания стоит главная задача разработки плана практических мероприятий, которые смогут довести потребительский спрос до более высокого уровня. Необходимо разработать и внедрить систему мониторинга и контроля событий, прямо или косвенно влияющих на качество в повседневной работе предприятия. В ходе исследований было выявлено, что необходимо выделить факторы, которые позволят успешно уравнивать спрос и предложение на рынке:

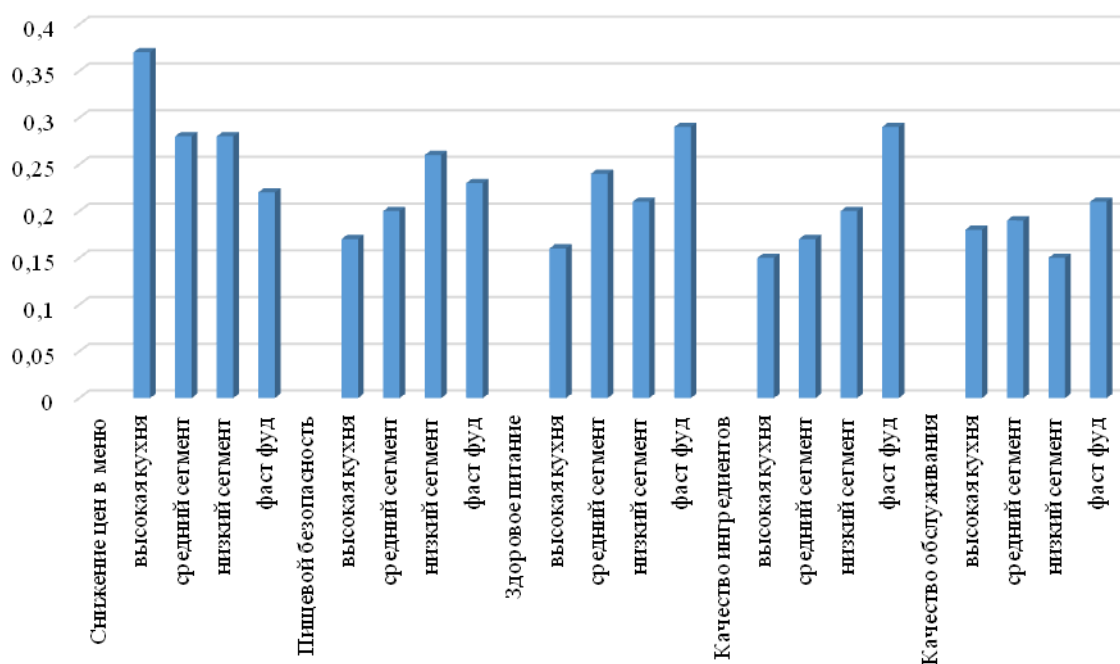


Рисунок 5 – Факторы, позволяющие повысить уровень потребительской активности в разных ценовых сегментах

По данным рисунка видно, что пять лидирующих мероприятий, которые повышают потребительскую активность: снижение цен, повышение уровня пищевой безопасности, внедрение элементов здорового питания и повышение уровня оплаты персонала. Причем, для разных сегментов, значимость тех или иных мероприятий разная.

Рестораны «высокой кухни», работающие в ценовом сегменте «выше среднего» и делают упор на снижение цен в меню. Рестораны, работающие в «среднем» ценовом сегменте, уделяют внимание на снижение цен в меню, позиционируют своё меню, как «здоровое питание», стараются повышать уровень обслуживающего персонала за счет увеличения уровня подготовки и оплаты сотрудников. Рестораны, работающие в ценовом сегменте «ниже среднего», улучшают свои позиции за счет повышения уровня пищевой безопасности своего продукта и стараются снизить цены и улучшить качество продукции. Рестораны «фастфуд», работающие в «самом низком» ценовом сегменте, активно избавляются от образа своей услуги как «вредной пищи». Поэтому много работают в достижении хорошего имиджа с элементами здорового питания, работают над улучшением ингредиентов и поставщиков, повышают уровень оплаты персонала, чтобы улучшить свои позиции в конкурентной среде.

Подводя итог, можно с уверенностью сказать, что общественное питание развивается стремительными темпами, это проявляется в организации новых

сегментов его структуры, а также в направлении деятельности предприятий с учетом индивидуальных особенностей и потребительских запросов. Развитие общественного питания напрямую зависит от внедрения в его систему новых направлений, усовершенствованных технологических процессов производства кулинарной продукции и обслуживания посетителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ахмадеева О. А., Идрисова А. И. Тенденции развития рынка общественного питания в России // Молодой ученый. 2016. №8. С.483-486.
2. Васильева, И.В. Технология продукции общественного питания: учебник и практикум для СПО / И.В. Васильева, Е.Н. Мясникова, А.С. Безряднова. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 414 с.
3. <http://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики (дата обращения 12.11.2017)
4. <http://нижнийновгород.рф> – Официальный городской портал Нижнего Новгорода (дата обращения 13.11.2017)
5. Обзор российского рынка общественного питания. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.marketcenter.ru/> (дата обращения 15.11.2017)
6. Российский рынок общественного питания. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/> (дата обращения 15.11.2017)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК

Жигунь А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Покупатель 21 века становятся все более требовательными к качеству и цене предлагаемых товаров и услуг, завоевать его лояльность становится все сложнее. Для повышения своей конкурентоспособности торговым компаниям необходимо постоянно совершенствовать бизнес-процессы внутри фирмы и вовремя реагировать на конъюнктуру изменения рынка.

«Бизнес—процесс» — это совокупность различных видов деятельности, в рамках которой «на входе» используются один или более видов ресурсов, и в результате этой деятельности «на выходе» создается продукт, представляющий ценность для потребителя» [1].

Наиболее эффективным является процессно-ориентированная модель управления, при которой организация воспринимается как сеть

взаимодействующих и взаимодействующих бизнес-процессов, нацеленных на конечный результат.

К ключевым бизнес процессам цепочки поставок торгового предприятия относятся:

1) Планирование (Plan).

Служит связующим звеном между процессами в цепи поставок, при этом каждый процесс является «потребителем» предыдущего и «поставщиком» следующего. На стадии планирования определяются источники поставок сырья; запасы и объемы производства, готовой продукции; материальные и финансовые ресурсы. Происходит объединение требований отделов снабжения, производства, доставки и продаж.

Планирование касается не только управления спросом и предложением, но и к управлению инфраструктурой компании: принимается решение производить и покупать продукцию, расширять или модернизировать производство, принимаются решения по управлению ассортиментной линейкой и жизненным циклом продукции.

2) Закупки (Sours)

Процессы снабжения включают закупку необходимого материала, его получение, приемку и постановку на учет. На стадии закупки заключаются договора с поставщиками и в дальнейшем ведется с ними работа по заказам и поддержанию отношений, проверяется качество входного сырья.

3) Производство (Make)

Относятся процессы по управлению мощностями производства, определяется потребность в оборудовании, проектирование технических и инженерных изменений. Составляется производственный график по выпуску продукции в соответствии с планируемым или текущим спросом. Производится контроль качества выпускаемой продукции, упаковки. Определяется внутризаводская логистика.

4) Доставка (Deliver)

Включает в себя управление процессами заказа, сбыта, складирования и транспортировки. Управление заказами включает в себе размещение заказов, создание и ведение клиентской базы, базы по товарам и ценам, работа с дебиторской и кредиторской задолженностью.

Управление складом включает комплектацию, упаковку и отгрузку продукции. Управление транспортировкой включает процессы по перемещению товаров с помощью внутрипроизводственного или магистрального транспорта в соответствии с маршрутом.

5) Возврат (Return).

На этом этапе рассматриваются возвраты, которые возникли на стадиях от производства до доставки. Определяется вид возврата, графики и пути по его переработки или уничтожения. Выявляются и привлекаются к ответственности лица виновные в возникновении возврата. Проводятся мероприятия по уменьшению возвратов.

Для эффективного анализа, планирования и проектирования цепей поставок разработана SCOR-модель. На основании этой модели процессы оцениваются по системе метрик, состоящих из четырех уровней. (рис.1)

На первом уровне компания разрабатывает стратегические карты цепи поставок, показатели эффективности на стратегическом уровне, проводит анализ стратегических показателей по принципу «план-факт». Определяются рамки и содержание используемой модели. Формируются конкурентные цели для цепей поставок.

Второй этап заключается в проектировании логистических цепей поставок в соответствии с требованиями разработанной стратегии, принципов и правил компании, с учетом применяемых технологий. Происходит разработка географической карты и диаграммы потоков по принципу «до и после оптимизации».

Третий этап состоит из описания составляющих элементов процессов в цепи поставок, их взаимосвязь, выявления «узких мест» процесса, разрабатывается оптимальный вариант. Описываются параметры и меры, которые необходимо использовать при оценке эффективности каждого элемента цепи поставок. Комбинация элементов определяет конкурентоспособность компании.

На четвертом этапе элементы процессов разбивают на составляющие их работы и операции. Происходит реализация проекта, его контроль и аудит.

Определяются процедуры внедрения улучшений в цепи поставок [2].

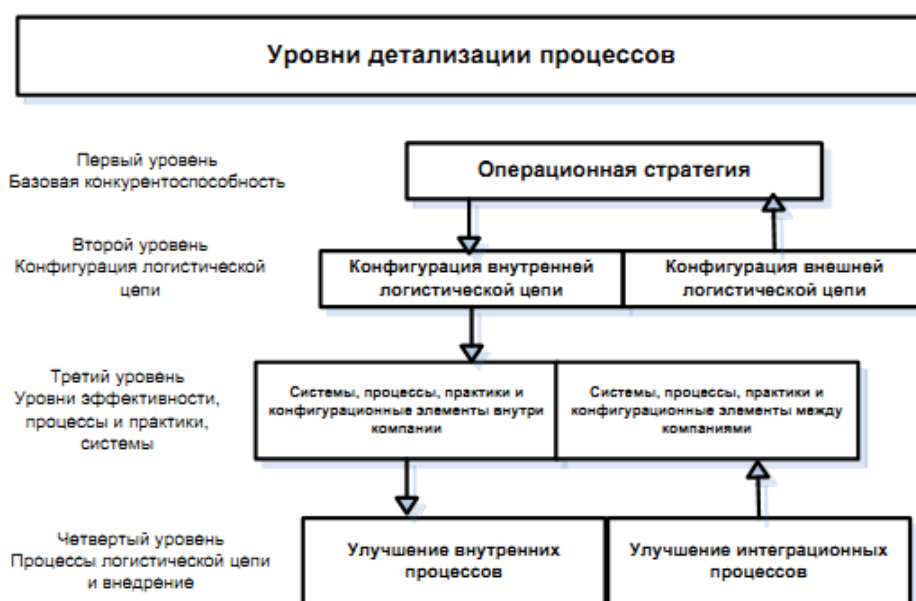


Рисунок 1 - Структура SCOR модели

SCOR модель наиболее точно описывает работу не только внутренних процессов системы, но и взаимодействие с внешним окружением в динамике, тем самым, повышая эффективность и конкурентоспособность всей цепи поставок.

Применение методов и инструментов SCM позволяет компании увеличивать свою прибыль за счет повышения уровня сервиса, точности поставок и прогнозирования спроса; сокращение затрат происходит за счет снижения уровня запасов, сокращения накладных и транзакционных издержек в закупках, складировании и сбыте, а также улучшения использования производственных и логистических мощностей [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпораций: манифест революции бизнес процессов. Спб : С.-Петербургский гос. ун-т, 1999.
2. Аникин Б.А. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика часть 3. М.: Проспект, 2016. С. 47-51.
3. Васильченко Н.Г. Современные системы управления предприятием. М.: Топ-Персонал, 2012. С. 320.

ОБОСНОВАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАСШИРЕНИЮ АССОРТИМЕНТА ПОСТФЕРМЕНТИРОВАННОГО ЧАЯ И УСКОРЕНИЮ ЕГО ТОВАРОДВИЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Карелина А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Товароснабжение розничной торговой сети – сложный комплекс торгово-оперативной деятельности торговых организаций и предприятий. Этот процесс включает оптовые закупки товаров у поставщиков, завоз товаров на склады и в розничную торговую сеть, формирование торгового ассортимента, хранение товаров и подготовку их к продаже.

Актуальность сформулированной в названии статьи проблемы заключается в недостаточно высокой степени обновления ассортимента в торговых организациях Нижнего Новгорода в части такой товарной позиции как чай Пуэр, формирование ассортимента которого сводится к представлению потребителю только ферментированного рассыпного чая. Постферментированный чай, практически, отсутствует, и его можно встретить только в специализированных магазинах, таких как «Китайский чай». Следует также учитывать, что экспертиза качества этого чая проводится на национальном уровне только в КНР.

Цель исследования, результаты которого изложены в данной статье состоит в представлении аналитической информации по проблеме и в разработке предложений по расширению ассортиментной позиции постферментированного чая Пуэр, стабилизации его товарных запасов, объемов продаж и, в целом, ускорения товародвижения.

Представим аналитическую информацию по следующим вопросам: характеристика договорных связей с поставщиками, определение критериев целевого сегмента потребителей на основе дифференцированного маркетинга и позиционирования чая Пуэр на рынке.

Успех отдела закупок в конечном итоге определяет надежность поставщиков. Работник, отвечающий за выбор поставщика, должен проводить тщательный поиск и анализ возможных поставщиков, причем анализ желательно проводить по нескольким критериям.

Основными источниками информации о выборе поставщика являются каталоги и прайс-листы, торговые журналы, интернет – сайты, выставки и

ярмарки, торговые представительства, переписка и личные контакты с возможными поставщиками. Главные критерии, на которых рекомендуется строить систему выбора поставщиков, на наш взгляд, это качество продукции, надежность поставщика, цена, качество обслуживания, условия платежа и возможность внеплановых поставок[3].

При помощи данных критериев можно оценить деятельность любого поставщика и выбрать наиболее подходящего. Не стоит сразу заключать долгосрочные договоры с поставщиками; необходимо в процессе совместной работы понаблюдать, как работает ваш партнер.

Розничное торговое предприятие предлагает большой ассортимент товаров и услуг, который должен отвечать запросам целевых потребителей и соответствовать стратегии позиционирования данного предприятия. При разработке стратегического подхода к определению целевого сегмента следует во многом исходить из месторасположения розничного торгового предприятия. Сегментирование рынка не может быть проведено без предварительного изучения потребителей. К наиболее распространенным следует отнести сегментацию по потребителям. Для более точного изучения проводится анкетирование.

По охвату рынка продвижение чая Пуэр можно отнести к стратегии дифференцированного маркетинга, который предполагает разработку и одновременное внедрение одного или нескольких товаров во все сегменты рынка с целью продвижения собственной торговой марки, а не отдельно взятого продукта.

По типу позиционирования чай Пуэр обладает эффективными лечебными свойствами. Он благотворно действует на органы пищеварения, улучшает работу желудка и кишечника, расщепляет жировые волокна и уменьшает уровень холестерина в крови. Основными функциями управления запасами являются планирование, мотивация, организация и контроль сохранности товарных запасов. Товарные запасы необходимы для бесперебойного обеспечения спроса покупателей.

Для ускорения товародвижения, на наш взгляд, можно провести потребительскую дегустацию образцов чая Пуэр. Так потребители смогут ознакомиться с его вкусом, ароматом. Согласно Стандарту GB/T22111–2008 «Продукт, контролируемый по происхождению Чай Пуэр» данный чай маркируют по схеме, указанной ниже. Лицевая сторона лепёшки Пуэра обычно состоит из надписей, которые можно разделить на определённые части:

название лепёшки, форма, логотип завода – его торговая марка, адрес завода, а также вес и сортность [1].



Рисунок 1-

Маркировка чая Пуэр

Маркировка Пуэра представляет собой буквенно–цифровой код, который содержит основную информацию о товаре. Она состоит, как правило, из 4 цифр (но иногда встречаются 3 или 5). Пример блина 7592 завода Да И (Рисунок 2).



Рисунок 2 - Маркировка Пуэра (буквенно–цифровой код)

Первые 2 цифры – это год, в который был запущен в производство данный рецепт. В нашем примере это 75 – 1975 год. Третья цифра – сортность чайного листа. Традиционно выделяется 14 сортов, однако маркировки удостоиваются только первые 9 (высшим считается 1).

Обозначение 1–4 чаще можно найти на Пуэрах, спрессованных в форме чаши (гнезда) и тыквы, а с 5 по 9 – на «блинах» и «кирпичах». В данном примере это цифра 9. Четвертая цифра обозначает фабрику, на которой производится или производился этот Пуэр:

1. Куньминская Чайная Фабрика
2. Фабрика Мэнхай
3. Фабрика Сягуань
4. Фабрика Фэн Цин или Ланьцан
5. Чайная Фабрика Пуэр (Сейчас Чайная группа ПуэрСо. Ltd)
6. Фабрика Лю Да ЧаШань («Шесть Великих Чайных Гор»)
7. Фабрика ГуаньЦзыЗай
8. Фабрика Хайвань

9. Фабрика Ланге

В данном случае это цифра 2 –Фабрика Мэнхай [2,4].

При планировании товарных запасов необходимо оценить покупательский спрос, предпочтения и платежеспособность покупателей, учесть потребности в товарах на основе портфеля заказов, договоров и нарядов на поставку конкретных товаров покупателям, оценить динамику объема продаж с целью прогнозирования необходимого объема потребления товаров.

Рассмотрев аналитические данные по проблеме, представим предложения по расширению ассортимента постферментированного чая и ускорению его товародвижения на предприятиях розничной торговли в целях удовлетворения запросов покупателей:

1. Изменить (модернизировать) элементы маркировки упаковки постферментированного чая Пуэр
2. Поскольку на упаковках предоставлена информация не на русском языке, то в целях улучшения ознакомления покупателей с данными маркировки и определения конечного выбора, целесообразно было бы обеспечить перевод.
3. Позиционирование марки продукта чая Пуэр, как укрепляющего здоровье человека и применяющегося для профилактики многих заболеваний (провести выставку-продажу с потребительской дегустацией образцов чая Пуэр).
4. Укрепление долгосрочных связей и взаимоотношений с поставщиками с учетом возможностей внеплановых поставок.
5. Использование системы бонусов, скидок для лояльных клиентов, предпочитающих чай Пуэр в розничных предприятиях Нижнего Новгорода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стандарт GB/T22111–2008 «Продукт, контролируемый по происхождению Чай Пуэр».
2. Герасимова В. А., Белокурова Е. С., Вытовтов А. А. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров. СПб.: Питер, 2009. 416 с.
3. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений - 2-е изд. М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2012. 228 с.
4. Шевченко, В.В. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: учебник [Текст] / В.В. Шевченко. М.: ИНФРА-М, 2011. 544 с.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Коликова Л.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время, в силу скорости изменений, происходящих на международном и российском финансовом рынке, становится сложно уследить за всеми передовыми тенденциями. Умение отмечать детали – один из залогов успешного анализа деятельности предприятия торговли. Каждый аналитик, принимающийся за исследование финансового состояния компании должен уметь обращать внимание на правильные аспекты, а также на их взаимодействие в совокупности друг с другом.

Многие экономисты в свое время обращали внимание на особенности оценки финансовых показателей организации. Рассмотрим мнения некоторых из них. В своей статье «Особенности оценки экономической стабильности функционирования предприятия» [1] Макаров С.В. придает огромное значение стадии жизненного цикла торгового предприятия в исследуемом периоде. Условно подразделяя все стадии на четыре этапа (зарождение, рост деловой активности, зрелость, спад), он выделяет особые характеристики, которым должно соответствовать предприятие, находясь в определенной стадии жизненного цикла. Например, Макаров С.В. считает, что на первом этапе зарождения важнее всего отслеживать прогнозные показатели, сравнивать их с фактическими и корректировать их при необходимости. Особое внимание он рекомендует уделять динамике структуры активов, а также показателям платежеспособности и финансовой устойчивости. На втором этапе деловой активности Макаров С.В. советует следить за стабильностью показателей финансовой устойчивости и платежеспособности, ведь если они не стабилизировались на предыдущем этапе, значит, необходимо что-то менять в маркетинговой стратегии торгового предприятия. Третий этап зрелости должен быть ознаменован контролем за показателями рентабельности продаж, активов, собственного капитала и т.д. Также следует обратить внимание на факторы износа материально-технической базы, так как моральное и физическое устаревание основных средств может привести к кризису в организации. Другим сигналом, свидетельствующим о снижении финансовой стабильности предприятия торговли может служить «омертвление» оборотного капитала, т.е. скопление на складах нереализованного товара. На этапе спада необходим

контроль всех показателей, так как все они имеют тенденцию к снижению. В этом случае рекомендовано изменение технологической платформы, использование инновационных технологий или новая маркетинговая политика организации.

Точка зрения Макарова С.В., несомненно, заслуживает внимания, но в сравнение с ней мы обратим внимание на слова Шароновой Г.В. В своей статье «Особенности анализа финансового состояния малых предприятий»[2] ведущую роль она уделяет анализу бухгалтерского баланса малых предприятий торговли, так как считает его одним из основополагающих и важнейших источников информации, так как на его основе можно рассчитать ряд важнейших показателей, таких как имущественное положение, ликвидность, деловая активность и т.д. Ценность предложенной Шароновой Г.В. стратегии заключается в том, что зачастую бухгалтерский баланс – единственный документ, имеющийся у аналитика в открытом доступе, в достоверности которого нет сомнений.

Синтезом мнений обоих экономистов можно считать суждение, выдвинутое в статье «Особенности анализа финансового состояния предприятия в рыночной экономике»[3], в которой Ильина Г.Г. условно подразделяет экономистов на два больших лагеря: те, которые считают, что финансовый анализ возможен лишь на базе бухгалтерского баланса и тех, кто считают что в данных исследованиях нельзя обойтись лишь данными бухгалтерской отчетности. Важным тезисом будет факт, что на базе бухгалтерского баланса возможен лишь ретроспективный анализ, в то время как современные тенденции развития мировой экономики требуют дополнительной информации о прогнозах. Еще больший объем информационных данных необходим для принятия инвестиционных решений. Бухгалтерский баланс является «снимком» состояния торгового предприятия на начало и конец года, имея поквартальные позиции. При этом бухгалтерский баланс фиксирует структуру пропорций ресурсов предприятия на конкретную дату, в то время, как данные показатели всегда прибывают в динамике. За счет стремительного развития компьютерных технологий информационная база, используемая при финансовом анализе предприятия, становится шире и достовернее, например, особенности развития отрасли, состояние рынка капитала, уровень инфляции и т.д.

Как мы можем наблюдать, не согласиться со словами Ильиной Г.Г. трудно, ведь провести ретроспективный и перспективный анализ предприятия торговли на основе лишь бухгалтерской отчетности практически невозможно.

Грамотный аудитор всего будет оценивать показатели компании в сравнении их с общими показателями конкурентов и принимать во внимание общую экономическую ситуацию в стране.

Какие же показатели являются основополагающими при проведении финансового анализа? Несомненно, это оценка денежных потоков, структуры капитала, долгосрочной платежеспособности, финансовой устойчивости, ликвидности, структуры активов и пассивов и анализ финансовых результатов.

Наиболее часто встающие проблемы в процессе финансовой оценки торгового предприятия можно условно подразделить на несколько групп.

Начнем с того, что огромную роль в любом исследовании или экспертной оценке играет человеческий фактор. Возможности анализа финансовой отчетности ограничены, так как здесь играет роль отношение экспертов к исследуемому материалу. Степень углубленности исследования не должна ограничиваться лишь рассмотрением тенденции на улучшение или ухудшения показателя.

Также важной проблемой бухгалтерского учета является проблема искажения бухгалтерской отчетности. Условно ее можно подразделить на две составляющие.

Во-первых, высокий уровень теневой экономики, вызванный тем, что многие предприятия, стремясь увеличить свою прибыль скрывают свои реальные финансовые показатели, показывая в отчетности те цифры, которые выгодны им. Данные мероприятия проводятся для того, чтобы сократить количество уплачиваемых налогов с прибыли, с заработной платы сотрудников, страховых отчислений и так далее. Подобные действия являются противозаконными.

Во-вторых, к искажению данных, предоставляемых в бухгалтерской отчетности ведет недостаточная прозрачность финансовой отчетности компании. Информационная прозрачность важна не только для инвесторов и государства, но и для самих владельцев предприятий, так как позволяет более оперативно реагировать на изменения, происходящие как внутри компании, так и на внешнем рынке.

Разумеется, перечисленные проблемы не являются единственными, но определенно являются основополагающими проблемами дезинформирования аналитиков и аудиторов.

В условиях современной экономики исключить все негативные факторы, конечно же, невозможно. Мир не стоит на месте, с новыми законами, нормативными актами и указами появляются легальные и теневые способы их

обойти, и с этим нельзя не считаться. Как же провести финансовый анализ предприятия торговли наиболее эффективно, принимая во внимание все его особенности?

Анализ финансового состояния компании, занимающейся коммерческой деятельностью, целесообразнее всего проводить в два этапа.

На первом этапе в краткосрочной перспективе дается общая оценка состояния предприятия, ликвидности, платежеспособности, структуры оборотных активов и т.д.

На втором этапе в долгосрочной перспективе исследуется формирование финансовых результатов и обоснование политики их распределения. Во втором этапе акцент делается на распределении ресурсов таким образом, чтобы обеспечивалась долгосрочная платежеспособность организации. Заключительной стадией второго этапа является поиск резервов и дополнительных факторов финансовой устойчивости предприятия.

Таким образом, финансовый анализ торгового предприятия, реализующего свои товары, работы или услуги на современном рынке имеет свои особенности, при невнимании на которые невозможна грамотная финансовая оценка, а значит, невозможны верные управленческие и инвестиционные решения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Макаров С.В. Особенности оценки экономической стабильности функционирования предприятия // Транспортное дело России. 2011. №4. С.163-166.
2. Шаронова Г.В. Особенности анализа финансового состояния малых предприятий // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. IV междунар. науч.-практ. конф. № 4. Новосибирск: СибАК, 2011.
3. Ильина Г.Г. Особенности анализа финансово состояния предприятия в рыночной экономике. // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Общественные науки. 2009. № 542. С. 69-73.
4. Идиятуллина Э.Р. Особенности оценки конкурентоспособности торговых и сервисных предприятий // Инновационная наука. 2016. № 5-1 (17). С. 94-97.
5. Смолина И.А. Особенности оценки бизнеса торговых организаций // Экономика и социум. 2017. № 8 (39). С. 244-249.
6. Чкалова О.В. Развитие лидеров российского торгового рынка на основе стратегий роста. // Менеджмент и бизнес-администрирование.- 2013 год.- №3. – С. 30-36.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КАК ОДНО ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ

Кузнецов Н.П.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Сфера услуг питания и досуга не стоит на месте и под влиянием общей экономической ситуации на потребительском рынке продолжает развиваться с учетом потребностей жителей и гостей города. Растет уровень сервиса, расширяются предлагаемые возможности, внедряются новые формы и методы обслуживания, несмотря на проблемы с импортозамещением и введенной новой системой ЕГАИС (автоматизированная система государственного контроля за объемом производства алкогольной и спиртосодержащей продукции).

Целью данного исследования является изучение состояния и развития рынка общественного питания как одного из перспективных направлений пищевой отрасли.

Основные задачи исследования:

- оценка темпов роста и развития рынка общественного питания;
- оценка динамики оборота.

Общественное питание занимает особое место в сфере услуг. Это обеспечивается появлением и внедрением новых технологий переработки продуктов питания, развитием систем коммуникаций, средств снабжения продукцией и сырьем, интенсификацией многих производственных процессов. Темпы роста и развитие рынка общественного питания отражает динамика его оборота. Рассмотрим динамику оборота общественного питания за последние десять лет.



Рисунок 1 - Оборот рынка общественного питания в Российской Федерации за 2006–2016г. млн. руб.

Из данных диаграммы видно, что оборот рынка услуг питания и досуга возрастает.

На данный момент Российский рынок услуг питания и досуга условно можно разделить на три основных позиции, которые отличаются как по количеству посетителей и представителям услуги, так и по объёмам производства: организации быстрого обслуживания, рестораны среднего ценового сегмента (класса) и высокая кухня.

Одним из самых привлекательных в сегменте общественного питания остается развитие сети предприятий быстрого питания и предприятий, предоставляющих посетителям дополнительные услуги. Они пользуются популярностью более чем у половины населения за доступность и быстрое обслуживание[1].

Область предприятий быстрого обслуживания показывает довольно высокий темп развития, за предшествующие время количество заведений, работающих в области данной сферы, увеличился на 30%. Предприятия быстрого обслуживания увеличивают свое функционирование, расширяя сразу несколько видов деятельности. Предприятия организуют постоянно действующие отдельные заведения, увеличивают свою занятость в местах массового скопления (парках и т.д.) в бизнес-центрах и торговых центрах, открывают закусочные открытым воздухом определенный период года. Наблюдается тенденция открываться специализированных питейных

ресторанов и пабов, расположенные в спальных районах, что объясняется более свободным временем у посетителей, т.к. не нужно добираться, например, до центра города или массового скопления мест досуга. Набирают популярность рестораны национальной кухни, которые дают возможность для потребителя отведать экзотические блюда и раннее неизвестные или не популярные виды кухонь. В сфере организации питания и досуга появилась возможность для развития специализированных заведений. Такими заведениями являются, например, кофейни, без которых невозможно представить не один мегаполис.

Кофейни на сегодняшний день представляют достаточно объёмную конкуренцию предприятиям быстрого питания, обслуживанию и ресторанам представляющие различные классы. Увеличивается количество заведений «free flow» («свободный поток): гости перемещаются по залу и самостоятельно выбирает блюда, которые иногда готовятся тут же. Рассматриваемый формат подразумевает большой ассортимент, демократичные цены, большое количество посадок и большую пропускную способность, так как он ориентирован на различные группы населения и уровень достатка.

Увеличение интереса к качественной кухне и комфортному сервису способствует популяризации специализированных предприятий «open kitchen» Открытая кухня представляет собой особую концепцию, в основе которой лежит стремление показать гостю, что все готовится честно, без секретов. Все чаще встречается в организациях общественного питания принцип поесть быстро и вкусно. Это уменьшенное по ассортименту меню, дающее возможность заказывать полупорции, изменять в блюде набор ингредиентов с учетом личных предпочтений, что позволяет сделать уникальное блюдо. На основании изложенного можно сделать вывод о том, что рынок оказания услуг питания и досуга активно развивается, влияние кризиса сказывается на данной сфере, но значительно слабее, чем в других отраслях. Эксперты высказывают мнение, что потребность в услугах питания и досуга пока еще не удовлетворена. Доля рынка общественного питания в данный момент используется не в полную силу, поэтому можно утверждать о высокой степени развития и роста сферы питания в будущем Развитие потребительских услуг и рынка в области общественного питания можно однозначно считать социально значимым, поскольку развитый сектор услуг констатирует развитость экономической системы в целом, ну а в микромасштабе пища является основой жизни человека. Мы-то, что мы едим[3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ахмадеева О. А., Идрисова А. И. Тенденции развития рынка общественного питания в России // Молодой ученый. 2016. №8. С. 483-486.
2. <http://www.gks.ru> (Дата обращения: 10.11.2017)
3. С. С. Скобкин — Экономика гостиничного, ресторанного и туристического предприятия. М.: Магистр, 2009. С.83.
4. <http://marketing.rbc.ru/> (Дата обращения: 10.11.2017)
5. <http://www.marketcenter.ru/> (Дата обращения: 10.11.2017)

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ПРЕДПОСЫЛОК СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО СПРОСА

Ледовских А.Р.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность и значимость составления бизнес-плана для торгового предприятия трудно переоценить. Бизнес-план является одной из самых важных составных частей планирования внутреннего устройства любой новой организации. Он предоставляет информацию о деятельности предприятия, показывает, как достичь главных задач, которые встают перед организаторами и создателями торговой организации. [4, с.256]. Бизнес-план может и призван помочь в привлечении необходимого инвестиционного капитала, а также оценке долгосрочных перспектив ведения и развития бизнеса.

Прежде чем начать сам процесс составления бизнес-плана, перед нами встают две наиболее важные задачи, которые необходимо решить в самую первую очередь. Во-первых, это оценка потенциального спроса на товары (услуги) предприятия, а во-вторых, это оценка динамики развития организации. Хотелось бы подробнее остановиться на проблемах анализа предпосылок составления бизнес-плана именно с точки зрения оценки потенциального спроса. Для начала необходимо дать определение самому понятию потенциального спроса. Потенциальный спрос - это потенциально возможный объем спроса покупателей определенного торгового предприятия на все товары, определённые группы товаров или на определённую марку товара. Он отражает возможность потребителей направить определённую сумму денег на приобретение товаров и услуг [1, с. 58].

Проанализируем проблемы, которые перед нами встают, когда мы хотим оценить и спрогнозировать потенциальный спрос на продукцию. Во-первых, для этого необходимо подбирать максимально объективные методы. Во-вторых, существует проблема высокой изменчивости показателя потенциального спроса. Рыночная ситуация отличается особой стихийностью, потому все расчёты и прогнозы, которые производит аналитик на определённый период, могут оказаться недостоверными. Исходя из вышесказанного, необходимо обратить внимание на такие проблемы оценки потенциального спроса как субъективность и нечёткость.

Анализируя возможные методы прогнозирования, отметим, что их условно можно разделить на две группы: эвристические методы (при их применении в основном преобладают субъективные начала) и на экономико-математические методы (при их применении преобладают объективные начала) [2, с 87].

К первым можно отнести: метод построения, который заключается в определении всех потенциально возможных потребителей и их последующем суммировании, и метод "поиска", который заключается в промежуточных оценках исчисления конечных потребителей, исходя из общего количества людей [3, с. 399]. Данные методы относятся к категории распространённых, но выводы, полученные с их помощью, могут быть весьма субъективны и впоследствии не совпадать с реальной картиной рыночной действительности. Объективная реальность рыночной экономики состоит в том, что очень трудно определить количественно устойчивые факторы, которые влияют на прогнозируемый нами процесс. В связи с этим составление среднесрочных, а уж тем более, долгосрочных прогнозов кажется затруднительным в нынешних условиях.

К другой группе (экономико-математическим методам) можно отнести статистические, а также маркетинговые исследования; информацию, полученную от конкурентов данной отрасли; а также экономико-математическое моделирование [3, с. 399]. Экономико-математические методы наиболее эффективно используются при краткосрочном планировании. Данные статистических исследований весьма хороши и показывают объективную картину, но они могут применяться только в случае составления бизнес-плана уже для развития торговой организации. Для создания бизнес-плана новой, только открывающейся организации данный метод, к сожалению, не подходит. Что касается маркетинговых исследований, то для них характерны ситуации несовпадения того, что потребитель говорит в исследовании и того, что он

делает или сделает на самом деле. Но в целом, они также эффективно работают. Если говорить об информации, которую мы можем получить от конкурентов, то следует сказать о необходимости корректировки этих данных, а также выбора предприятия, которое будет сопоставимо с выбранным нами объектом исследования. При экономико-математическом моделировании показателя спроса на продукцию торгового предприятия может быть применена группа методов - экспоненциальное сглаживание, а также прогнозирование, которые основаны на применении ранее совершенных прогнозов тенденций развития спроса и самых свежих материалов о продаже товаров. Но можно сказать, что этот метод применяют крайне редко.

Прогнозирование потенциального спроса на продукцию (товары и услуги) торгового предприятия реализуется самыми различными методами, но мы считаем, что необходимо осуществление комплексного подхода, который бы позволил учесть все недостатки, а также достоинства применяемых методов. Использование лишь одного или даже двух методов оценки потенциального спроса, мы не получим объективную, близкую к реальности информацию. Нужно использовать различные методы в комплексе.

В бизнес-планировании анализ рынка сбыта обязательно должен содержать исследование спроса на продукцию торгового предприятия. Спрос определяется тремя главными показателями: во-первых, это количество товаров, которые необходимы для наполнения рынка; во-вторых, это оптимальная стоимость данных товаров; а в-третьих, количество клиентов, которые готовы купить товары.

Таким образом, мы рассмотрели проблемы анализа предпосылок составления бизнес-плана с точки зрения оценки потенциального спроса в торговом предприятии. Этот показатель является непредсказуемым и сложно прогнозируемым, но его изучение очень важно для эффективной работы всей организации. Необходимо основательно подойти к его прогнозированию, иначе действия предприятия окажутся напрасными, если неправильно оценить потенциальный спрос на товары и услуги.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации: Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М. Магомедов. М.: Дашков и К, 2016. 292 с.
2. Балашов, А.И. Экономическая теория: Учебник. / А.И. Балашов и др. М.: ЮНИТИ, 2015. 527 с.
3. Кобзева Т.Я., Ястин М.Д. Современный взгляд на проблемы спроса и предложения российского рынка // Молодой ученый. 2015. №21. С.397-402.

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Мисонова Т.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Торговля является одной из важнейших отраслей экономики. Торговля, как инструмент рыночных отношений, выстраивает взаимосвязи между производством и потреблением, тем самым определяя направления развития производства в целях максимального удовлетворения спроса, и, как следствие, характеризует эффективность функционирования экономической системы государства.

В течение последних десятилетий в РФ произошли значительные перемены в экономической и политической жизни страны, которые не могли не повлиять на характер и условия функционирования всех отраслей народного хозяйства, в том числе изменения коснулись и торговли. Изменения, связанные с резким сокращением неорганизованной торговли, стремительным и масштабным развитием розничных сетей, возникновением острой конкуренции между крупными отечественными и глобальными международными торговыми сетями, создают новые условия для ведения бизнеса в розничной торговле.

Международные продовольственные сети демонстрируют высокие темпы развития и широкий масштаб охвата новых региональных рынков. Успешные международные компании создают серьезную конкуренцию федеральным розничным сетям.

Основными факторами, создающими условия для выхода торговых сетей за пределы национальных рынков, можно назвать высокую конкуренцию в странах базирования головной организации, барьеры со стороны законодательства, ограничивающие рост международных торговых сетей, развитие экономик других стран.

Актуальность выбранной темы заключается в возрастающей конкуренции между продовольственными сетями, как среди международных, так и с федеральными сетями.

Современные тенденции развития розничной торговли предполагают переход к интенсивному типу ее развития, т. е. укрупнении и усилении розничных сетей, сокращение стихийно организованных рынков, образование глобальных международных торговых сетей, обострении конкуренции между крупными федеральными розничными сетями. [1, с.78]

Как мировой, так и российский опыт подтверждают, что объединение магазинов в единую сеть — самый эффективный путь развития розничной торговли. В Европе сетевая торговля контролирует 70-75% розничного товарооборота, а в России — на уровне 20-30%.

Международные торговые сети - это форма оптово-розничной торговли, основной отличительной чертой которых является наличие у торговой организации большого числа торговых объектов во многих странах мира, действующих под единым брендом и стандартами. [1, с. 27] Бренд торговой сети является инструментом продвижения компании на международные рынки. Он даёт не только информацию о компании, но и формирует представления о качестве и характере обслуживания, создаёт образ компании в сознании потребителя.

Ежегодно World Retail Congress, компания Deloitte публикует рейтинг ТОП-крупнейших розничных сетей в мире (см. таблицу 1). В 2015 году оборот крупнейших мировых ритейлеров достиг 1.300.000 миллиардов долларов США. Уже на протяжении нескольких лет пятерка лидеров мирового ритейла не меняется по своему составу. «Ключом к успеху лучших ритейлеров мира является способность предвидеть структуру изменения поведения потребителей и обслуживать их, применяя инновационные технологии», объясняет Стефан Римбеф, эксперт потребительского рынка Deloitte.

Таблица 1- Лидеры мирового розничного ритейла 2015 г

№	Компания	Страна происхождения	Объем розничных продаж в 2015 году (млн. дол. США)	Основные форматы магазинов	Кол-во стран, где работает
1	Wall-Mart Stores, Inc	США	482130	Гипермаркет, супермаркет	30
2	Costco Wholesale Corp	США	116199	Центр мелкооптовой торговли	10
3	The Kroger Co	США	109830	Супермаркет	1
4	Schwarz Unternehmens Treuhand KG	Германия	94448	Дискаунтер	26
5	Carrefour S.A.	Франция	84856	Гипермаркет, супермаркет	35

6	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	Германия	82164	Дискаунтер	17
7	Tesco plc	Великобритания	81019	Гипермаркет, супермаркет	10

Рейтинг возглавляет американская компания Wal-Mart с оборотом 482 130 миллиона долларов, что в 4 раза превышает оборот конкурирующей компании «Costco», которая находится на втором месте с оборотом 116 199 миллиона долларов в год. Среди европейских ритейлеров- на четвёртом месте немецкая сеть «Schwarz Unternehmens Treuhand KG», оборот компании составляет 94 448 миллионов долларов.

Российский рынок является одним из привлекательных направлений экспансии международными сетями. В настоящее время на территории России уже многие международные компании строят свой бизнес, а именно Metro, Auchan, Spar, Billa, Attac.

Лидерами продовольственного ритейла среди иностранных компаний в России можно назвать сети «Ашан» и «Metro Cash&Carry».

В Россию «Ашан» пришел в 2002 году, открыв свой первый гипермаркет в городе Мытищи (Московская область). По состоянию на 1 сентября 2015 года сеть «Ашан» имеет 57 гипермаркетов, 95 магазинов в 6 федеральных округах и в 18 субъектах РФ. В течение нескольких лет «Auchan» является крупнейшим участником российского рынка торговли и занимает лидирующее положение. По итогам 2015 года компания занимает 3 место в ежегодном общепризнанном рейтинге крупнейших ритейлеров России INFOLine&Retailer Russia TOP-100. [5]

«Auchan Groupe» – транснациональная корпорация, работающая в 13 странах мира и управляющая 2964 гипермаркетами и супермаркетами (из них 1307 полностью принадлежащих Auchan SA и 1657 открытых по франшизе).

Metro Cash&Carry – международная сеть магазинов мелкооптовой торговли, была основана в Германии в 1964 профессором Отто Байсхаймом. Под брендом METRO Group по концепции METRO Cash & Carry действуют 766 центров мелкооптовой торговли в 29 странах мира.

В России развитие проекта Metro Cash & Carry официально началось 1 ноября 2000 года. Первые два торговых центра были открыты в Москве в 2001 году. Таким образом, на то время Россия была 21-ой страной, которая приняла концепцию METRO «Cash & Carry».

Успешность известных иностранных торговых сетей таких как «Auchan», «Metro Cash and Carry» на зарубежных рынках вызвана востребованностью

форматов, в которых работают компании (супермаркет, гипермаркет и дискаунтер), на долю которых в западных странах приходится уже более 90% продаж.

Процессы глобализации, происходящие в мировой экономике, означают для торговли необходимость освоения международных рынков. На передний план теперь выходит масштаб международной деятельности компании, а не сам факт работы иностранной компании на зарубежном рынке.

Почему же международные торговые сети стали наиболее эффективной формой торговли в настоящее время? Ответом служат конкурентные преимущества таких торговых сетей. Во-первых, это экономия от масштаба, консолидированные закупки. Крупные торговые сети обладают значительными финансовыми и трудовыми ресурсами. Во-вторых, длительный опыт работы торговой сети выстраивает налаженную систему управления, что в свою очередь влияет на эффективность организационной структуры компании. Использование нескольких форматов магазинов позволяет удовлетворять потребности каждого покупателя в любой стране мира. Крупные торговые сети с международным опытом быстрее внедряют современные технологии в организацию торговли.

Розничная торговля является сегодня одним из самых динамичных секторов российской экономики. Уже на протяжении нескольких лет Россия остается одной из первых по привлекательности стран для развития международных торговых сетей. По результатам последнего общемирового исследования компании CBRE «Насколько активны розничные сети?», в котором анализируются планы экспансии международных сетей в странах Европы, Ближнего Востока и Африки, Россия заняла третье место.

Определённо, международные торговые сети являются важным элементом современной торговли. Обладая финансовыми, материальными, трудовыми ресурсами, крупные транснациональные компании имеют огромный потенциал для международного развития и экспансии в различные страны мира.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Хасис, Л.А. Розничные торговые сети в современной экономике. М.: Эдиториал УРСС, 2004. 78 с.
2. Официальный сайт компании «Ашан» [Электронный ресурс]. –Режим доступа: URL: [http:// www.auchan.ru](http://www.auchan.ru) (дата обращения 08.11.2017)
3. Официальный сайт компании «METRO Cash&Carry» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.metro-cc.ru/public> (дата обращения 08.11.2017)

4. Дистрибуция: крупнейшие ритейлеры мира// Promodis эксперт дистрибуции. [Электронный ресурс] – URL: http://promodis.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1110:distribucziya-10-krupnejshix-ritejlerov-mira&catid=8:tendenczii-ritejla&Itemid=16 (дата обращения 16.11.2017)
5. Рейтинг INFOLINE RETAIL RUSSIA TOP-100 2014// InfoLine. [Электронный ресурс] – URL: <http://infoline.spb.ru/infoline-retailer-russia-top-100/> (дата обращения 20.11.2017)

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН КАК ВИРТУАЛЬНАЯ ВИТРИНА ДЛЯ РОЗНИЦЫ

Муратова С.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Во всем мире постепенно повышается количество товаров, которые продаются через Интернет-магазины. Формируется данный бизнес и у нас в стране, тем не менее, темпы его роста незначительны. Частично это связано с тем, что не у всех людей, имеющих доступ к Интернету, пользуются им чтобы совершить покупки. В существенной мере это определено отсутствием обычая приобретения товаров по каталогам. Тем не менее, неправильно думать, что для оформления заказа нужно разобраться в сложной системе, что отнимает много времени; остальные полагают, что оформление покупок через Интернет почти всегда связано с риском быть обманутым тем или другим способом. В большой степени подобные опасения вызваны недостаточностью информации о принципах работы интернет-магазинов и о наличии современных безопасных платежных систем, которые используются для оплаты товаров в интернет-магазинах.

Торговля - отрасль хозяйства и вид экономической деятельности, направленный на осуществление купли-продажи, обмена товаров, а также связанные с этим процессы: непосредственное обслуживание покупателей, доставка товаров, их хранение и подготовка к продаже. [1]

В данной статье рассмотрим такие направления торговли как розничная продажа и продажа товаров через интернет-магазин на примере сети салонов Оптики Кронос.

Розничная торговля или ритейл (от англ. Retail - «розничный, в розницу») - продажа товаров (услуг) небольшим количеством, поштучно. Осуществляется через предприятия розничной торговли. Объектом розничной торговли является покупатель, приобретающий товар, предназначенный для личного,

семейного, домашнего или иного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью. [2]

Рассмотрим особенности розничной и интернет-торговли на примере салонов Оптики Кронос.

Салон Оптики Кронос предлагает своему покупателю широкий ассортимент медицинских оправ, солнцезащитных очков и контактных линз, и других сопутствующих товаров. Так же есть услуга по проверке зрения высококвалифицированным врачом - оптометристом и услуги мастера по изготовлению очков исходя из индивидуальных особенностей клиента. На основе исследования практического опыта реализации розничной и интернет-торговли рассмотрим их особенности.

Особенности обычного розничного магазина:

Показательность – придя в любой розничный салон/магазин, Вы всегда сможете осмотреть на товар со всех сторон, потрогать, при необходимости примерить и на месте определиться с размером.

Мгновенное получение товара.

Возврат товара. Оформить возврат товара через обычный розничный магазин гораздо легче, чем оформить ту же процедуру, но на покупку через интернет-магазин. Вы сами приходите в магазин, где была совершена покупка удобное для Вас время и оформляете заявление на возврат.

Привычность. Есть еще такая категория граждан, которая по привычке покупает товары на рынках или через обычные магазины. Это как правило люди пожилого возраста и люди, которые обращаются с интернетом на «Вы».

Рассмотрим особенности интернет-торговли, реализуемой посредством интернет-магазина.

Современные сервисы Интернета позволяют решать почти все задачи, которые встают перед продавцом и покупателем: поиск товара или покупателя, коммуникация между продавцом и покупателем, электронные платежи, электронная доставка программ и т.д. Все большее количество товаров на сегодняшний день выгоднее и удобнее приобретать не в обычных, а в Интернет-магазинах.

Интернет-магазин (англ.online shop или e-shop) - сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ. [3]

Интернет-магазин обладает массой очевидных преимуществ как для продавца, так и для покупателя:

Цена. Как правило, цена в интернет-магазинах ниже, чем на аналогичные товары в розничной сети. Это обусловлено тем, что содержание такого магазина для владельца дешевле, а значит и наценка на товар – меньше.

Время. Все интернет-магазины работают 24 часа в сутки/ 7 дней в неделю. А это значит, что в любое удобное для Вас время Вы сможете оформить заказ на сайте интернет-магазина. Главное – наличие под рукой сети доступа Интернет.

Психологический комфорт. Посетители интернет-магазинов не испытывают давления со стороны продавца и не толкаются в толпе других покупателей, не ждут, когда подойдет свободный консультант.

Сравнение товаров. При выборе товара, покупатель может в любой момент сравнить цену и характеристики интересующего его товара на сайте другого интернет-магазина. Так же, немаловажными будут для покупателя отзывы других пользователей, размещенные на различных форумах и сайтах, содержащих отзывы.

Расширенный поиск. Практически любой сайт несет в себе такую функцию, как расширенный поиск. Где покупатель задает необходимые ему параметры, которые должны быть учтены в искомом товаре (цена, размер, цвет, производитель и т.д.).

География доставки. В основном доставка заказов в интернет-магазине настроена таким образом, что доставка товара осуществляется уже на следующий день в любую часть города и в удобное для покупателя время. Что нельзя сказать о розничном магазине, где и вовсе может отсутствовать услуга доставки.

Ассортимент. Каким бы широким не был ассортимент товаров в оффлайн-магазинах, далеко не всегда и не везде представлен большой и эксклюзивный ассортимент солнцезащитных очков и медицинских оправ одновременно. Поэтому подчас единственной возможностью купить такие уникальные товары - является покупка в интернет-магазине.

Немаловажной задачей является возможность предоставления розничным магазинам ассортимента интернет-магазина в качестве виртуальной витрины для удовлетворения потребностей своих покупателей.

Интернет-витрина предоставляет покупателям к просмотру товары и интерактивное меню для оформления заказов на Web-сайте продавца, а торговая система обеспечивает показ информации о наличии товара, автоматическое формирование заказа, управление прайс-листами и т.д.

Принципиальная схема оформления заказа в Интернет-магазине изображена на рисунке 1. Покупатель заходит на сайт, получает HTML-форму, заполняет эту форму и отправляет на Web-сервер сведения о параметрах заказа, которые размещаются в базе данных.

Кроме того, интернет-магазин имеет также систему формирования и учета платежей и средства просмотра информации о товарах и услугах. Процесс оформления заказа на любых сайтах выглядит приблизительно одинаково.

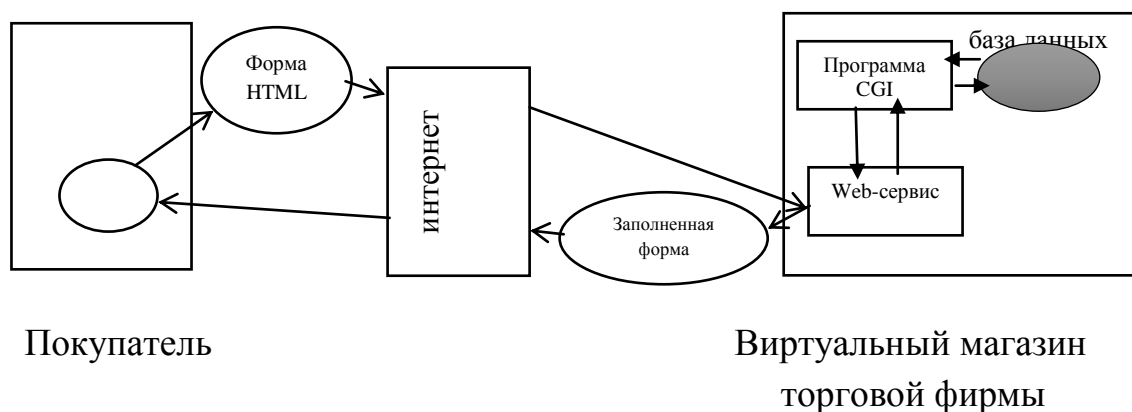


Рисунок 1 – Схема формирования заказа в интернет-магазине

Рассмотрим, как этот функционал работает в Оптике Кронос.

Представим, что в розничный салон оптики пришел покупатель, который хотел бы приобрести для себя солнцезащитные очки. Продавец-консультант выявляет необходимые потребности у клиента и предлагает подходящие модели. Но получается так, что все предлагаемые модели очков, по тем или иным параметрам не подходят клиенту. Тогда сотрудник оптики предлагает подобрать интересующие его очки с помощью виртуальной витрины, т.е. сайта интернет-магазина Оптике Кронос. Для данной услуги были специально выкуплены и настроены компьютерные планшеты для каждого салона оптики. Продавец вместе с клиентом указывают необходимые параметры товара: возврат, материал очков, бренд, форму и тип оправы. И уже из того перечня очков выбирают наиболее подходящие для клиента модели и оформляют на них примерку. Клиент может подойти уже на следующий день в любой из салонов для осуществления примерки или консультант так же может оформить бесплатную доставку с примеркой на адрес. Статистика продаж показывает 22% от общей выручки долю выручки от продаж интернет-магазина.

Тем самым использование сайта интернет-магазина Оптики Кронос как виртуальной витрины, позволяет расширить ассортимент всех розничных салонов и обеспечить дифференцированные запросы клиентов.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения (с Изменением №1) // URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200108793> (дата обращения: 30.10.2017)
2. Розничная торговля // URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Розничная_торговля (дата обращения: 30.10.2017)
3. Что такое интернет-магазин? // URL: <https://vite-site.ru/internet-magazin-ot-35000-rub/> (дата обращения: 30.10.2017)

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕКЛАМЫ РЕСТОРАНА «ДОМАШНЯЯ ИТАЛИЯ»

Налютова А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день существует много работ, посвященных теоретико-методологическим и практическим исследованиям рекламы. Среди отечественных авторов можно выделить следующих: А. М. Годин определяет рекламу как одно из самых распространенных средств стимулирования сбыта, которое выделяется среди прочих тем, что воздействует, прежде всего, на эмоции покупателя, возбуждает у него желание купить товар, вырабатывает психологическую привязанность к определенным маркам изделий [3, с.88]. В. Абчук пишет о рекламе как об информации, направляемой продавцом потребителям с целью обеспечения прибыльной продажи товара [1, с.249]. Л. Е. Басовский дает следующее определение рекламы: «это неличные формы коммуникации, осуществляемые посредством платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования» и др.[2, с.216].

Сейчас существует большое количество ресторанов - малых предприятий, именно по этой причине конкуренция в этом сегменте очень высока, следовательно, сегмент этого рынка нуждается в постоянной рекламе.

Многие эксперты отмечают, что ресторанный сектор является наиболее трудоемким с точки зрения собственного продвижения. Рестораторы по традиции рассчитывают только на свои силы и совершают одни и те же

ошибки. Например, недостаточный уровень знаний по маркетингу и рекламе у тех, кто разрабатывает рекламные стратегии, а также «экономия на специалистах». Результат – не один рекламный бюджет, выброшенный на ветер [4, с.247].

Ресторан «Домашняя Италия» при определении затрат на рекламу использует метод расчета от наличных средств, руководствуясь так называемым «потолочным» правилом: руководство выделяет на рекламу ресторанной продукции и услуг такую сумму, какую, по его мнению, может себе позволить потратить. Вначале рассчитывается общий доход, из которого затем вычитаются текущие расходы и затраты капитала, а затем из остатка некоторая сумма выделяется на рекламу. К сожалению, такой метод расчета совершенно игнорирует влияние мероприятий по продвижению на объем сбыта. Из всех статей расходов предприятия затраты на рекламу имеют самый низкий приоритет даже в тех случаях, когда реклама является решающим фактором в достижении предприятием успеха (особенно в период праздников, торжеств). Это приводит к неопределенному годовому бюджету расходов на продвижение товаров и услуг.

Ресторан «Домашняя Италия» имеет свой Интернет-сайт (<http://italiadomestica.ru/delivery/>), который работает эффективно, представляя меню ресторана, возможные акции, правила доставки.

Для изучения клиентов ресторана «Домашняя Италия» было проведено маркетинговое исследование агентством ООО «ФОРЭН». Результаты исследования представлены в таблице 1.

По уровню предпочтительности услуг было опрошено 40 гостей ресторана «Домашняя Италия» в сентябре-октябре 2017 г.

Таблица 1 – Предпочтительность услуг ресторана «Домашняя Италия», кол-во чел.

Сентябрь-октябрь 2017 г.	Были знакомы с рестораном «Домашняя Италия» до обращения	Не были знакомы с рестораном «Домашняя Италия» до обращения	Обращались более 1 раза	Еще раз планируют посетить ресторан «Домашняя Италия»
Гости	12	5	13	10

По данным таблицы видно, что большинство гостей были знакомы с рестораном до его посещения, что свидетельствует о том, что ресторан является достаточно популярным. Информацию о ресторане гости могли получить из

рекламных проспектов (65%), по рекомендации друзей и знакомых (17%), статей в печатных изданиях, таких как Bellissimo (8%), а также сайтов в интернете (10%).

В таблице 2 представлено отношение потребителей к качеству предоставляемых услуг.

Таблица 2 - Отношение потребителей к качеству предоставляемых услуг, кол-во чел.

Сентябрь-октябрь 2017 г.	Устраивает качество услуг	Качество услуг не достаточно высокого уровня	Качество не устроило вовсе
Гости	29	10	1

Из таблицы 2 видно, что не все гости остались довольны предоставленными услугами, этому могло способствовать долгое ожидание заказа из-за загруженности кухни, обслуживание официантов, так же отсутствие заявленных блюд в меню. Многим гостям блюдо могло просто не «прийтись» по вкусу.

Следует отметить, что ресторан для увеличения посещаемости гостей использует такие акции, как: торт в подарок при бронировании стола и заказе на сумму более 4000 р., специальные цены на определенную категорию блюд и напитков, при заказе напитка второй напиток в подарок. Так же в ресторане действует карта «Почетного гостя», которая дает возможность гостям накапливать бонусы от суммы заказа, а затем расплачиваться ими полностью или частично за последующие заказы.

Таким образом, из вышесказанного можно сделать вывод, что ресторан «Домашняя Италия» использует достаточно разнообразные подходы к продвижению, но они не являются эффективными для увеличения прибыли ресторана.

Для того, чтобы исправить ситуацию в ресторане, можно предложить частично поменять меню. Дело в том, что сеть ресторанов «Домашняя Италия» была создана в 2011 году и многие блюда с того времени перестали быть интересны гостям. Также можно организовать рекламную кампанию в кинотеатре «Арлекино», который находится в ТЦ «Жар птица». Таким образом, можно привлечь потенциальных гостей после просмотра фильма именно в тот ресторан, который находится в данном ТЦ. По нашему мнению, такие меры позволят увеличить поток новых гостей в ресторане. Стоит так же отметить некорректную работу мобильного приложения, что значительно

затрудняет начисление, либо списание баллов по желанию гостя. Данную ситуацию необходимо исправить, поскольку многие гости остаются негативно настроены после использования мобильного приложения.

Итак, существующие рекламные инструменты, применяемые рестораном «Домашняя Италия», требуют совершенствования. В результате проведенного исследования нами предложены мероприятия повышения эффективности рекламы ресторана. Для того, чтобы определить эффективность предлагаемых мероприятий необходимо понять, какой источник распространения рекламной информации принесет больший отклик со стороны целевой аудитории. Таким образом можно будет понять, какой слой населения более восприимчив к предложениям ресторана. Так же необходимо проанализировать показатели сбыта до и в течении рекламной кампании, а затем сделать вывод, насколько реклама эффективна. Названные направления дальнейшего изучения методов продвижения ресторана «Домашняя Италия» позволят аргументировать предложения по совершенствованию рекламной деятельности объекта исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. 3-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016. 249 с.
2. Басовский Л.Е. Менеджмент: учебное пособие /Л.Е Басовский. М.: ИНФРА-М, 2015. 216 с.
3. Годин А.М. Экологический менеджмент: учебное пособие / А. М. Годин. М.: Дашков и К, 2016. 88 с.
4. Федцов, В. Г. Культура ресторанного сервиса: учебное пособие / В. Г. Федцов. 5-е изд. М.: Дашков и К, 2017. 247 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Пантелеев М.В.

Нижегородский институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Актуальность данной темы, несомненно, вызывает огромный интерес, как у покупателей (со стороны соблюдения интересов при покупке, допустим, чтобы совершить выгодное приобретение), так и у продавцов (с целью

получения максимальной прибыли, путём скрытого психологического воздействия на покупателя).

Перейдём непосредственно к понятию поведенческой экономики. Поведенческая экономика изучает психологические факторы при принятии сложных экономических решений [1]. Рассмотрим причины появления такое понятие, как поведенческая экономика. Почему всё не ограничилось рамками рационального?

Причина заключается в том, что экономическая модель рационального человека стала подвергаться сомнению. Таким образом, возникла модель человека, который опирается не только на рациональные рассуждения, а также на свои эмоции, интересы, симпатии и антипатии. Такого человека называли иррациональным. Опираясь на эту концепцию, можно констатировать, что на потребителя появляются новые рычаги воздействия. Рассмотрим их более подробно.

Первое, с чем мы сталкиваемся в повседневной жизни - это отсутствие у человека объективной шкалы цен. Как следствие, у продавца появляется возможность манипуляции покупателем, путём показа однотипных товаров. Как правило, в данном случае последний будет ориентироваться на среднюю стоимость товара в условиях, предоставленных покупателю перед моментом покупки. Данное поведение не зависит от ценовых рамок и, как правило, будет аналогичным вне зависимости движения цены вверх или вниз. Как следствие появляется такое понятие как относительная цена товара. Рассмотрим пример. Представим ситуацию, что потребитель заходит в магазин за соком. Он смотрит, сколько стоят разные виды данной продукции, и, исходя из полученных данных, он, скорее всего, будет ориентироваться на среднюю стоимость данного товара. То есть, если в магазине в наличии представлено 3 вида сока, цены на которые условно будут 70, 100, 130 рублей, то потребитель будет ориентироваться на среднюю цену сока, а именно 100 рублей, и, исходя из этого уже решать для себя, купить ли товар дешевле, дороже или соответственно этой стоимости. Аналогичная же ситуация произойдёт, если линейка аналогичных товаров будет находиться в другом ценовом диапазоне, особой роли конкретная стоимость в данном случае не играет.

Следующей проблемой является то, что человек, при выборе товара, нередко сталкивается с проблемой большого количества альтернатив. То есть количество однотипных товаров, представленных на выбор покупателю очень велико. Следовательно, мы можем помочь потребителю сделать выбор в нужную сторону, если предложить тому выставить важный критерий

удовлетворения товаром, и предложить ему сначала какой-то конкретный товар, который будет удовлетворять его потребности. Потребитель в дальнейшем при выборе товара будет ориентироваться на этот самый первый вариант. Это показали исследования американского учёного, нобелевского лауреата, Герберта Саймона [3]. Он ставил человека в условия большого количества альтернатив, далее сужал его выбор, исходя из критерия, выбранного покупателем, и предлагал ему один конкретный вариант, соответствующий данному критерию. В дальнейшем покупатель ориентировался именно на первый, предложенный ему товар. Данная модель получила название ограниченная рациональность. Чем она выгодна продавцу? Таким образом, мы сужаем кругозор покупателя до товаров, на которые и ему и нам было бы выгодно, чтоб он обратил внимание. Допустим, покупатель хочет купить себе кресло. Он выставляет при этом важные для себя критерии, допустим, чтобы кресло было мягким и удобным для спины. Мы находим ему такое кресло, которое позиционирует себя, например, под логотипом «Империя кресел» и предлагаем покупателю обратить на него внимание. Таким образом, покупатель, получив удовлетворение по основному критерию данному, так называемому креслу, при покупке кресла, обратит внимание именно на данную линейку кресел, и скорее всего, будет искать для себя удобный вариант именно в этой компании. Таким образом, мы как бы склоняем приоритет в выборе покупателя в нужную нам сторону [2].

Третьим способом воздействия на потребителя в поведенческой экономике является диверсификация выбора, сформулированная нобелевским лауреатом Ричардом Талером. Талер утверждал, что в условиях поставленного перед покупателем выбора, он будет выбирать скорее не то, что ему нравится, а то, что будет ему предоставлять больше этих самых вариантов выбора, больше так называемых свобод. Названный учёный провёл исследование, суть которого заключалась в следующем. Он предложил детям, которые собирали конфеты во время праздника, выбрать себе конфеты из некоторого количества предоставленных им вариантов, в количестве он их не ограничил. Далее происходило странное, дети, несмотря на свои предпочтения, не брали большое количество своих любимых конфет, а брали по одной конфетке каждого вида, им было интересно разнообразие, так называемое наличие свобод в выборе. Приведём пример из жизни. Допустим, вы всё время закупали продукты в одном и том же магазине, были уверены в их качестве и хорошо знали ассортимент. Но вот неподалёку от вас открывают новый супермаркет, который имеет более широкий ассортимент. При этом, даже если Вы ничего не знаете о

качестве продукции которую представляет данный магазин (вы там ни разу не были), скорее всего, вы пойдёте именно в него, так как он предоставляет вам больше выбора, в виде широкого ассортимента.

Исходя из всего вышеперечисленного, следует констатировать, что поведенческая экономика оказывает непосредственное влияние на формирование сознания покупателя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дэн Ариели. Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 296 с.
2. Ричард Талер. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. М.: Эксмо, 2017. 368 с.
3. Герберт Саймон. Науки об искусственном. М.: Едиториал УРСС, 2004. 142 с.

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА КАНАЛА СБЫТА ОПТОВЫМ ТОРГОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Петрова Д.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Проблема выбора канала сбыта стоит перед каждым предприятием торговли, функционирующем на рынке, в том числе и перед оптовыми предприятиями. Компании всё больше акцентируют своё внимание на оптимизации процесса доведения товара до потребителя, так как выбор каналов сбыта является не просто выбором доставки продукта, а целым стратегическим маркетинговым решением, учитывающим как цели потребителей и самого оптового предприятия, так и множество различных важных критериев. Для начала обратимся к определению канала сбыта. Канал сбыта – это средство движения товаров от производителя к потребителю, представляющее собой совокупность независимых фирм – посредников или отдельных лиц, которые поочерёдно от уровня к уровню передают право собственности на товар или право на его продажу для осуществления своих целей. Процесс выбора каналов сбыта является очень важным и ответственным. Каналы сбыта должны быть высокоэффективными, поскольку конечные результаты продвижения товара влияют на объёмы продаж, на количество потребителей, и, следовательно, на положение организации на рынке и её прибыли, а в случае их неэффективности

замена каналов приведёт к значительной потере предприятием времени и большой суммы денег.

В чём же состоит выбор? Оптовое торговое предприятие может выбрать два основных вида каналов сбыта товаров – прямой сбыт и косвенный (непрямой). Прямой сбыт или канал нулевого уровня товародвижения предполагает отсутствие каких-либо посредников в цепи доставки товаров до потребителя [1], то есть саму продажу товаров. Она может осуществляться с помощью прямых контактов с потребителями через собственную торговую сеть, по каталогам, в сети интернет в формате интернет - магазина. У такого вида канала есть свои преимущества: постоянный и тотальный контроль над ведением торговых операций, возможность установления тесных контактов с потребителями и налаживания сотрудничества, а также существенная экономия денежных средств на оплате посреднических услуг.

Косвенные или непрямые каналы сбыта представляют собой передвижение товаров до потребителя с помощью одного или более посредников. Количество посредников в цепи товародвижения определяет количество уровней канала сбыта [2]. В качестве посредников оптового торгового предприятия могут выступать розничные торговые предприятия, поставщики, сбытовые агенты, мелкооптовые торговцы и биржевые спекулянты (дзобберы). Чаще всего косвенные каналы сбыта оптового торгового предприятия выглядят следующим образом:

- 1) оптовое торговое предприятие – розничное торговое предприятие – потребитель;
- 2) оптовое торговое предприятие – мелкооптовое торговое предприятие – розничное торговое предприятие – потребитель [1].

Другими словами, чаще всего косвенные каналы сбыта у оптового торгового предприятия бывают одноуровневыми, то есть с одним посредником в цепи, и двухуровневыми – с двумя посредниками. Преимуществами данных каналов сбыта являются расширение границ рынка, большой охват, рост возможностей сбыта товаров и сокращение издержек на создании больших запасов. Ярким примером оптового предприятия, использующего косвенные каналы сбыта, является ООО «Сладкая жизнь», которое поставяет товары оптом почти во все розничные торговые сети и предприятия общественного питания в городе Нижний Новгород.

На практике для многих эффективно работающих оптовых предприятий проблема заключается не в том, чтобы склониться к выбору одного какого-либо канала, а в точном подборе наиболее выигрышной комбинации каналов, то есть

использование смешанных каналов сбыта, сочетающих в себе преимущества прямых и косвенных сбытовых каналов [3].

При выборе каналов сбыта оптовое предприятие может встретиться с множеством вопросов таких, как: прибыль и объем сбыта за определённый период времени на том или ином канале сбыта, скорость исполнения заказа, стоимость хранения запасов, насколько часто совершают покупки потребители, методы продажи, доступность рынка, отрицательные черты каналов, каналы сбыта, используемые конкурентами и многое другое.

Существуют разные точки зрения на то, какие факторы наиболее влияют на выбор каналов сбыта. Одни считают, что главным образом влияют факторы внутренней среды предприятия, а именно его политика, цели, стратегии, ресурсы и особенности реализуемых товаров, от которых изначально и отталкивается предприятие. Другие придерживаются мнения о том, что факторы внешней среды – потребители, конкуренты, посредники - более важны. Третьи думают, что при выборе следует выделить только два - три ключевых фактора, присущих конкретной компании и ориентироваться на них. Поскольку процесс выбора каналов сбыта действительно сложный и трудоёмкий, то, по моему мнению, при выборе необходимо полагаться как на внутренние, так и на внешние факторы предприятия, уделять время на анализ всех аспектов и максимально учитывать полученные результаты.

Помимо вышеизложенного, следует помнить, что у каждого канала сбыта существуют ещё и свои некоторые отрицательные особенности, с которыми сталкивается оптовое предприятие. К недостаткам, с которыми может встретиться предприятие при выборе каналов прямого сбыта, можно отнести незначительный охват рынка сбыта товаров и нужду в местах хранения товаров, если сбыт имеет постоянный характер. Их решением может стать создание собственных региональных складов с системами механизации и автоматизации процессов, что поможет отслеживать товарные остатки, вовремя пополнять запасы и прогнозировать продажи. Из недостатков косвенных каналов сбыта можно выделить одну самую главную проблему – это проблема контроля. По мере роста числа уровней в канале снижается возможность контроля над продвижением товаров, растёт зависимость от посредников, становится труднее управлять каналом, кроме того увеличиваются сроки сбыта и уменьшается ценовая конкурентоспособность товаров. Решением этой проблемы является только периодическая оценка деятельности посредников по таким показателям, как скорость доставки товаров до потребителей,

использование программ стимулирования сбыта, выполнение норм, наличие жалоб со стороны потребителей и многим другим.

Также оптовое предприятие может встретиться с проблемой длины канала распределения. В каких же случаях целесообразно удлинять каналы сбыта? Если же предприятие активно расширяет рынок сбыта и в результате имеет множество потребителей, которые географически рассредоточены, то прямые контакты с ними становятся для него нерентабельными. В таком случае предприятию будет разумно не только удлинить, но и расширить свои каналы сбыта, привлечь даже не одного, а более посредников, расположенных в местах нахождения потребителей. Либо, если предприятие реализует относительно недорогие товары, у которых небольшая разница между продажной ценой и себестоимостью товара, следовательно, доход от их реализации не покрывает затраты на содержание собственной торговой сети, то тут как раз целесообразно добавить хотя бы один уровень в свои каналы сбыта.

Но не всегда массовое потребление реализуемых товаров предполагает наличие длинных каналов распределения. Рассмотрим конкретный пример. Упомянутое ранее оптовое предприятие «Сладкая жизнь» предлагает широкий ассортимент различных продуктов питания, некоторые из которых имеют ограниченные сроки хранения в двадцать четыре – сорок восемь часов. В первую очередь это скоропортящиеся продукты: хлеб, молочная продукция, охлаждённое мясо и рыба, торты. Несмотря на то, что эти товары имеют высокую массовость потребления, их сроки годности не позволяют использовать «Сладкой жизни» разветвлённые и очень длинные каналы сбыта. Но и оптом напрямую потребителю хлеб и молоко это предприятие не продаст по причине отсутствия спроса на них в больших количествах сразу. Поэтому в отношении этих продуктов ООО «Сладкая жизнь» делает выбор в пользу одноуровневых каналов сбыта, то есть доводит их до потребителей с помощью розничных торговых сетей «SPAR», «Перекрёсток», «Бахетле», «Seven» и других [4], где эти товары ежедневно будут пользоваться спросом в розницу.

Таким образом, чтобы выбрать подходящие каналы распределения оптовому предприятию следует максимально изучить разного рода факторы и заранее обдумать возможные проблемы, отдавая предпочтение тому или иному каналу. Выбор в пользу прямых каналов сбыта может быть эффективен в тех случаях, когда оптовое предприятие реализует узкоспециализированную продукцию, которая нуждается в высококвалифицированном сервисе, и количество её потребителей немногочисленно или они локализованы на относительно малой территории. В свою очередь, косвенные каналы сбыта

более эффективны в случаях, когда имеется большое количество потребителей, цены товаров относительно низкие и рынок сбыта географически рассредоточен. Но необходимо помнить, что иногда использование оптовым предприятием смешанных каналов, где правильно подобраны несколько разных каналов сбыта может оказаться наиболее удачным вариантом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Казаков, С.П. Сбытовая политика фирмы // В кн.: Маркетинг: учебник по направлению подготовки «Менеджмент». М.:ИЦ РИОР НИЦ ИНФРА-М, 2016. 47 с.
2. Герасименко, В.В. Маркетинг: Учебник, - 3-е изд. М.: Проспект, 2016. 512 с.
3. Чкалова О.В. Развитие лидеров российского торгового рынка на основе стратегий роста. // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2013. № 3. С. 30-36.
4. <http://www.swnn.ru> (дата обращения: 18.11.2017).

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ Г.ПСКОВ)

Попов Н.В.

Псковский государственный университет

Малое и среднее предпринимательство является наиболее привлекательной сферой деятельности в современном обществе. Так как государство старается не мешать, а наоборот поддерживать начинающих предпринимателей. Создается множество площадок для развития малого и среднего бизнеса, таких как: бизнес-инкубаторы, технопарки и технополисы. Такая поддержка легко объяснима, ведь это создает множество рабочих мест, большое количество продукции, а также способствует увеличению налоговых поступлений в казну региона и государства.

Малое и среднее предпринимательство в городе Пскове, как и в других небольших городах, играет важную социальную роль в жизни населения и представляет собой средний класс собственников, и является гарантом экономической стабильности. Именно поэтому развитие малого и среднего предпринимательства является приоритетным направлением для муниципального образования.

Если обратиться к известному экономисту М. Фридману, то он считает, что основные цели любого предполагаемого рынка могут быть выделены в самом общем виде данным образом:

- удовлетворение потребностей потребителей;
- получение дохода производителями услуг;
- создание общественных благ.

Экономическая цель, рассматриваемого рынка услуг общественного питания заключается в обеспечении эффективного использования потребительских ресурсов для того, чтобы удовлетворить потребность общества. Реализация данной цели происходит за счет изучения потребностей общества в услугах и представления их многообразия и разношерстности на рынке [2].

Обращая внимание на исследования Лисицкого И. А. - ученого-экономиста, особенность рассматриваемой отрасли общественного питания заключается в том, что она является участником таких отраслей как - народное хозяйство, пищевая промышленность и торговля, т. е. можно отметить, что все это ведет к сочетанию сферы производства и тем самым переходит в сферу как обращения, так и потребления [1].

В г.Псков функционирует 12614 частных организаций, которые относятся к сфере малого и среднего предпринимательства. В сфере общественного питания начитывается 376 частных организаций [3].

Оборот общественного питания в октябре 2017 составил 403,6 млн. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 99,2% к соответствующему периоду предыдущего года, в январе-октябре 2017 года – 3918,6 млн. рублей, или 100,2 % [3].

Хотелось бы отметить, что роль общественного питания, как части сферы производства услуг и обращения, заключается:

- в обеспечении непрерывности и производства общественного продукта;
- в осуществлении продажи товаров и услуг (обеспечивает удовлетворение спроса населения);
- в нормальном функционировании общественного питания, влекущая за собой увеличение устойчивости финансового состояния и обращение денег в стране. Таким образом, в результате качественной работы отрасли общественного питания создается большая часть финансовых ресурсов других отраслей народного хозяйства и государства в целом.

Если рассмотреть оборот ресторанов, баров, кафе, столовых при предприятиях и учреждениях, а также организаций, осуществляющих поставку продукции общественного питания за 2016 и 2017 год - то можно выявить относительное равновесие. Так как за 1 квартал 2016 года оборот денежных средств составил 1094,1 млн. рублей, это меньше чем в 1 квартале 2017 года,

так как он равен 1114,1 млн. рублей, но во втором квартале 2017 года оборот начал сокращаться, тем самым показатель за первое полугодие 2016 года оказался выше - 2284,1 млн. рублей, чем в 2016 году, который составил 2291,4 млн. рублей. Ситуация на данный момент не изменяется и оборот за январь-сентябрь 2016 года, выше чем в 2017 году [3].

Но все это не препятствует открытию новых заведений общественного питания в городе. Связано это с активной поддержкой малого и среднего предпринимательства и развитием инфраструктуры в сфере общественного питания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лисицкий И. А. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в сфере услуг на примере предприятий общественного питания: автореф. дис. канд. экон. наук / Лисицкий И. А. М.: Всерос. гос. налоговая акад. Минфина России., 2008. - 29 с.
2. Фридман А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества. М.: Дашков и Ко, 2009. 626 с.
3. <http://pskovstat.gks.ru> (дата обращения 19.11.2017)

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В ТОРГОВОЙ СЕТИ «СВЕТОФОР»

Прокофьев А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современные торговые сети имеют схожую между собой логистическую цепочку и, как следствие, однотипные логистические бизнес - процессы (планирование и движение продукта, доставка продукции от поставщика или производителя, ведение складского учета и полученного груза, доставка товара в магазины и контроль за движением товарных потоков). В рамках существующих бизнес-процессов логистическая служба выполняет такие важные функции, как: согласование дат получения и отправки партий, анализ данных по имеющемуся транспорту, определение путей доставки, составление планов на доставку партий продукции, прием и хранение товаров на складе, отгрузка со склада, перевод товаров из резерва в экспедицию, учёт возвращаемых товаров, грамотное сопровождение документации, фиксация заявок и др. [4]

Если рассмотреть более детально систему транспортной логистики — это система по организации доставки, а именно по перемещению каких-либо материальных предметов из одной точки в другую по оптимальному маршруту. Одно из основополагающих направлений науки об управлении информационными и материальными потоками в процессе движения товаров. Оптимальным считается маршрут, по которому возможно доставить логистический объект в кратчайшие сроки (или предусмотренные сроки) с минимальными затратами, а также с минимальным вредом для объекта доставки [5].

При этом типичными проблемами в работе торговых сетей становятся большие товарные запасы на регионально-распределительных складах (центрах), высокий уровень пересортицы, недостачи, повреждение или порча товара, серьезные логистические затраты и потери. Хаотичное управление логистикой по принципу «действуем по ситуации» закономерно приводит к ухудшению сервиса и потери прибыли [1].

Основная задача логистики в компании - бесперебойное обеспечение производства с минимальными затратами. Решение этой задачи зависит от двух факторов: плана продаж и загрузки поставок. В идеале разница между плановыми и фактическими показателями закупок (поставок) не должна превышать 5%. Чтобы добиться этого, необходимо грамотно организованные процессы доставки [2]. Эта проблема актуальна и для торговой сети «Светофор».

Также в целях удовлетворения и контроля объемов потребительского спроса на 100%, необходим контроль и плановость по завозу и остаткам продукции. Формируя планы по завозу, в сети часто рассматривают общий товарооборот магазинов, не разделяя категории товаров. Например, на 1 число октября 2017 г. были сформированы остатки продукции магазина № 515, которые составили 12,8 млн. руб., при планируемых 13,7 млн. Следовательно, выполнение плана составило 94%, что говорит о эффективном формировании закупок и контроле объемов в данном магазине. Подобные планы формируются на основании анализа прошлых отчетных периодов и при их отсутствии по результатам сравнения с другими магазинами сети со схожим товарооборотом. Таким образом, на декабрь 2017 г. были выставлены показатели в 17,1 млн. руб., что связано с увеличением продаж перед новым годом. Подобная практика позволяет потребителям в полной мере получать необходимые товары, избегая переизбытков и проседания товарных позиций.

Далее, нужно отметить, что сеть имеет от 150 до 200 поставщиков в разных регионах и городах, которые меняются с определенной периодичностью. При работе с поставщиком часто закупаются очень большие объемы продукции, и зачастую необходимо время, чтобы их сформировать, поэтому заявки на крупные завозы составляются как минимум за 2-3 месяца до необходимой даты поставки. Случается так, что поставщик не успевает выполнить условия договора, и по статистике 7-9% заявок на поставку, остаются неудовлетворенными по вине поставщика, а это потеря продаж и прибыли.

Продукция доставляется поставщиками напрямую в розничные магазины, что происходит в 60-65% случаев, либо поставщик везет товар в региональный распределительный центр. Например, если заказ достаточно объемный и при этом сделан на все магазины региона, он будет доставлен в распределительный центр, после чего расформирован по розничным точкам. В данном случае из-за больших объемов приемка будет осуществляться по количеству паллетов и велик риск большого количества несоответствий.

Для доставки продукции с распределительного центра торговая сеть «Светофор» пользуется услугами транспортных компаний. Среди партнеров сети - как собственники грузового транспорта, работающие без посредников, так и компании-экспедиторы, организующие транспортировку с привлечением третьих лиц. К услугам последних компания прибегает чаще, поскольку они располагают обширными базами проверенных перевозчиков и могут подобрать нужный вариант в сжатые сроки.

В 2016 году автомобильная отрасль стала одной из самых убыточных в сфере транспорта. Убытки логистических компаний выросли, объемы грузооборота упали на 10%, а себестоимость грузоперевозок подскочила на 30%. Единственный выход - оптимизация затрат [5].

Подходы к сокращению транспортных расходов зависят от отрасли и особенностей бизнеса. В одних компаниях проводят анализ текущих процессов и исключают риски - например, распределяют транспортные потоки на складе. В других перестраивают схему работы с логистическими операторами; это особенно актуально, когда у организации нет собственного автопарка, как в нашем случае.

Второй способ снизить затраты - это консолидация грузов. Как правило, думать об этом нужно, когда определяется состав закупки. Например, делая закупки у разных поставщиков для одного магазина, все доставляется на один склад в региональный распределительный центр, а оттуда объединенный заказ

отправляется в определенный магазин сборным грузом. Это позволяет снизить расходы на транспортные издержки [2].

Для торговой сети «Светофор» характерно принятие управленческих решений о закупке крупных партий товаров по 2-3 торговых позиции у разных поставщиков по самым низким ценам. Поэтому среднестатистическое количество заявок поставщикам в месяц варьируется от 200 до 300, из них 15-20% заказов, не поступает вовсе по причине невозможности поставщиком выполнить обязательства. Из оставшихся поступлений 20-30% заказов, приезжают неполные, а 10-15% с большим опозданием. В связи с постоянным состоянием подвешенности и рисков, транспортные затраты не постоянны и не урегулированы. Они могут отличаться на 40-50% в каждом квартале, что в свою очередь мешает более детальному планированию.

Проанализировав ситуацию, можно понять, что торговой сети «Светофор» не хватает возможностей контролировать машины с грузом на их пути до розничных магазинов. Необходимо решение, которое позволяет заказывать и контролировать грузовые перевозки. Подобные проекты существуют у «Яндекса», Uber, но где-то есть возможность заказать для перевозок только грузовой транспорт, где-то нужно постоянно самостоятельно контролировать водителей. Клиенты должны сами звонить водителю и выяснять, где находится груз и когда он приедет. Кроме того, небольшие машины вместимостью полторы, три или пять тонн, переезжающие на небольшие расстояния, обычно не застрахованы - страхуются в основном фуры, перевозящие грузы по всей стране. Поэтому возможность следить за машиной действительно ценна.

Все эти нюансы можно регулировать, если начать использовать приложение под названием «ГрузоVIG». Оно работает на платформах Android и iOS. К системе подключены владельцы самого разного транспорта, а воспользоваться услугами могут как юридические, так и физические лица. Для водителей участие в приложении выгодно тем, что в компании существует определенный рейтинг. Те водители, которые обслуживают клиентов лучше всего, получают больше заказов.

Скачав приложение на мобильный телефон, заказчики могут не только самостоятельно вызвать водителя, указав адрес отправления и адрес назначения, описав груз и выбрав подходящую машину, но и отследить местонахождение груза по карте. Помимо этого, работу водителей контролируют диспетчеры, поэтому в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств клиент знает, что никто из водителей не потеряется.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сергеев В. И., Эльяшевич И. П. Логистика снабжения: учебник для бакалавриата и магистратуры / под общ. ред. В. И. Сергеева. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2014. 523с.
2. Иванов, Д.А. Управление цепями поставок / Д.А. Иванов. СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2014. 660 с.
3. Шнорр, Ж.П. Методика идентификации торговых сетей // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 4 (102). С. 148 – 152.
4. Spark: блог технологических проектов; Бизнес-процессы в логистике: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spark.ru>
5. Отраслевой портал Logistics.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.logistics.ru/>

ОПТИМИЗАЦИЯ СТОИМОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Родионова Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Образовательные услуги как система имеет основные и дополнительные функции для удовлетворения спроса на рынке. В первую очередь это касается изменения образовательных ресурсов с точки зрения приобретения навыков у профессиональных работников. Развитие новых источников роста квалифицированных кадров, основанной на развитии частной инициативы, позволяет получить конкурентную модель экономики. Информационные потоки «покупки» образовательных ресурсов имеют значительный потенциал повышения качества образования, поскольку материальные затраты на образовательные услуги составляют от 65% до 89% себестоимости [2, 3, 4,6].

Целесообразно рассмотреть следующий вариант оптимизации стоимости образовательных услуг: минимизации затрат на «покупку» образовательных ресурсов ведущих учреждений легче всего добиться за счёт рационального управления новыми услугами и рационального стоимостного планирования стратегии «покупок» образовательных услуг.

Существующие формы предоставления образовательных услуг имеют высокую трудоёмкость адаптации и использования онлайн-показателей образовательных ресурсов со стандартным программным обеспечением. Современная проблема успешно решается при применении новейших дополнительных функций использования данных в системах ресурсного

образовательного планирования нового поколения (ERP) и мультиагентного обмена в базах знаний, ориентированных на экономические приложения [4, 5].

Образовательная модель оптимизации стоимости образовательных услуг, предлагаемая автором, может использоваться на практике при расчетах бюджета на образование и повышение квалификации кадров любого предприятия. Это эффективный экономико-математический инструмент, позволяющий систематизировать управленческие решения в процессе планирования «покупки» образовательных услуг.

Алгоритм моделирования данной задачи заключается в последующем процессе выполнения операций. Пусть имеется **A** вариантов образовательных ресурсов (**AP**). Спрос на каждый вид **AP** определен на основе потребности предприятия-заказчика. Поставки на рынок осуществляются силами **K** образовательных учреждений, имеющих различные цены на «покупку» **AP**.

Любое образовательное учреждение может поставлять более одного вида **AP** и имеет различный вектор цен и суммарный объем образовательных услуг, выраженный в денежных единицах. При условии, что образовательное учреждение имеет на рынке только одну разновидность **AP**, то его ценовой вектор будет иметь один единственный ненулевой показатель, согласно фактической цены данной образовательной услуги, оставшиеся компоненты – нулевые. Ценовые векторы образовательных учреждений учитываются в каталогах ценовых предложений по образовательным услугам.

В любом случае заказчик может определить оптимальный план «покупки» **AP**, который бы удовлетворял критерию минимизации затрат и двум типам направлений:

- спрос заказчика на заданный вид **AP** ограничен (**A** ограничений-равенств);
- предложения поставщиков **AP** ограничено (**K** ограничений-неравенств).

Эти ограничения являются минимальными и необходимыми.

Прикладная задача составленная и представленная автором описана как экономико-математическая модель линейного программирования:

$$\left\{ \begin{array}{l} Z(x_{ij}) = \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M \sigma_{ij} \cdot x_{ij} \rightarrow \min \\ \sum_{j=1}^M \sigma_{ij} \cdot x_{ij} = a_i \\ \sum_{i=1}^N \sigma_{ij} \cdot x_{ij} \leq b_j \end{array} \right\} \quad (1)$$

где: ij – матрица ценовых предложений поставщиков ресурсов;

x_{ij} – размер «покупки» конкретного АР у j -го образовательного учреждения;

a_i – потребность в АР i -го вида;

b_j – предложение АР от конкретного образовательного учреждения;

A – количество ассортимента АР;

K – количество учреждений образовательных услуг.

Практические использование производятся в системе MS Excel («Поиск решения») или MathCAD (функция Minimize).

Использование для практических расчётов оптимального плана «покупок» новых образовательных ресурсов (1) дает возможность формализовать процесс планирования бюджета «покупок» образовательных услуг с помощью учёта требований при создании высокопроизводительных рабочих мест, ценовых предложений и возможностей образовательных учреждений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Sukhodoeva L.F. Coe J. Innovations in training leaders of an organization// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2014. № 2-1. С.278-282.
2. Жильцова Ю.В., Суходоева Л.Ф. Формирование регионального индекса развития в современной российской экономике.// Сегодня и завтра Российской экономики, 2005. №46. С.186-188.
3. Суходоев Н.Д. Ресурсная концепция управления.//Экономика и предпринимательство, 2016. № 12-4 (77-4). С. 302-306
4. Суходоева Л.Ф. Подготовка магистров менеджмента: проблемы и перспективы развития.//Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Инновации в образовании, 2000. №1. С.37-40.
5. Суходоева Л.Ф. Управление персоналом в условиях организационных изменений.// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы, 2004. №5. С.42-45.
6. Суходоева Л.Ф., Фокина В.Н. Управление кадровым потенциалом предприятия.//Планирование и обеспечение подготовки кадров для промышленно-экономического комплекса региона, 2012. Т. 1. С.54-58.
7. Ясенев В.Н., Суходоева Л.Ф. Университетское заочное образование – путь в бизнес // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Инновации в образовании, 2003. №1. С.153-154.

АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА КРУПНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ Г. НИЖНЕГО НОВГОРОДА

Сандалова О.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях развития рыночной экономики многим торговым сетям, в особенности лидерам рынка продовольственного ритейла, для того, чтобы выжить приходится расширять, улучшать и изменять свой ассортимент таким образом, чтобы он был интересен потребителю и изменения должны проходить преимущественно в лучшую сторону с отличием от ассортимента конкурентов [12]. Все это обуславливает актуальность проведения исследования по анализу ассортимента крупных торговых сетей, на основании которого формируется ассортиментная политика торговых сетей и осуществляется обновляемость ассортимента с целью реализации успешной предпринимательской деятельности в сфере торговли.

Термин «ассортимент» рассматривается многими учеными с различных сторон. Например, Давыдов Р.Н. определяет ассортимент как совокупность товаров, предназначенных для сбыта или реализации в розничной торговой сети [2].

Авторы Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Заведеев Е.В., Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. подразумевают под ассортиментом товаров совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по определенному признаку [3, 4, 6].

Ассортимент товаров также рассматривается набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразие, аналогичные индивидуальные потребности [11].

В соответствии со стандартом ГОСТ Р 51303-2013, ассортимент – это набор товаров, объединённых по какому-либо одному или совокупности признаков [7].

На основании представленных определений ассортимента можно вывести следующее обобщенное определение ассортимента: набор (перечень) или совокупность групп товаров, их разновидностей, объединенных по общим признакам и нацеленный на удовлетворение потребностей покупателей.

С учетом данного определения проведем анализ ассортимента основных торговых сетей города Нижнего Новгорода,

Основными игроками сетевого ритейла в городе Нижнем Новгороде являются следующие магазины:

- Транснациональные бренды и сети: Ашан, Метро Кэш энд Керри, SPAR.
- Федеральные сети: Перекресток, Пятёрочка, Карусель, Магнит, Окей.
- Региональные сети.

Современные тенденции ассортимента сводятся к появлению собственных торговых марок (собственного бренда) в крупных торговых сетях. С помощью данного ассортимента под собственной торговой маркой сети пытаются завоевать свою рыночную нишу и выходят на определенный сегмент покупателей, удовлетворяя тем самым их потребности.

Проанализируем ассортимент продовольственных товаров, выпускаемых под собственными торговыми марками, по трем крупным торговым сетям:

- Суперстор Ашан – является транснациональной сетью. Главный слоган – «Удар по ценам!». Имеется продукция собственной торговой марки «Каждый день». Данная марка представлена в следующих товарных группах: сахар и кондитерские изделия из сахара, кофе, чай, мате, или парагвайский чай, и пряности, злаки, жиры и масла животного или растительного происхождения и продукты их расщепления, овощи, фрукты, орехи, кожура плодов и другие части растений, консервированные с помощью сахара, готовая или консервированная рыба, икра осетровых и её заменители, изготовленные из икринок рыбы, воды, включая природные или искусственные минеральные, газированные, супы и бульоны готовые и заготовки для их приготовления; гомогенизированные составные готовые продукты, макаронные изделия, мука и полуфабрикаты мучных изделий [10].
- Гипермаркеты SPAR – также являются транснациональной сетью. Слоган – «Самый свежий магазин». Ассортимент ориентирован на покупателей со средним и высоким достатком. Имеется продукция собственной торговой марки «SPAR». Жители города отмечают, что в этих гипермаркетах самые высокие цены. Под собственной торговой маркой выступают следующие группы товаров: воды, включая природные или искусственные минеральные, газированные, молоко и сливки, сливочное масло и прочие жиры и масла, изготовленные из молока, макаронные изделия, супы и бульоны готовые и заготовки для их приготовления; мука и полуфабрикаты мучных изделий, томатная паста, сыр и творог, овощи, фрукты, орехи, кожура плодов и другие части растений, консервированные с помощью сахара [8].

- Гипермаркеты Перекрёсток являются федеральной торговой сетью. Слоган – «Перекрёсток. Переходи на лучшее». Имеется собственная торговая марка – «МаркетПерекрёсток». Также к данной торговой марке относятся следующие группы товаров: молоко и сливки, сгущенные и с добавлением сахара или других подслащивающих веществ, йогурты, воды, включая природные или искусственные минеральные, газированные, томатная паста, овощи, фрукты, орехи, кожура плодов и другие части растений, консервированные с помощью сахара, мука и полуфабрикаты мучных изделий, супы и бульоны готовые и заготовки для их приготовления; гомогенизированные составные готовые продукты, макаронные изделия, злаки, жиры и масла животного или растительного происхождения и продукты их расщепления [9].

В результате проведенного анализа можно, отметить, что ассортимент товаров под собственными торговыми марками в суперсторе Ашан является наиболее широким. Именно на данном торговом предприятии под собственной торговой маркой представлены практически все группы продовольственных товаров.

Таким образом, ассортимент торговых сетей города Нижнего Новгорода представлен достаточно широко. Формированию оптимального ассортимента товаров в условиях современного экономического спада способствует появление в крупных торговых сетях собственных марок (брендов), являющихся отличительными признаками сетей и их конкурентным преимуществом [1]. На основании анализа ассортимента товаров торговые предприятия могут осуществлять эффективное управление товарными запасами [5] и увеличить собственную прибыль.

Список литературы:

1. Вагулкина М.Н. Формирование ассортимента товаров оптовой торговой организации и его основные показатели // Актуальные проблемы экономики современной России. 2016. № 3. С. 374-378.
2. Давыдов Р.Н. Ассортимент розничных торговых предприятий: понятие, формирование, оценка // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2010. № 2. С. 339-345.
3. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник для студентов высших учебных заведений / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчаянц. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008. 700 с.
4. Заведеев Е.В. Разработка системы формирования оптимального ассортимента и ассортиментной политики на предприятии: автореф. дисс. ... к.э.н.: 08.05.00. М.: Росс. Заочн.институт текстил. и лег.пром., 2004. 20 с.

5. Ли С.Э. Сущность и классификация товарных запасов и товарного ассортимента на торговом предприятии как базовых понятий коммерции /С.Э. Ли, В.М. Гаянова, Е.В. Пихтовникова // В сборнике: Экономика, право и образование в условиях риска и неопределенности: тенденции и перспективы развития материалы Международной научно-практической конференции. 2016. С. 178-182.
6. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: учебник для высш. и средн. спец. учеб. заведений. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2006. 342 с.
7. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (ред. от 29.03.2016) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/
8. Ассортимент товаров в гипермаркете Spar [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spar-nn.ru/>
9. Ассортимент товаров в гипермаркете Перекрёсток [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://www.perekrestok.ru>
10. Ассортимент товаров в суперсторе Ашан [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://www.auchan.ru/>
11. Ассортимент товаров. Свойства и показатели ассортимента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znaytovar.ru/new369.html>
12. Рынок продовольственного ритейла Нижнего Новгорода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logvanov.r52.ru/?itid=959>

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В КРУПНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ НИЖНЕГО НОВГОРОДА

Семенова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях усиления конкуренции на рынке потребительских товаров всё больший вес набирает такая стратегия ведения торгового бизнеса как качество обслуживания клиентов. По мнению многих отечественных исследователей, чем лучше сервис и качество предлагаемых услуг, тем больше вероятность сохранить уже имеющихся клиентов и завоевать расположение новых. [3]

Определимся с понятием "качество торгового обслуживания". Исходя из российского стандарта, качество торгового обслуживания - совокупность характеристик процесса и условий торгового обслуживания покупателей. [1]

По мнению известного российского профессора экономики А.И. Кунаева, качество торговых услуг включает три составляющие: качество товаров и

услуг; ассортимент товаров и услуг; систему оказания потребительских услуг. Согласимся с данным определением и конкретизируем составляющие системы оказания потребительских услуг. Как показали проведенные нами исследования, в систему оказания потребительских услуг входят такие критерии, как надежность сети, отзывчивость, компетентность и вежливость персонала, безопасность услуг, доступность какой-либо информации и другие факторы. [3]

Для оценки торгового обслуживания в г. Нижнем Новгороде было проведено исследование методом социологического опроса. Для опроса были выбраны 3 наиболее популярные торговые сети: «Магнит», «Пятерочка» и «SPAR», причем самой посещаемой оказалась торговая сеть «Пятерочка» - ее посещают 39,6% опрошенных, а наименее – «Магнит», клиентами которого являются 16,8% опрошенных. Торговую сеть «SPAR» посещают 30,7% опрошенных. Также 13% опрошенных ввели свой вариант ответа, содержащий такие сети, как «Ашан», «Лента», «О`Кей», «Перекресток» и «Метро».

Для проведения опроса выбрана пятибалльная шкала оценки, где 1 – самая низкая оценка (худшая), а 5 – самая высокая оценка (лучшая). В анкете были использованы следующие критерии оценки качества торгового обслуживания: оптимальность соотношения «цена-качество», удовлетворенность обслуживанием покупателей, вежливость и компетентность сотрудников, оперативность решения возникающих проблем, оптимальность представленного ассортимента, доступность информации о ценах и акциях, ориентированность в торговом зале, безопасность продукции собственного производства (т.е. полуфабрикаты, салаты, сэндвичи и т.д.), наличие акционного товара в течение всего периода проведения акции, наличие на полках товара с истекшим сроком годности, наличие ценников и соответствие цен в чеке и на ценнике, частота больших очередей на кассах, а также частота проблем с оплатой по электронному терминалу, удобство режима работы, надежность репутации торговой сети, удовлетворенность работой сети в целом. [4]

Анализ данных социологического опроса показал, что на вопрос о том, насколько часто покупатели совершают походы в магазин, всего 28.7% опрошенных выбрали ответ «Ежедневно», а остальные – несколько раз в неделю (несколько раз в неделю – 52.5%, раз в неделю - 14.9%, раз в две недели 4%). Следовательно, клиенты торговых сетей закупаются на 3-7 дней или больше.

Торговая сеть «Магнит» получила общий средний балл по всем критериям – 3.2. Почти по всем критериям средний балл данной торговой сети получился в интервале от 3 до 3.8. Баллы чуть выше 4 торговая сеть получила за показатели, касающиеся оплаты по электронному терминалу, режима работы сети, репутации и удовлетворенности работы в целом. Баллы чуть ниже 3, «Магнит» получил за наличие ценников и соответствие их определенным видам товаров, а также за частые длинные очереди на кассах. Большинство опрошенных клиентов – 52.9% - связывают длинные очереди с нехваткой кассиров, а также 41.2% опрошенных указывают в причинах отсутствие достаточного числа касс.

Стоит обратить внимание, что на вопрос об удовлетворении просьбы о возврате некачественного товара 41.2% клиентов сети «Магнит» отметили возврат без каких-либо проблем, однако 29.4% опрошенных указали, что их просьба не была удовлетворена.

Торговая сеть «Пятерочка» имеет общий средний балл – 3.1. Почти по всем критериям средний балл данной торговой сети получился в интервале от 3.1 до 3.9. Баллы ниже 3, как и выше рассмотренная сеть «Магнит», «Пятерочка» получила по таким показателям, как уверенность в безопасности продукции собственного производства, наличие ценников и их соответствие определенным товарам, а также за наличие длинных очередей на кассах. Примечательно, что 71.1% опрошенных связывают большие очереди на кассах с отсутствием достаточного числа кассиров, тогда как 28.9% клиентов сети в причинах указывают нерасторопность персонала. Баллы выше 4 «Пятерочка» получила по следующим критериям: отсутствие проблем с оплатой по электронному терминалу, режим работы торговой сети, удовлетворенность работой сети в целом.

Также стоит обратить внимание на то, что просьбу о возврате некачественного товара у 39.5% клиентов удовлетворили без каких-либо проблем, у 10.5% опрошенных не удовлетворяли просьбу вообще, а 23.7% покупателей отметили, что им пришлось доказывать свое право на возврат товара.

Торговая сеть «SPAR» имеет общий средний балл – 3.7. По большинству критериев данная торговая сеть имеет средний балл 4 и выше. Средний балл меньше 4 «SPAR» имеет по пяти показателям: оптимальность соотношения «цена-качество» - 3.1, оперативность решения возникающих проблем – 3.8, наличие акционного товара в течение всего периода проведения акции – 3.8, наличие длинных очередей на кассах – 3.2, при этом 71% клиентов указывают в

причинах отсутствие достаточного числа кассиров, а 35.5% опрошенных - с отсутствием достаточного числа касс.

Что касается удовлетворения просьбы по возврату некачественного товара, «SPAR» однозначно превосходит остальные сети: 54.8% отмечают, что просьба была удовлетворена без проблем, 38.4% клиентов утверждают, что не возникало потребности возврата, а не удовлетворяли просьбу всего у 6.5% опрошенных.

Таким образом среди выбранных торговых сетей по качеству торгового обслуживания лучшей является «SPAR».

В целом проведенное исследование показало, что в наибольшей степени респонденты были недовольны такими аспектами, как

- наличие очередей на кассах;
- оптимальность соотношения «цена-качество»;
- отсутствие или несоответствие ценников определенным товарам;
- оперативность реагирования сотрудников на просьбы клиентов.

А наиболее благоприятные оценки получили такие показатели, как

- доступность информации о ценах и рекламных акциях;
- отсутствие проблем с оплатой по электронному терминалу;
- режим работы торговых сетей.

Большинство респондентов высказали пожелания по улучшению работы торговых сетей:

- расширение ассортимента;
- вежливость, доброжелательность, коммуникабельность сотрудников сетей;
- улучшение качества продукции собственного производства;
- совершенствование работы торговых сетей для быстрого поиска нужных товаров.

В этой связи для повышения уровня качества обслуживания покупателей следует принять следующие меры:

- совершенствование программы адаптации новых продавцов и кассиров;
- систематические проверки «тайным покупателем»;
- усиления контроля за работой сотрудников торгового зала (т.е. своевременная смена информации о проводимых акциях, контроль за соответствием ценников товаров).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения».
2. Егорова Н.Р., Николаева Т.И. Экономика отрасли: торговля потребительскими товарами. Екатеринбург, 2013 г. 262 с.
3. Ефремова М.В., Чкалова О.В. Обобщение и систематизация подходов к определению понятия «клиентоориентированность» // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2016. № 2. С. 17-24.
4. Кунаев А.И. Теоретико-методологические аспекты конкурентоспособности предприятий и организаций розничной торговли. М.: МГУ, 2014. 267 с.
5. Чкалова О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник / О.В. Чкалова. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013. 384 с.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Серов А.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Высокое качество базы российского рынка кондитерских изделий является его отличительной особенностью, что является прямым наследием СССР. Несмотря на тенденцию к удешевлению массовой продукции, качество российских продуктов остается значительно выше, чем качество западных аналогов.

Особенностями российского рынка кондитерских изделий является [1]:

- небольшой срок реализации продукции;
- сложная логистика из-за больших расстояний и качества транспортной инфраструктуры;
- полная зависимость производителей от качества используемого сырья;
- традиция потребления домашней выпечки;
- широкий выбор местного сырья для наполнителей, причем в каждом регионе это могут быть уникальные ягоды, фрукты.

Вплоть до 2015 года российский рынок кондитерских изделий был одним из ведущих по темпам роста. Но, как и на другие отрасли экономики, на него негативно повлияли макроэкономические факторы, такие как падение курса рубля, снижение потребительского спроса из-за снижения доходов. Было

зафиксировано падение на 28% импорта шоколада и продуктов, содержащих какао [4].

Ослабление курса национальной валюты, также стало причиной снижения экспорта в денежном выражении, объем его в натуральном выражении сохранился на уровне предыдущих лет. Рост цен на основное сырье для кондитерских изделий, а именно сахар, какао-бобы, добавки и прочие ингредиенты, стал ограничивающим фактором, как для импорта, так и для экспорта. Но, несмотря на это, экспорт в некоторых сегментах показал рост объема, как в натуральном, так и в денежном эквиваленте. Так положительный рост экспорта был зафиксирован на мучные изделия – 11,2% или 9,9 тыс. тонн в натуральном выражении и на 4,1% в денежном; на шоколадные изделия – 14,1% или 8,1 тыс. тонн и на 6,5% в денежном выражении. Одним из крупных экспортеров по закупке российских кондитерских изделий является Китай. До 2016 года он занимал седьмое место по закупке шоколадных изделий и десятое место по закупке мучных изделий, а уже в 2016 году увеличил экспорт на столько, что вышел на второе место по всем позициям [4].

Вследствие произошедших изменений на рынке было зафиксировано снижение потребления шоколада без добавок, а также тортов и пирожных; произошло увеличение объемов производства мучных кондитерских изделий с длительным сроком хранения, таких как карамели и шоколадных конфет. Также на рост сегмента повлияло смещение спроса в сторону более дешевой продукции – печенья, кексов, вафель, рулетов, пряников. Их продажи выросли в натуральном выражении в 2015 году следующим образом: печенье – на 6%, пряников – на 7%, вафель – на 9%; в денежном выражении: печенье – на 21%, пряников на 24%, вафель – на 25%.

На основании анализа статистических данных Центра исследований кондитерского рынка в сегментах торты и пирожные, пастила, мармелад, печенье, вафли и зефир, которые держали стабильный темп роста, в ближайшее время ожидается ухудшение ситуации. Несмотря на это, в сегментах шоколад и шоколадные конфеты, которые в последнее время находились на стадии спада, будет наблюдаться тенденция восстановления позиций на рынке [3].

Как показали исследования, на потребительский спрос шоколада оказывает значительное влияние уровень благосостояния населения. Поэтому сокращение реальных доходов населения может напрямую негативно влиять на данный сегмент рынка кондитерских изделий и негативно отражаться на его темпе роста.

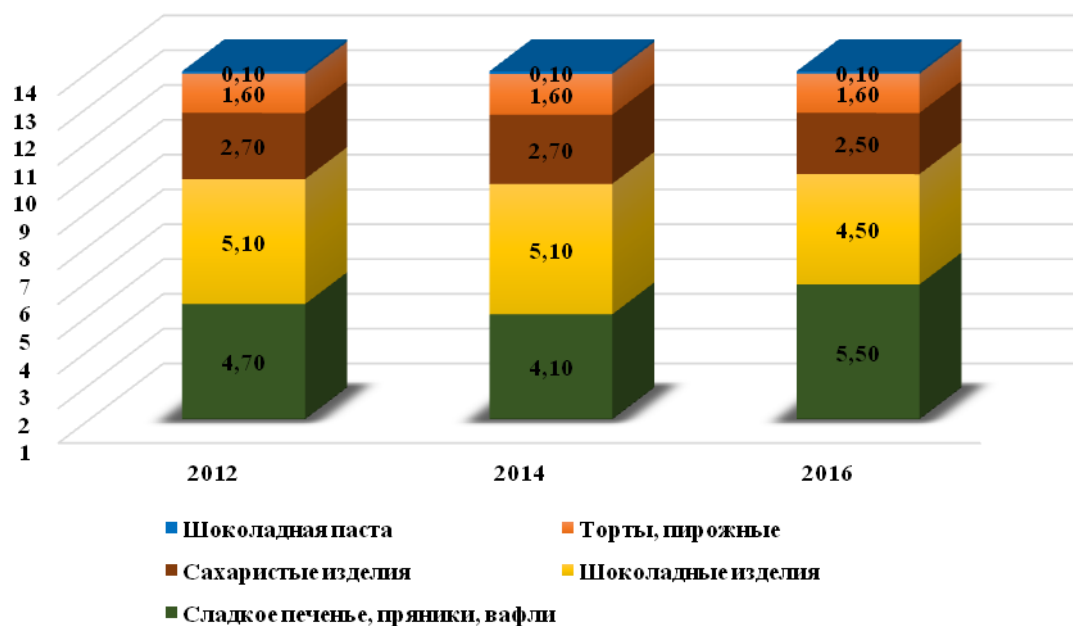


Рисунок 1 – Потребление кондитерских изделий по категориям в 2012-2016 гг., кг/чел.

В период с 2014 по 2016 года объем продаж в этом сегменте по оценкам экспертов сократился на 12% в натуральном выражении, а потребление на душу населения снизилось с 5,1 до 4,5 кг на человека (рисунок 1) [3].

Основными мероприятиями по стимулированию потребительского спроса стали уменьшение размера и веса продукта, которые активно используют многие производители. Также производители стали использовать новые форматы для своей продукции, такие как шоколадные батончики вместо плиток, стали позиционировать шоколадные конфеты как подарок с соответствующим оформлением упаковки к каждому празднику, что позволило лидерам рынка удержать свои позиции.

Несмотря на всю сложившуюся ситуацию на рынке в сегменте шоколада, именно сегмент шоколадные изделия с игрушками для детей продолжают расти, поэтому такой формат активно осваивают все новые производители, ранее в нем не работавшие. Рынок шоколадных яиц с игрушками вырос на 8-10% в год до 2015 года, в 2015 году прирост составил 1,1%, в 2016 – 0,3% [3].

Эксперты прогнозируют, что до 2020 года будет положительный рост сегмента шоколада в пределах 1% в год в натуральном выражении. За счет инфляции в основном и будет рост цен в данном сегменте, что означает отсутствие резких скачков. Можно спрогнозировать, что в долгосрочной перспективе будут создаваться предпосылки для активного роста российского рынка шоколада, так как он еще не достиг насыщения [6].

В первую очередь, к актуальным трендам рынка можно отнести создание экологически чистых и качественных продуктов. Экологически чистые изделия представляют собой продукцию, которую выпускают из экологически чистых и натуральных ингредиентов, а также они соответствуют всем международным стандартам и требованиям качества. Как отмечают эксперты, модным трендом сейчас является интерес потребителей к традиционным сладостям местного производства, а также желание знать место происхождения основных ингредиентов, например, какао в шоколадных изделиях.

Как утверждают данные ЦИКР, потребление всех видов кондитерских изделий на одного человека в России, а именно в июне 2017 года, находилось на уровне 24 кг в пересчете на год [3]. В июне 2017 года потребление шоколадных изделий на одного человека в России составило 4,7 кг в годовом выражении, а вот мучных кондитерских изделий с длительным сроком хранения (печенье, вафли, пряники, кексы, рулеты) – 9,4 кг в год, тортов и пирожных – 2 кг в год, карамели – 1,2 кг в год, прочих сахаристых кондитерских изделий – 6,7 кг в год (рисунок 2) [5].



Рисунок 2 – Структура потребления кондитерских изделий в год в среднем на человека (июнь 2017 года), %

Несмотря на кризис и возникшие с этим неблагоприятные условия спрос на продукцию премиум класса не перестает расти. Объяснение этому факту находится в взыскательности вкусов потребителей, которые постоянно растут, то есть в данном ценовом сегменте находится наибольшее количество новинок и разных необычных изделий, которые постоянно влияют на интересы потребителя. В контексте здорового питания растет популярность горького шоколада, который является трендом продукции под лозунгом «здоровое питание».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Васильева, И.В. Технология продукции общественного питания: учебник и практикум для СПО / И.В. Васильева, Е.Н. Мясникова, А.С. Безряднова. М.: Издательство Юрайт, 2016. 414 с.
2. Шестакова Т.И. Кондитер-профессионал: Учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2014. 400 с.
3. <http://cikr.ru/> - Центр исследования кондитерского рынка (дата обращения: 11.11.2017)
4. <http://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики (дата обращения: 10.11.2017)
5. <http://www.chefs.ru> - профессионально - информационный портал гильдии шеф-поваров (дата обращения: 10.11.2017)
6. <http://www.frio.ru/> - Федерация Рестораторов и Отельеров (дата обращения: 12.11.2017)

К ВОПРОСУ О СОЗДАНИИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Серова А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Основным стимулом работы для сотрудников различных сфер является оплата труда. Однако работа для человека не всегда является только финансовой необходимостью. Работодатель должен создать достойные условия труда, чтобы сохранить заинтересованность работников качественно и эффективно выполнять свои обязанности. В России по трудовому кодексу нормальная продолжительность рабочего времени не может превышать 40 часов в неделю, при пятидневном графике - рабочий день должен составлять 8 часов, очень часто работникам торговой сферы, в нарушении трудового кодекса, приходится работать по 10 часов. Необходимо правильно замотивировать работника, применив не только материальные, но и моральные стимулы, т.к. для работодателя, иметь в штате немотивированного работника означает добровольно уменьшать свою возможную прибыль. Грамотное мотивирование торгового сотрудника приведет к достижению максимальных результатов для трех сторон: производителя, торговой сети и непосредственно покупателя. Вопрос о необходимости эффективного стимулирования персонала должно быть одним из приоритетных для работодателя.

Человеческие ресурсы являются ведущими в торговой сфере, так как потребители взаимодействуют с персоналом, это напрямую влияет на конечный результат. Клиент заинтересован в хорошем обслуживании, от этого зависят его дальнейшие действия. Заинтересованные, эффективно работающие сотрудники залог успешного функционирования и дальнейшего процветания торговой сети.

Как известно, стимулировать работника в торговом предприятии можно при помощи как материальных, так и нематериальных стимулов. К материальным стимулам мы можем отнести оплату труда, состоящую из постоянной и переменной части-премии, а также социальный пакет. К нематериальным стимулам мотивирования сотрудников относятся формализованные стимулы (грамоты, почетные звания, повышение по службе) и неформализованные (неформальные мероприятия, повышающие лояльность к организации, взаимоотношения руководителя и подчиненных).

Тем не менее, очевидно, что ведущую роль в мотивировании сотрудников играет именно оплата труда. Каким образом выстроить систему оплаты труда, чтобы это положительно сказалось на эффективности работы сотрудников в торговой сети? Не все способы стимулирования одинаково эффективны. Необходимо выбрать такой метод, который имел бы долгосрочную перспективу. Как мы понимаем, хорошей мотивацией для сотрудника является увеличение заработной платы. Однако фонд заработной платы не может обеспечить постоянное ее увеличение, а это значит, что это единичное мероприятие. Из этого вытекает вопрос, какая система мотивации будет эффективна для компании и какие принципы она должна в себя включать, чтобы удовлетворять потребности работника? Кроме того, стимулирование должно увеличивать финансовые показатели деятельности в долгосрочной перспективе. Наиболее распространенной и эффективной является модель мотивации «на результат». Строится она на основании системы KPI (ключевые показатели деятельности).

Данная система позволяет оценить производительность компании в целом, ее подразделений и каждого сотрудника отдельно. Система KPI разрабатывается для каждой компании индивидуально, учитывая ее специфику. Чем KPI отличается от обычной системы премирования? Размер премии обычно зависит от одного показателя, скажем, у специалистов отдела продаж – это выручка от сделок. Поэтому сотрудники делают упор только на этом показателе, игнорируя другие. Быстро выдают нужные цифры те, кто взаимодействуют с крупными клиентами, и дальше просто фактически не

работают. Данный перекося можно устранить, используя систему KPI, так как она включает в себя несколько показателей и рассчитывается индивидуально под каждого сотрудника, исходя из его обязанностей и целей компании. При использовании такой системы, тем же сотрудникам отдела продаж добавляются новые показатели, например, число сделок и количество новых привлеченных клиентов, теперь если сотрудник быстро справится с одним KPI, у него все еще останется мотивация к работе, чтобы достичь другие KPI. Установленные KPI должны подходить именно этой организации, быть измеримыми и прозрачными, достижимыми и реалистичными, кроме того, они должны зависеть от работы персонала в большей степени, чем от внешних факторов. Данные показатели могут выставляться на всю торговую сеть или на каждый магазин отдельно, учитывая его специфику. Также, благодаря данной системе, между сотрудниками или между разными магазинами сети происходит соревнование.

Таким образом, ежемесячная оплата сотрудника будет выглядеть так:

$$\text{Заработная плата} = \text{оклад} + (\text{плановая сумма переменной части} * (\text{KPI 1} * \text{KPI 2} * \text{KPI 3})) \quad (1)$$

Система KPI имеет ряд важных условий:

1. Система должна быть прозрачной и справедливой, т.е. сотрудник должен понимать за выполнение каких целей он получает надбавку и может сам ее рассчитать. Важность данного пункта сложно переоценить, т.к. отсутствие понимания сотрудниками принципов построения системы оплаты труда приводит к снижению выручки и потере прибыли для предпринимателя [1].

2. Система должна стимулировать сотрудников изменять размер премии своими достижениями, поведением и т.д.

3. KPI должны иметь свой срок, также как и вознаграждение за выполненные цели.

Чтобы данные условия выполнялись, создается таблица, где для каждого работника утверждается план целей и их весомость. Исходя из этого, по завершению периода процент по KPI пересчитываются в процент дополнительного поощрения, считающийся от оклада. Тем самым система позволяет сформировать объективную систему оплаты труда, исходя из справедливых показателей вклада каждого сотрудника в результативность предприятия. Система, позволяющая работнику самому управлять величиной переменной части заработной платы показывает его возможности и повышает лояльность. Многие торговые сети взяли на вооружение данную

систему вычисления заработной платы и активно ее используют. К таким торговым сетям мы можем отнести «Перекресток», «Карусель» и многих других крупных российских сетей. Кроме того, западные компании так же активно пользуются этой системой. Данная система позволяет значительно увеличить показатели эффективности. По данным иностранных исследований, средний рост эффективности работы при внедрении KPI составляет 30% [2].

Несмотря на всю значимость базового показателя стимулирования сотрудников, т.е. оплаты труда, нематериальные стимулы также имеют большое значение для работников торговой сети. Объединяющие праздники, спортивные соревнования, благотворительные мероприятия, затрагивающие и руководство, и рядовых сотрудников, стирают некоторые грани и позволяют работникам почувствовать себя членом дружного и сплоченного коллектива, что положительно влияет на микроклимат в коллективе, а значит и на дальнейшие показатели эффективности труда. Кроме того, эффективной мотивацией считается проведение конкурсов «Лучший сотрудник филиала» или «Лучший работник сети», они способствуют поднятию корпоративного духа и развитию здоровой конкуренции. Также важную роль в формировании заинтересованности персонала в своей работе играет отношение руководителя к подчиненным. [3]

Нужно отметить, что каждая компания подбирает варианты стимулирования сотрудников, исходя из своих целей и задач, финансового положения, вида деятельности и других важных аспектов. Разные методы стимулирования имеют свои достоинства и недостатки. Основным недостатком системы KPI является то, что в конечном результате на показатель KPI влияют внешние факторы: кризис, плохая работа подразделения, так как персональные KPI так или иначе связаны с работой всей компании в целом. Выходом из этой ситуации может быть только правильное решение руководителя, возможность пересмотреть KPI с учетом определенных условий в данный период. Также недостатком может стать слишком большое количество KPI, так как доля бонуса в каждом из них мала, решение данной проблемы так же лежит на руководителе. Однако, при правильном выборе совокупности KPI, сама по себе система имеет ряд преимуществ, перекрывающих недостатки. Кроме того, важно осознавать необходимость комплексного подхода в вопросе выбора стимулирования персонала, так как без материального стимулирования моральное не будет иметь должного эффекта, и наоборот.

Результат воздействия на персонал предугадать нелегко. Действия человеческих ресурсов непредсказуемы. Руководителю необходимо со всей серьезностью и ответственностью подойти к решению вопроса о выборе методов стимулирования персонала. Существует множество средств и способов, каждой компании, каждому руководителю необходимо выбрать именно то, что подходит ему в данный момент при данных обстоятельствах. Таким образом, исходя из всего выше сказанного для персонала, работающего в торговой сети наиболее эффективно можно считать использование комплекса из материальных и моральных поощрений. У каждой компании свои цели и средства, исходя из которых, можно построить наиболее выгодную и эффективную модель стимулирования персонала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

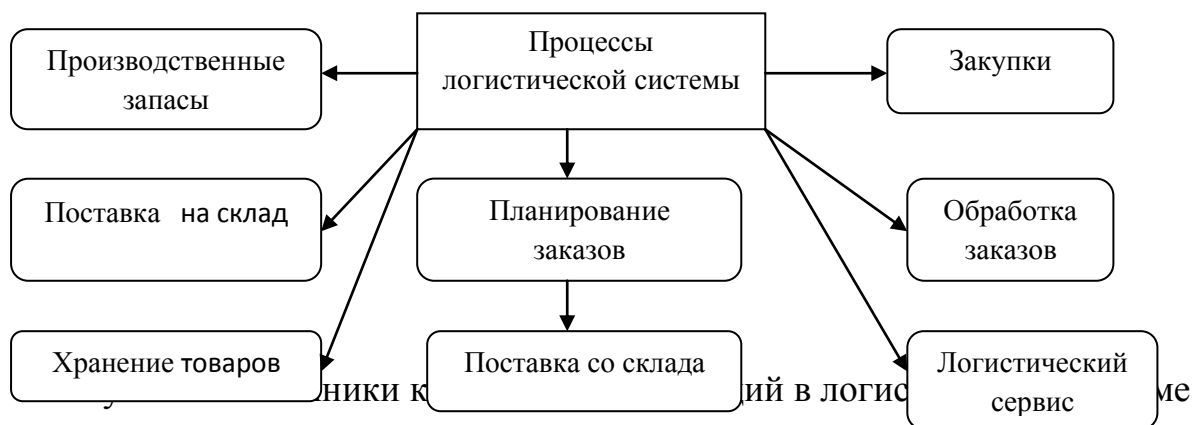
1. Роговой, А.И., Соколова, М.А. Разработка плана стимулирования трудовой деятельности на примере коммерческого предприятия Научный альманах. 2016. № 7-1 (21). С. 161-168.
2. Кокарева Е.Л. Хвостовская А.В. Мотивация и стимулирование труда торгового персонала в розничной сети// Молодой ученый. 2016. №10 . С. 751-755
3. Пацакула И.И., Белинская Т.В. Источники мотивации персонала// В сборнике: Пути социально-экономического развития региона: финансовое обеспечение, перспективы и направления оптимизации. Под редакцией Пироговой Т.Э., Никифорова Д.К. Калуга: Калужский филиал Финансового университета при Правительстве РФ, 2015. С. 329-333.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Соболева О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На современном рынке в условиях высокой конкуренции возникает необходимость перехода от управления отдельными процессами логистической системы к системному управлению по всей логистической цепочке, так как появляются дублирования и разногласия в принятии решений различными подразделениями организации. [2] Вследствие этого появляются внутриорганизационные конфликты и снижается эффективность логистического процесса. Наиболее частыми противоречиями между отделами предприятия являются вопросы, связанные не только с закупками товаров, но и их поставками и складированием. Проблемные процессы логистической системы в организации представлены на рисунке 1.



Рассмотрим данные проблемы и вытекающие из них противоречия.

1. Производственные запасы, то есть различные средства организации, которые в данный момент не используются в процессе производства. [1] Так как их количество часто создаёт трудности со складскими помещениями, то функционирование организации требует дополнительных финансовых затрат. Дефицит запасов, который необходим потребителям в определенное время, ведёт к потере покупателей и их уходу к конкурентам. Поэтому часто появляется конфликт, который возникает между подразделениями организации и складом. Отделы предприятия стремятся к максимизации производственных запасов для снижения финансовых затрат и полного удовлетворения потребительского спроса.

С другой стороны, стараясь уменьшить затраты, подразделения организации не стремятся к большим закупкам и не создают излишних запасов с учётом возможностей складских помещений.

2. Закупочный процесс в системе логистического управления взаимосвязан с процессами поставки товара на склад. [5] Здесь возможны противоречия по поводу качества закупаемого товара и условий самих поставок, как по количеству, так и по срокам. Ассортимент может вызвать недовольство со стороны складских служб предприятия по габаритам и объемам закупок. Получить скидки отдел закупок может при приобретении неконкурентоспособной продукции или при покупке большой партии товара. Складскому хозяйству же необходимо пополнить дефицит запасов и использовать имеющиеся площади складов с максимальной эффективностью. Это приводит к уменьшению расходов на грузовые перевозки внутри предприятия. Отдел логистики заинтересован в уменьшении затрат на использование собственного транспорта. Поэтому необходимо переносить все эти затраты на поставщика и стремиться это отразить в условиях поставки. Служба закупок стремится к достижению максимально выгодных отношений с поставщиком с точки зрения минимизации стоимости закупаемой продукции, и

может не придавать особого значения транспорту для доставки, предлагаемым поставщиком, при этом, не требуя дополнительных услуг. В то же время для склада важно, чтобы параметры транспорта для поставки подходили к техническим характеристикам, оснащению погрузочно-разгрузочного фронта.

Выбор поставщика – это одна из основных проблем в управлении закупками. [4] Её актуальность состоит в том, что на современном рынке действует огромное количество поставщиков однородной продукции, но основное требование к нему в том, что он должен быть надёжным партнёром предприятия в реализации стратегии логистики. Поставщика выбирают по определённым параметрам и критериям: качество поставляемых материальных ресурсов и сервиса, надёжность поставок, финансовые условия, возможности удовлетворить требования фирмы-заказчика, расположение, сопутствующий сервис и др. Если предпочтение отдается одним критериям, а остальные параметры игнорируются, то предприятие не может нормально функционировать. Это приводит к различным противоречиям между подразделениями.

3. Так как есть различия в объёме поступающих и отгруженных товаров, то складское хозяйство может нести существенные затраты на хранение материалов, вследствие этого возникают противоречия с отделом по перемещению товаров. Уменьшить транспортные расходы можно осуществляя полную загрузку транспортных средств и исключения их холостых пробегов. Конфликт может возникнуть и между закупками и продажами из-за объёма и качества товарной партии на поставку. Предприятия, которые занимаются реализацией сезонных продуктов либо поставляют скоропортящуюся продукцию, более подвержены данной проблеме. Все подразделения организации осознают необходимость уменьшения потерь и стремятся уменьшить объёмы закупок товара. Определяя своевременность поставки, закупочный отдел учитывает условия поставщика и осуществляет его поиск с лучшими условиями.

При уменьшении периода поставки материалов может возрасти цена услуги. [3] Поэтому данная ситуация не удовлетворяет производственные интересы отдельных подразделений предприятий, вследствие этого возникают противоречия с отделом маркетинга по поводу удовлетворения потребностей клиентов. Отдел исследования рынка старается уменьшить не только затраты, связанные с условиями поставки товара, но и обеспечить качество поставляемых материалов. Кроме того, аналитики предприятия стремятся увязать логистические процессы при реализации продукции с сокращением

времени в цепочках поставок. Сокращение времени на поставки продукции также интересует и другие подразделения предприятия для обеспечения более быстрого и качественного выполнения производственного плана и избегания противоречий, вызванных проблемами внешнего рынка и изменением ресурсопотребления. Логистические отделы стремятся к минимальному сроку поставок, который даёт возможность уменьшить все виды расходов на предприятии.

Следовательно, исследованные и приведённые противоречия, возникающие в логистической системе предприятия, имеют место на практике и требуют своего разрешения. Они позволяют обнаружить отдельные проблемы, связанные с противоречиями неэффективного взаимодействия структурных подразделений предприятия. Их разрешение повышает эффективность принимаемых решений в системе логистических процессов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Осипов В. А. Проблемы развития логистики в России // Молодой ученый. 2016. №13.1. С. 75-77.
2. Суходоева Л.Ф. Формирование организационного потенциала мегаполиса. Монография. Н.Новгород: НЮ РАНХИГС, 2011. 491 с.
3. Суходоева Л.Ф. Организационная привлекательность предприятия и ее оценка. // Вестник ИжГТУ им. М.Т.Калашникова. 2011. № 3. С. 79-73.
4. Суходоева Л.Ф. Прогноз развития промышленности города // Региональная экономика: теория и практика. 2004. № 5. С. 42-45.
5. Суходоева Л.Ф. Стратегия предпринимательства в промышленном регионе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. 2001. № 1. С. 190-194.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Соловьев А.П.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В наше время логистика используется в разных сферах общественной жизни. Не так давно логистика для обычного человека была наукой о грузоперевозках, хранении на складах. Сегодня логистика – это не просто грузоперевозки, а философия бизнеса, которая позволяет скоординировать деятельность таким образом, чтобы организация представляла из себя четко

организованную систему. В данный момент концепция логистики используется в разных отраслях промышленности, в оптовой и розничной торговле, сфере обслуживания.

Актуальность. В наш скоростной век, у людей много дел, присутствует дефицит времени, поэтому они ждут быстрого обслуживания везде, в том числе, в ресторанах. Но иногда даже на посещение заведения общепита нет времени. В этом случае актуальной является доставка еды на дом или в офис. Зная загруженность современного человека, этот сервис предлагают почти все рестораны.

Однако, чтобы приобрести пищу с доставкой, нужно знать сначала место, где это можно сделать, при этом на поиск информации тратится много времени. Хочется, чтобы было вкусно, сытно и недорого. Настоящей проблемой может стать заказ еды для большой компании – каждому нравится что-то своё, нужно раздельно считать стоимость доставки, искать каждому ресторан, где есть его любимые блюда.

Чтобы это не занимало много времени существуют специальные сервисы доставки. Это современные агрегаторы ресторанов города, где в едином каталоге собраны все популярные заведения. Заказать еду можно из любого количества кафе.

Цель настоящего исследования – изучить особенности применения логистического подхода в общественном питании.

Нами был рассмотрен самый крупный игрок на этом рынке доставки продукции общественного питания Delivery Club, занимающийся доставкой еды из кафе и ресторанов.

Delivery Club – это единая информационная система заказов, предлагающая пользователям широкие возможности для быстрого и простого поиска и заказа готовой еды, реализуемой Партнерами Delivery Club, а также принимающая от Пользователей денежные средства в счет оплаты заказов. Обязательства по реализации продуктов, согласно условиям оформленного заказа Пользователя, возникают непосредственно у Партнера Delivery Club.

Достижения компании:

- 17 сентября 2015 года компания Delivery Club вошла в состав «100 лучших организаций и предприятий России 2015» и была признана лауреатом в номинации «Лучший бизнес-проект в интернете 2015» по мнению экспертов Международного Форума «Инновации и Развитие»;
- «Лидер России 2015» согласно общегосударственному рейтингу предприятий РФ по итогам 2013—2014 года.

- 21 октября 2016 года сервис стал лауреатом премии «Большой Оборот», одержав победу в номинации «Мобильный магазин»

DeliveryClub являясь безусловным лидером нашего рынка среди агрегаторов по заказу доставки еды, запустил осенью прошлого года собственную службу доставки – бесплатная доставка за 45 минут без минимальной суммы заказа. Проект проходил тестирование с начала 2016 года и сейчас услуга доступна в пределах 3 кольца Москвы в ресторанах, у которых нет собственной службы доставки. Таких заведений в столице, по официальным данным, в 6 раз больше, чем ресторанов, имеющих собственную логистику. Перед внедрением был проведен глубокий анализ работы ведущих логистических служб, а также сервисов доставки, которые активно вышли на рынок. Были выявлены и учтены их недочёты: так, например, анализ показал, что среднее время доставки по Москве составляет 76 минут, среднее время по России около полутора часов. Доставка собственными силами ресторана, обычно бесплатная и занимает от 60 до 90 минут при этом есть минимальная сумма заказа от 800 до 1500 рублей. Сторонние логисты доставляют в течении 1.5 часов и взимают плату за доставку от 300-400 рублей.

DeliveryClub предлагает отличную доставку, которая резко ограничивает время её осуществления. В мобильном приложении и на сайте агрегатора рестораны расположены в порядке увеличения времени доставки. Поэтому клиенты, находящиеся в зонах работы сервиса, всегда смогут найти рестораны с доставкой Delivery Club вверху списка, после того как введут свой адрес. Рестораны можно опознать по значку со страусом и информации о доставке за 45 минут. Удобство данного предложения подтверждают цифры: в районах работы доставки больше 10% трафика уже перешло на заказы в ресторанах на собственной доставке Delivery Club Express. Общее число заказов Delivery Club в день в среднем 20000. Сейчас доставка заказов осуществляется в так называемых микро-зонах с помощью собственных пеших и вело курьеров. Сотрудники тщательно отбираются и проходят тренинги. Курьеров сервиса всегда можно опознать по ярким зеленым поло и курткам с логотипом Delivery Club. Отслеживанием процесса доставки занимается диспетчерский отдел. На данный момент 95% заказов доставляются в пределах 45 минут, что делает данное предложение уникальным в сравнении с другими сервисами. Заказ на быструю доставку можно разместить с 12 часов дня.

Зона доставки постепенно будет расширяться и выходить за пределы третьего кольца, а в дальнейшем распространится на всю Москву.

В скором времени планируется запуск доставки и в других городах присутствия Delivery Club, например, в Санкт-Петербурге, где так же, как и в Москве, есть множество отличных местных ресторанов.

На данных предприятиях используется в большей степени транспортная логистика. Она представляет собой систему по организации доставки, а именно по перемещению каких-либо материальных предметов, веществ из одной точки в другую по оптимальному маршруту. Главной особенностью выбора именно этой методики, по нашему мнению, является оптимизация маршрута доставки, которая сокращает срок доставки и сокращает издержки. Ведь, именно этот фактор играет основополагающую роль в данном виде бизнеса[1].

Еще одним важным моментом является использование кросс-докинга, то есть процесс приёмки и отгрузки товаров и грузов через склад напрямую, без размещения в зоне долговременного хранения. Кросс-докинг является совокупностью логистических операций внутри цепочки поставок, благодаря которым отгрузка со склада и доставка товаров максимально точно согласуются по времени. В следствии этого продукция доставляется за минимальный срок.

Кросс-докинг происходит в один или два этапа:

- *одноэтапный кросс-докинг* - груз проходит через склад в качестве неизменного отдельного заказа;
- *двухэтапный кросс-докинг* - отгруженная партия товара подвергается переоформлению, и товар на складе может быть разделен на группы[2].

Хранение товара на складе в обоих случаях полностью исключается.

Преимуществами сквозного складирования являются:

- более быстрая доставка продукции к пунктам назначения;
- сокращение складских площадей и снижение затрат на оплату аренды складов и труд персонала.

Идеальными для сквозного складирования считаются товары с высоким спросом и значительным объемом транспортировки: товары массового потребления, пользующиеся постоянным спросом; скоропортящиеся продукты; товары высокого качества; продукция для рекламных мероприятий [3].

Проанализировав ряд публикаций о сотрудничестве, мы сделали вывод о том, что партнерство выгодно только тем организациям, которые в своем распоряжении не имеют доставку. Также нами замечена тенденция выхода из партнерства крупных компаний в связи с тем, что агрегатор берёт комиссию 20% с каждого заказа, а рентабельность доставки для ресторанов составляет 15–

25%. Таким образом, в лучшем случае ресторан работает на уровне безубыточности. Так, например, сеть пиццерий «Додо Пицца» с 1 марта прекратила сотрудничество с агрегаторами доставки еды, включая крупнейшего — Delivery Club.

В связи с этим нами сделан вывод, что при заключении партнерства можно видоизменить систему сбора комиссии. А именно снизить процентную ставку для новых участников до 10%. Это увеличит количество участников партнерской компании и сократит случаи расторжения контрактов. Кроме того, можно ввести программу Cash Back для партнеров. При привлечении нового клиента компания агрегатор выплачивает дополнительно 10% от заказа и 5% старого пользователя.

Многომиллионные инвестиции, постоянно меняющиеся тренды, все это в очередной раз доказывает, что сфера в которой существует Delivery Club постоянно меняется и еще долго не придет к своему конечному виду. Рынок растет и будет расти, особенно в крупных городах России. Роль логистики в этом бизнесе достаточно велика, с каждым новым инновационным скачком рынка наука будет идти с ним в ногу. У компании очень амбициозные планы на ближайшие года, Delivery Club рассчитывает выйти на рынок СНГ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сергеев В. И. Логистика снабжения. Учебник / В.И. Сергеев, И.П. Эльяшевич. М.: Юрайт, 2016. 398 с.
2. Троицкая Н. А. Организация перевозок специфических видов грузов. Учебное пособие / Н.А. Троицкая, М.В. Шилимов. М.: КноРус, 2016. 240 с.
3. Неруш Ю.М. Транспортная логистика: Учебник для академического бакалавриата / Ю.М. Неруш, С.В. Саркисов. Люберцы: Юрайт, 2016. 351 с.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТЕРЬ В ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ АО «МАГНААВТОМОТИВ РУС»

Стародворская Д.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Сегодня, в условиях быстро развивающихся технологий и изменений во всех сферах жизни общества, возникает необходимость в чётком управлении организацией для сохранения её позиций на рынке. Одной из концепций,

помогающих обеспечить высокую конкурентоспособность предприятия, является бережливое производство.

Под бережливым производством понимают особую программу, направленную на снижение издержек от всех видов операций, происходящих в организации. [1] Это своеобразная философия управления, целью которой является выявление и устранение потерь во всём цикле создания ценности продукта, включающий в себя процессы не только внутри организации, но и по всей сложной цепочке поставок. [2]

Одним из основоположников бережливого производства принято считать Тайити Оно, исполнительный директор Toyota, который составил семь типов потерь – деятельности, потребляющей ресурсы, но не создающей ценности. К ним он относил следующее:

- 1) потери из-за перепроизводства продукции;
- 2) потери из-за производства дефектной продукции;
- 3) потери времени из-за возникновения ожидания;
- 4) потери из-за ненужных перемещений людей;
- 5) потери из-за ненужной транспортировки материалов;
- 6) потери из-за излишней обработки;
- 7) потери из-за возникновения переизбытка запасов.

Эти процессы замедляют производственные и операционные процессы организации, что снижает её эффективность. Именно поэтому по принципам бережливого производства необходимо выявлять и устранять их для получения наиболее высокого результата деятельности. Для дальнейшего анализа были подробнее изучены причины и последствия видов потерь, а также способы их выявления и устранения. [4] Полученные данные систематизированы в табличной форме.

Таким образом, стоит отметить, что все виды потерь несут не только убытки, но и снижение эффективности сотрудников и производства, а также могут пагубно сказаться на репутации компании среди потребителей [5].

Объектом исследования была выбрана организация АО «МагнаАвтомотив Рус», являющаяся дивизиональным подразделением Exteriors компании «MagnaInternational» (Канада). Предметом исследования является закупочная деятельность компании, так как это процесс имеет сильное влияние на другие производственные и операционные процессы компании.

Целью исследования является оптимизация закупочного процесса АО «МагнаАвтомотив Рус» на основании анализа потерь на каждом из его этапов.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- систематизировать виды потерь и их влияние на процессы в компании;
- выделить этапы закупочного процесса в АО «МагнаАвтомотив Рус»;
- проанализировать каждый этап закупочного процесса на предмет потерь в производственных и операционных процессах;
- систематизировать полученные результаты для последующей разработки рекомендаций по устранению потерь.

Были использованы следующие методы исследования: факторный анализ, контент-анализ источников информации, наблюдение.

На основе анализа внутренней документации и наблюдения за работой сотрудников отдела закупок были выделены следующие этапы закупочного процесса:



Рисунок 1 – Этапы закупочного процесса компании АО «МагнаАвтомотив Рус»

Каждый этап был подробно рассмотрен, в результате чего были выявлены потери в операционной и производственной деятельности компании. Результаты исследования систематизированы в табличной форме. По итогам в компании выявлены 4 из 7 видов потерь. В основном они связаны с излишними передвижениями и согласованиями документации. С одной стороны, необходимо понимать, что закупочный процесс весьма сложен и требует особой осторожности с потенциальными поставщиками. С другой стороны, необходимо проанализировать деятельность компании на предмет излишних передвижений сотрудников и транспортировки документации, так как большое

количество поправок и согласований увеличивают риски, снижают эффективность и повышают количество времени, которое организация тратит на свою деятельность [6].

Возможно, необходимо создавать специальные комитеты, в которые будут входить люди из каждого отдела, необходимого для участия в одобрении и подписании бумаг, для того, чтобы на оформление необходимых документов не уходило такое количество времени на разных этапах, а процесс шёл быстрее и качественнее.

В целом, стоит отметить, что анализ АО «МагнаАвтомотив Рус» не показал критичных результатов, но требуются улучшения в системе деятельности и планировании операционных процессов организации для повышения общей эффективности. Приход к «бережливому производству» в закупочной деятельности организации приведет к росту и увеличению скорости процессов и в других сферах деятельности предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Hallgren M., Olhager J. Lean and agile manufacturing: external and internal drivers and performance outcomes //International Journal of Operations & Production Management. 2009. Т. 29. №. 10. С. 976-999.
2. Shah R., Ward P. T. Defining and developing measures of lean production //Journal of operations management. 2007. Т. 25. №. 4. С. 785-805.
3. Оно Т. Производственная система Тойоты: уходя от массового производства. М.: Институт комплексных стратегических исследований, Издательство ИКСИ, 2012. 194 с.
4. Imai M. Gemba Kaizen: A commonsense approach to a continuous improvement strategy. – McGraw Hill Professional, 2012. 384 p.
5. Синго С. Изучение производственной системы Тойоты с точки зрения организации производства. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2010. 296 с.
6. Джеймс П. Вумек. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. М.: Альпина Пабlishер, 2013. 472 с.

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ИЗДЕРЖЕК ПРЕДПРИЯТИЯ

Сырвачев Е.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Логистические издержки различны по своей природе, в связи с чем, нуждаются в классификации. При этом в различных функциональных областях

логистики доля логистических издержек различна, о чем свидетельствуют данные таблицы 1.

Таблица 1 - Доля от общей суммы затрат на логистику каждой из ее функциональных областей

Функциональная область	Доля от общей суммы затрат, %
Транспорт	46
Складирование	26
Запасы	10
Прочее	18

Наибольший объем логистических издержек приходится на транспортную и складскую функциональные области логистики – соответственно 46 и 26% [2].

Логистические издержки, на наш взгляд, можно классифицировать по функциональным областям, по уровню стабильности потокового процесса; по принадлежности к оказанию услуг; по отношению к логистической системе и т.д.

По функциональным областям логистические затраты принято подразделять на затраты на закупку продукции; на производство продукции и сбыт продукции [1].

В состав затрат на закупку продукции включают расходы по приобретению сырья и материалов, в частности:

- стоимость сырья и материалов;
- затраты на оформление заказов;
- расходы по транспортировке сырья и материалов;
- затраты, связанные с хранением запасов и др.

В состав затрат на производство продукции входят следующие расходы:

- затраты на приемку сырья и материалов;
- затраты на формирование заказа для производства продукции;
- затраты на внутрипроизводственную транспортировку продукции;
- затраты по хранению продукции незавершенного производства и др.

В состав затрат на сбыт продукции входят:

- затраты на хранение готовой продукции;
- затраты на упаковку, сортировку и маркировку;
- затраты по продаже готовой продукции;
- затраты по транспортировке готовой продукции и др.

Распределение и последующий анализ логистических издержек по данным статьям позволяет дифференцировать ответственность сотрудников

предприятия, а также выявлять резервы для их снижения. Так, например, реализация логистического подхода в АО «Нижегородский молочный завод № 1» позволяет выявлять резервы их снижения, что, как следствие, ведет к снижению себестоимости конечного продукта.

Большая доля в структуре логистических издержек предприятия приходится на транспортные расходы, которые представляют собой оплату услуги и работ, выполненных транспортно-экспедиционными организациями или собственными парком автотранспортных средств. В частности, в состав транспортных расходов включают:

- оплата тарифов по перевозке всеми видами транспорта;
- стоимость перевалки и перекачки;
- почтовые расходы;
- оплата сборов транспортных организаций за хранение и экспедирование продукции;
- оплата погрузочно-разгрузочных работ и др.

При этом анализ логистических издержек АО «Нижегородский молочный завод № 1» позволил выявить, что неэффективные виды расходов наблюдаются по таким элементам, как оплата тарифов по перевозке, оплата сборов транспортных организаций за хранение и экспедирование продукции, оплата погрузочно-разгрузочных работ.

Затраты, связанные с хранением продукции, включают в себя такие расходы как:

- приемка продукции по количеству и качеству;
- погрузочно-разгрузочные работы;
- перемещение продукции внутри предприятия;
- контроль за сохранностью продукции, хранящейся на предприятии;
- предупреждение порчи продукции;
- обслуживание и обеспечение работы складского оборудования;
- комплектование партий заказов и др.

Затраты, связанные с переработкой и хранением продукции, включают в себя:

- затраты, которые связаны с получением готовой продукции, ее хранением, а также проведением подготовительных работ для отправки продукции со складов предприятия;
- общескладские расходы;

– расходы, связанные с недостаточей, естественной убылью и порчей продукции.

Оценка логистических издержек осуществляется с соблюдением следующих правил:

- 1) четкая классификация логистических издержек;
- 2) определение центров формирования логистических издержек;
- 3) выявление резервов снижения логистических издержек;
- 4) разработка рекомендаций по сокращению логистических издержек.

Оценка логистических издержек осуществляется с применением следующих методов:

– стратегический (бенчмаркинг) – сравнение положения предприятия с точки зрения затрат на обслуживание потребителей с аналогичным положением его ближайших конкурентов;

– стоимостной – нормативный метод, основанный на изучении элементов издержек и направленный на снижение издержек и соответственно повышение потребительской ценности продукции;

– функционально-стоимостной – направлен на снижение уровня затрат на обслуживание потребителей, основан на тщательном изучении этапов процесса выполнения заказов и выяснение возможности стандартизации для перехода к более дешевым технологиям.

Оценка логистических издержек служит основой разработки путей повышения их эффективности. Повышение эффективности логистических затрат может осуществляться, как с использованием одного способа, так и комплексно, с использованием отдельных инструментов для каждой функциональной области логистической системы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аязгулова Р.В., Хафизова-Осадчий Э.Я. К вопросу об оценке логистических издержек предприятия // Современные исследования основных направлений технических и общественных наук: материалы международной научно-практической конференции / Под редакцией профессора Насретдинова И.Т. Казань: Изд-во «Печать-сервис XXI век», 2017. 1059 с. С. 98-100
2. Боченкова А.С. Основные показатели, применяемые для анализа эффективности функционирования действующей логистической системы на предприятии // Экономическое развитие России: тенденции, перспективы: сборник статей по материалам III Международной студенческой научно-практической конференции. (13 апреля 2017 г.): В 3 т. – Нижний Новгород: Мининский университет, 2017. Том 2. С. 167-172

3. Чулкова Г.В., Лакеев С.В. Оценка влияния факторов на логистические издержки // Актуальные проблемы АПК: Взгляд молодых исследователей. Смоленск: Смоленская государственная сельскохозяйственная академия, 2017. С. 184-188

ЦИКЛ ШУХАРТА-ДЕМИНГА В ПРОЦЕССНОМ ПОДХОДЕ

Тужилкина И.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

По статистике, приведенной за 2016 год, меньше половины компаний в мире используют бизнес-процессы для управления. Однако, большинство из опрошенных (67%) готовы к инвестициям в разработку бизнес-процессов как к инструменту стимулирования развития компании. В России же процессный подход с каждым годом становится все более популярным способом улучшения показателей деятельности компании.

В торговой организации процесс производства, сбыта, финансов и т.д. имеет циклический характер и многократно повторяется. Поэтому большое количество описаний приводит к громоздкости и нерациональности.

В связи с этим, в 20-х годах XX века Уолтером Шухартом (Walter Shewhart), и позже У.Эдвардом Демингом (W. Edwards Deming) была предложена модель описания циклически повторяющихся бизнес-процессов. Она получила свое название PDCA по сокращению терминов, описывающих алгоритм работы с процессом [4, с.3].

В 1950 году Деминг начал внедрять данный метод в Японии, путем сопоставления неактуального и инновационного путей производства товара. Старые утверждения основывались на том, что производство состоит из трех последовательных независимых друг от друга ступеней. Это не позволяло компаниям получить высокое качество продукции, высокие объемы продаж, сокращение времени на операцию и т.д. Тогда Деминг предложил компаниям новый путь производства, который назвал циклом PDCA (см. Рисунок 2).

Цикл PDCA представляет последовательность действий, направленных на совершенствование бизнес-процессов, прежде всего самого качества реализации данного процесса.

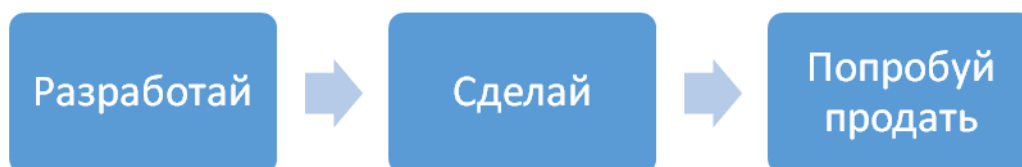


Рисунок 1 – Старый цикл производства

PDCA включает элементы:

1. **Plan** (планировать);
2. **Do** (выполнять);
3. **Check** (проверять);
4. **Act** (действовать).

Возникновение данного подхода лежит в основе изменения господства на рынке с производителей на потребителей. Так, со второй половины 20-го века, с ростом высокотехнологичного производства и увеличением количества предложения, началась борьба за соответствие потребностям покупателей. Старая модель производства начала устаревать. Необходимо было разработать совершенно новую инновационную систему описания бизнес-процессов, которая могла бы увеличить качество продукции и соответствие ее потребностям целевого сегмента.

Анализ данной потребности позволил американскому ученому Уолтеру Шухарту преобразовать старую линию (бизнес-процесс) производства в замкнутый круг. Новый замкнутый бизнес-процесс позволил после первого же цикла увидеть результат, выявить отклонения и их причины, оптимизировать и улучшить все элементы процесса (заданный предмет, технологию). С каждым последующим прохождением цикла (процесса) на выходе компания получает все более совершенный продукт, превосходящий по стоимости, качеству и потребностям клиента конкурентов. В настоящее время, это и объясняет его популярность среди крупных компаний, которые стремятся к увеличению прибыли и доли рынка [4, с.4-5].

Цикл PDCA стоит из 4 элементов (Рисунок 2):

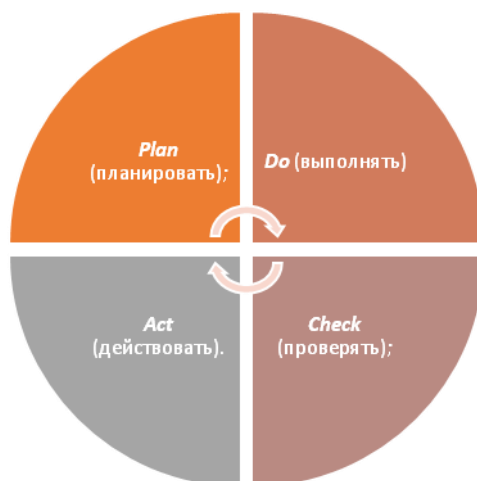


Рисунок 2 – Последовательность цикла Шухарта-Деминга

1. Планирование, описание и проектирование бизнес-процесса.

Это начальный этап разработки или улучшения бизнес-процесса организации. На нем происходит оценка внутренней ситуации, постановка целей для ориентации на внешнем рынке. Путем анализа внутренней документации, специалисты ставят задачи и определяют план внедрения разработанного бизнес-процесса в компанию.



Рисунок 3 – Цикл PDCA

На данном этапе работы, бизнес-процесс подвергается всесторонней оценке через анализ функций, ресурсов, участников, целей и предварительных результатов. При этом, изменениям и формированию подвергаются основные, вспомогательные, сквозные, управленческие процессы в организации.

2. Внедрение, выполнение. На этом этапе происходит внедрение сформированного на предыдущем этапе плана. Оно происходит через

информирование и обучение участников процесса изменениям и инновациям. Каждый сотрудник должен четко знать все свои действия в рамках всех процессов, в которых он участвует.

В идеале, описание имеет многоуровневую структуру (сначала описывается процесс на макроуровне, т.е. на уровне предприятия, а затем переходит к описанию нижнего уровня с более высокой степенью детализации). Одновременно, действия всех подразделений и сотрудников, выполняющих свои обязанности в соответствии с такой моделью, отлажены, скоординированы и направлены в русло общего процесса для достижения общего результата.

3. Проверка, контроль. На данном этапе оцениваются результаты работы в соответствии с поставленными в начале анализа целями. Руководитель проектного отдела определяет, какой из этапов процесса и по каким критериям отстает от желаемого, установленного результата.

Например, в логистических процессах несоответствие может проявляться через превышение времени отгрузки товара, сроков доставки или стоимости. Причинами могут быть как внешние, так и внутренние факторы. Менеджеру необходимо подстроиться под них и скорректировать процесс.

4. Анализ, действие. Данный элемент позволяет на основе полученной информации совершенствовать бизнес-процессы через мониторинг и периодический анализ деятельности проектной команды. В результате могут быть выявлены и устранены следующие факторы: дублирование функций, "узкие" места, чрезмерная стоимость каких-либо операций, низкое качество выполнения, наличие излишних операций, и т.п.[2].

Оптимизация может осуществляться через постоянное совершенствование процессов (эволюционный путь) для небольшого изменения деятельности, а также через периодическое радикальное изменение (революционный путь), например, при проведении комплексной автоматизации. В таких случаях ставится задача "начать все с нуля". Такой подход позволяет избежать применения к старым процессам новых технологий.

Цикл Шухарта-Деминга может применяться как для формирования нового циклического процесса, так и для совершенствования уже спроектированного. В любом случае, от каждого последующего повторения цикла будет повышаться удовлетворение потребителя качеством производимого товара или услуги при одновременном снижении его стоимости. Поэтому наибольшее распространение данный метод имеет на производстве в управлении качеством. Однако, его широко применяют и в тех частях компании, которые имеют много циклические процессы [3].

Данный метод является основой для методов бережливого производства, шести сигм, теории ограничения систем.

Современные компании невозможно представить без структурированной, правильно описанной системы управления. Метод PDCA является одним из способов построения в организации оптимальных бизнес-процессов, направленных на контроль деятельности, повышения эффективности компании и достижения ее конечных целей, например, увеличение прибыли[1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Семенычев Ф.А. Бережливое производство для руководителей: книга/ Ф.А.Семенычев. Интернет - издательство Web-Kniga, 2014. С.50-52
2. Чего не хватает в PDCA и что могут предложить Lean, Six Sigma, TOC? [Электронный ресурс] – URL: <http://sixsigmaonline.ru/baza-znaniy/22-1-0-424> (дата обращения 28.10.2017)
3. Что такое цикл PDCA? [Электронный ресурс] – URL: http://www.lean6sigma.org.ua/2015/12/pdca_cycle/ (дата обращения 28.10.2017)
4. А.М. Жемчугов, М. К. Жемчугов и др. Цикл PDCA Деминга. Современное развитие // Проблемы экономики и менеджмента. 2016. № 2 (54). С.3-29.

КОНТРОЛЛИНГ В СИСТЕМЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ

Шалаева М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Принятые стандарты контроллинга не всегда являются безупречными. При обнаружении их несоответствия требованиям системы клиентоориентированности, происходит их корректировка. Удовлетворение основных потребностей клиентов и формирование дополнительного потока покупателей является основой системы клиентоориентированности. Контроллинг предполагает выставление интересов клиента выше интересов сотрудников и выше интересов компании.

Клиенты как капитал организации имеет две стороны с точки зрения контроллинга [1]. С одной стороны, они приносят дополнительную прибыль предприятию, а с другой – в структуре клиентоориентированности создают возможность дополнительного бизнеса для удовлетворения потребностей определенного сегмента рынка.

Целями контроллинга за состоянием субъекта в этом случае будут являться [2]:

- мониторинг стратегических бизнес-единиц;
- прогноз развития клиентской базы организации;
- контроль интеграции сервисного обслуживания клиентов;
- анализ функционирования системы управления обслуживанием клиентов;
- регулирование местных заказов и их сервисное обслуживание;
- современное выявление и использование внутренних резервов организации;
- маркетинговые исследования состояния спроса и предложения на рынке.

Новое понятие клиентоориентированности связано с созданием групп клиентов, по-разному относящихся к товарам (рисунок 1).

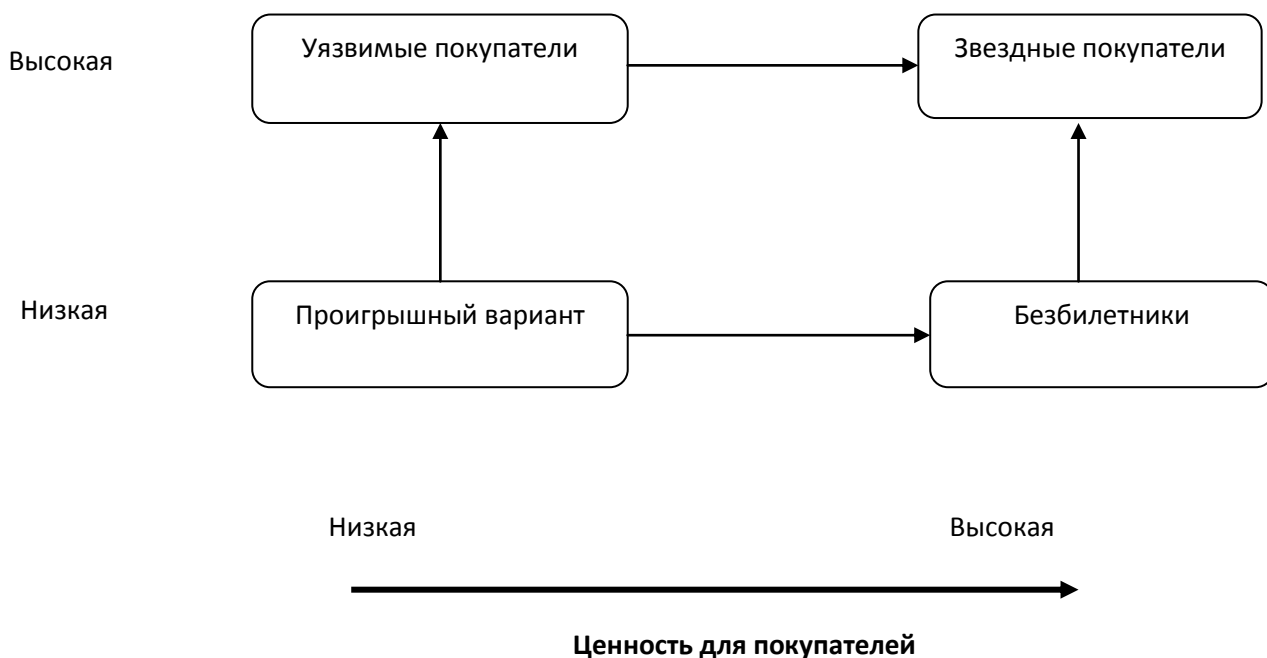


Рисунок 1 - Группы клиентов, по-разному относящиеся к товарам

Следовательно, основной целевой функцией для контроллинга в системе клиентоориентированности является оптимизация принятия решений по привлечению новых покупателей и расширение сервисных услуг. Для диагностики системы клиентоориентированности необходимо решить следующие задачи для любого субъекта [3]:

- выявлять дестабилизирующие факторы и прогнозировать возможность их возникновения и тенденции развития;
- получать точные оценки затрат;
- распределять затраты во времени и приоритетности;
- получать обоснование и подтверждение целесообразности затрат;

- обеспечивать своевременную отчетность по затратам;
- выявлять ошибочные затраты;
- обеспечивать подготовку отчета о состоянии развития субъекта;
- прогнозировать затраты.

Основной целью контроллинга является не экономия расходов, а выявление отклонений в контрольных точках фактических показателей системы клиентоориентированности. Факторы, влияющие на развитие данной системы, следующие [4]:

- организационный потенциал предприятий;
- уменьшение трудозатрат на единицу продукции;
- повышение производительности труда;
- конкурентоспособность на рынке;
- корпоративная культура.

Они оказывают существенное влияние на клиентоориентированную политику:

- направления изменений в системе управления;
- результаты ведущих групп клиентов;
- структурная перестройка сервисного обслуживания;
- структуризация клиентской базы;
- перераспределение товаров по сегментам рынка;
- уменьшение количества проблемных групп покупателей;
- промышленное развитие сферы обслуживания;
- внедрения прогрессивных технологий;
- внешнеэкономическая деятельность;
- повышение конкурентоспособности предприятий;
- инвестиционная политика;
- повышение эффективности нанотехнологий;
- определение приоритетности инвестирования;
- зарубежные инвестиции;
- маркетинговая деятельность Рейтинговая оценка рынков;
- эффективные каналы товародвижения;
- создание маркетинговых и контроллинговых служб.

Контроллинг ведется постоянно как специальными подразделениями, так и руководителями всех уровней и призван оценить ход процесса продажи и обслуживания клиентов [5].

Региональный контроллинг – это не только диагностика социальных и экономических показателей, но и такая организационная составляющая как проектирование эффективных систем клиентоориентированности и систем функциональных обязанностей и информационной безопасности.

В современных условиях функционирование контроллинга в системе клиентоориентированности слабо развито, следовательно, создание специфичной службы для любого субъекта становится необходимым.

В системе клиентоориентированности необходимость введения функции контроллинга объясняется следующим:

- насыщенностью и высокой конкурентностью рынков;
- созданием административных контроллинговых служб;
- прогнозированием клиентской базы;
- повышением гибкости сервисных услуг;
- сокращением времени на контроллинговые операции;
- развитием коммуникационных связей между предприятиями.

Следовательно, проведенное исследование позволяет создать систему клиентоориентированности с применением контролирующих функций для привлечения большего числа клиентов и получения дополнительной прибыли за счет качества обслуживания клиентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Суходоева Л.Ф., Гринева О.М., Суходоев Д.В. Контроллинг в системе управления предприятием. Инновационная наука. 2016. № 9 (21). С. 167-169.
2. Суходоев Д.В., Суходоева Л.Ф., Иванова В.А. Коммерческие взаимодействия в интернет-пространстве. В сборнике: Актуальные проблемы экономики, Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А.А. Уфа: Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна"(Уфа), 2015. С. 156-158.
3. Суходоева Л.Ф., Суходоев Д.В. Особенности формирования предпринимательских структур. Российское предпринимательство. 2014. № 14 (14). С. 97-106.
4. Суходоева Л.Ф. Формирование организационного потенциала мегаполиса. Монография. Н.Новгород: НЮ РАНХИГС, 2011. 491 с.
5. Суходоева Л.Ф. Организационная привлекательность предприятия и ее оценка. Вестник ИжГТУ им. М.Т.Калашникова. 2011. №3. С. 70-73.

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИТОРСКИХ ФИРМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Юрьева М.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В текущих обстоятельствах, которые сложились на территории Российской Федерации, где хозяйствующие субъекты взаимодействуют на свободном рынке и ведут торговлю с партнерами из других стран, образовалась потребность в услугах транспортно-экспедиторских компаний, которые берут на себя ответственность за транспортировку грузов через границы нашей страны, экспорт и импорт продукции [4, с. 277].

Актуальной проблемой, с которой сталкиваются логистические операторы, является оптимизация деятельности компании в условиях нестабильной политической ситуации на мировом торговом рынке, а также борьба с конкурентами в отрасли за лидерство на рынке.

Известно, что логистические операторы предоставляют клиентам пакет услуг, который включает в себя координацию грузоперевозки, оформление надлежащей документации на груз, складское администрирование, проверка всех обязательных параметров грузоперевозки, регистрация документов, необходимых для таможенного оформления груза, и постоянная проверка состояния груза во время перевозки [4, с. 283]. В компаниях, занимающихся оказанием пакета логистических услуг, как правило, задействованы специалисты из сферы продаж, таможенного дела, транспортной отрасли и профессионалы, которые занимаются мониторингом изменений на рынке и колебаний в ценах и тарифах по перевозкам в зависимости от их характеристик.

В процессе работы над данной темой была проанализирована деятельность одного из российских филиалов немецкой транспортно-экспедиторской фирмы, его экономические и финансовые показатели на основе известных инструментов стратегического анализа. Проведенная диагностика показала, что у компании существует ряд проблемных областей.

К проблемным полям организации относятся: отсутствие железнодорожных перевозок, автопарка в собственности компании и услуг по консолидации грузов на территории Российской Федерации. Существует проблема с привлечением клиентов, нацеленных на долгосрочное сотрудничество, которые согласны платить за гарантированно качественную и своевременную поставку чуть более высокую цену, чем рыночная, за данный

тип услуг. Была выявлена слабая координация фирмы с другими подразделениями компании.

Таким образом, на деятельности данной организации могут негативно сказаться следующие события: выход на рынок конкурента, оказывающего услуги железнодорожных перевозок по России; неэффективная практика исполнения существующего законодательства; снижение общих объёмов внешнеторгового оборота; сильное падение покупательной способности рубля; повышение цен на транспортные перевозки; высокая конкуренция среди транспортно-экспедиторских компаний, которые применяют более инновационные технологии.

Для устранения текущих и предполагаемых в будущем проблем были разработаны рекомендации по оптимизации деятельности компании. Прежде всего, необходимо сделать упор на профессионализм кадров организации, задействованных в продажах клиентам комплекса услуг логистики, сформировать в политике компании по отношению к клиентам уникальные достоинства, которые отсутствуют у конкурентов. Усовершенствовать компетенции персонала возможно благодаря постоянному дополнительному развитию кадров. Такие процедуры включают в себя разнообразные тренинги, повышения специальности, программы по обучению и разработке должностных инструкций. Чтобы согласовать работу компании, привить всем ее сотрудникам единый взгляд на стратегию существования и развития организации, сформировать новые пути решения существующих и вновь возникающих проблем, необходимо усилить координацию между верхними и нижними уровнями менеджмента.

Кроме этого, необходимо сократить бизнес-процессы, которые имеют излишнюю протяжённость в связи с неопределённостью сбыта, склада и закупок. Добиться увеличения оперативности можно с помощью введения передовых EDI систем - систем электронного документооборота.

Также, стоит усовершенствовать процесс планирования, улучшить качество прогнозирования, ввести современные IT системы для ускорения процесса коммуникации как внутри самой организации, так и с внешними логистическими контрагентами. Встроить партнеров компании в ее структуру нужно с применением принципов JIT («точно вовремя» - японская философия, основанная на минимизации потерь и издержек на всем потоке создания ценности, а также постоянном непрерывном улучшении), что позволит повысить маржинальную прибыль организации [2, с. 183].

Стоит также создать систему мониторинга качества оказываемых услуг в электронном виде. Данной системой окажется сайт компании для заполнения клиентом всех параметров перевозки и составления заявки на оказание услуг транспортно-экспедиторской фирмой. Предложенная форма подачи заявок позволит упростить работу менеджера по продажам и оптимизировать процесс. Суть в том, что при помощи данного сайта, клиент получит возможность установить флажки напротив тех характеристик груза, типа перевозки и других особенностей транспортировки товара, которые ему необходимы, не расходуя излишнее время на общение с менеджером, что повысит скорость и качество работы. На этом же сайте он сумеет оставить отклик по результатам перевозки, ответив на фиксированное количество закрытых вопросов, а также получить коммерческое предложение от компании.

Следующей рекомендацией является эксплуатация резервных фондов денежных средств для создания автомобильного парка фирмы, что позволит снизить расходы на компании, которые выдают транспорт по договору аренды, и повысить оперативность процесса транспортировки. Кроме того, требуется также начать арендовать транспорт для железнодорожных перевозок крупногабаритных грузов по территории РФ по низкой цене.

Наконец, нужно расширить географию перевозок как в глобальном, так и в региональном масштабе и привлечь новых заказчиков, с помощью увеличения уровня коммуникации между существующими подразделениями. Плотное постоянное взаимодействие с коллегами из-за рубежа по видеосвязи и по переписке, личные встречи и совместные тренинги раз в год позволят приобрести новый опыт и выйти на новые рынки.

Таким образом, любая компания, взаимодействующая с иностранными партнерами, значительно упрощает ведение дел благодаря передаче ответственности за грузоперевозки логистическим операторам. В ходе анализа деятельности одного из таких операторов, были выявлены проблемные области предприятия и предложены способы решения текущих проблем, увеличения доли на рынке, и повышения качества услуг по логистике, которые оказывает фирма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Журавлева Н.Ю. Особенности образования для взрослых // Сборник трудов IX Международной научно-практической конференции "Социально-экономические проблемы развития муниципальных образований", г.Нижний Новгород: НГИЭ, 2014. С.32-34. 208 С.
2. Имаи М., Савченко Д. Гемба кайдзен: Путь к снижению затрат и повышению качества/Имаи М., Савченко Д., 9-е изд., испр. и доп. М.: Альпина Пабл., 2016. 416 с.

3. Канбан и «точно вовремя» на Toyota: Менеджмент начинается на рабочем месте / Пер. с англ. - 2-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2014. 214 с.
4. Сергеев В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах. / под ред. В.И.Сергеева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 634 с.
5. Федоров Л.С. Общий курс транспортной логистики: учебное пособие / Л.С. Фёдоров, В.А. Персианов, И.Б. Мухаметдинов; под общ. ред. Л.С. Фёдорова. - 2-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2016. 310 с.

Секция 11. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ B2B

Белецкая О.А., Трифонов Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность использования интернет-маркетинга в сфере B2B (бизнес для бизнеса) обусловлена развитием интернет технологий и появлением возможностей, которые можно активно применять на рынке B2B, с целью получения большей прибыльности от деятельности компании занимающейся продажей товаров или предоставлением услуг.

Периодом зарождения интернет-маркетинга считается начало 1990 года. Это время ознаменовалось появлением текстовых корпоративных сайтов с помещаемой на них информацией о товарах. Постепенное развитие интернет-маркетинга привело к тому, что через интернет либо благодаря ему стали продаваться целые информационные пространства, бизнес модели, программные модели и еще много всего. Интернет маркетинг открыл для людей и компаний совершенно новые горизонты, прежде всего с точки зрения достижения максимально широкой аудитории для идей, товаров и услуг. [1]

Ведя бизнес в интернете, компании стали пользоваться возможностью точного отслеживания статистики, касающейся потребителей, и находится с ними в непрерывном контакте. Это имеет отношение как к сектору B2B(бизнес для бизнеса), так и для B2C(бизнес для конечного потребителя). [1]

Интернет-маркетинг, как и сам маркетинг включает в себя так же 4 основополагающих элемента:

- Товар – то, что продает компания в Интернете.
- Цена – в сознании потребителя устойчиво сформировано восприятие, что в интернет-магазине цена дешевле, чем в обычной торговой точке. Компании необходимо контролировать ценообразование и следить за ценой розничных сетей.

- Продвижение – комплекс мероприятий, направленных на продвижение торговой площадке в интернете и самого товара или услуги.

Продвижение включает в себя большое количество инструментов, таких как:

- Медийная реклама;
- SMM – продвижение;
- Контекстная реклама;
- SEO – продвижение;
- Скрытый маркетинг;
- Краунд маркетинг;
- Вирусный маркетинг;
- Прямоймаркетинг (E-mail–marketing);
- Партизанский маркетинг.
- Место продажи – торговая площадка (сайт). Большое значение уделяется интерфейсу сайта, доступность и простота получения информации о товарах, предлагаемых компанией, простая форма регистрации, оформления заявки на покупку, оперативный отклик сотрудника, оформляющего продажу и т.д.

Весь этот так называем комплекс 4Р, активно используют компании, работающие в сфере В2В. Безусловно продавать и продвигать товары или услуги другим компаниям, которые строят свой бизнес для продажи конечному потребителю является не простой задачей, в связи с этим на пути достижения цели привлечения наибольшего числа договоров на закупку товара или оказания услуг, компании-продавцы сталкиваются с рядом трудностей в поисках нужных им клиентов.

Целью каждой компании, продающей товары или оказывающей услуги неважно на каком рынке она работает В2В или В2С, является привлечение максимального количества клиентов или потребителей. Компаниям, работающим в секторе В2В необходимо путем маркетинговой кампании выстраивать со своими партнерами долгосрочные и доверительные отношения, повышать лояльность среди клиентов, формировать имидж компании.

Среди перечисленных инструментов продвижения в интернете для компаний В2В наиболее часто используемыми являются:

- Контекстная реклама;
- Прямоймаркетинг (E-mail–marketing);
- SEO – продвижение;
- SMM – продвижение;

Контекстная реклама позволяет компаниям четко таргетировать аудиторию потребителя, показывая объявление отдельно взятой компании, только тем, кто в этом действительно заинтересован. Компания – рекламодатель при такой тщательной выборке платит исключительно за конкретные клики и переходы по ссылке, что по стоимости не сравнится, например, с рекламой по ТВ или в журналах, и принесет гораздо больший отклик. Так же неоспоримым плюсом является то, что, благодаря сервисам таким как, например, для ЯндексЯндекс.Директа – Яндекс.Метрика, а для GoogleAdwords - GoogleAnalytics, можно с легкостью отследить трафик посетителей сайта, просмотреть частоту запросов по дням, и времени суток, и сделать вывод о популярности компании на рынке.

Наряду с использованием контекстной рекламы компании так же пользуются услугами компаний, занимающихся SEO-продвижением, или же нанимают специалиста в штат, который будет выполнять эти функции. SEO-продвижение или по другому раскрутка сайта, позволяет выводить его на первые строки при запросе в поисковой системе. На сегодняшний день, раскрученный сайт, это самый эффективный механизм увеличения продаж для компании.

E-mail – marketingнаправлен на поддержание отношений с имеющейся клиентской базой, рассказывая о новинках, акциях, спец предложениях и прочее, так и на привлечение нового клиента или возвращение «старого». Как известно, вернуть клиента в два раза дешевле, чем привлечь нового. E-mail рассылка сама по себе бюджетное средство рекламы, но при всем при этом не менее эффективна, чем все остальные. Очень часто данного рода рассылки ассоциируют с так называемым СПАМом, что не совсем верно. Сначала рассылка идет по имеющимся e-mailадресам, это как правило по имеющимся клиентам, которые совершают закупки или совершали когда-то, но по каким-то причинам прекратили и только во вторую очередь запускается рассылка с уникальным торговым предложением по базе e-mailадресов, полученных из доступных источников, которые еще не знают о компании.

SMM – продвижение (SocialMediaMarketing) или по-другому его называют маркетинг в социальных сетях используется для поддержания коммуникации с целевой аудиторией в социальных сетях, например таких как: Facebook, VK, Instagram, Odnoklassniki. В настоящее время популярность среди интернет - пользователей указанных социальных сетей равна 84%(по статистике за ноябрь 2017 года).[3] SMMпозволяет компаниям размещать информацию в виде постов о товарах и предлагаемых услугах, которые будут

распространяться по нужной для компании целевой аудитории путем «репостов». В эпоху развития социальных сетей любая компания должна присутствовать на данных площадках, и строить свою маркетинговую стратегию с учетом данного инструмента продвижения.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что описанные инструменты продвижения в интернет – маркетинге, это не все, чем может пользоваться современная компания, работающая в сфере B2B. В виду быстроты развития технологий, методов и приемов, позволяющих эффективно продавать и продвигать товары и услуги, компании должны своевременно реагировать на все изменения и следовать за тенденциями, для достижения поставленных целей.

Список литературы:

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М.В. Акулич. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2016. — 352 с.
2. Инструменты интернет-маркетинга. Преимущества и недостатки. Часть 1. [Электронный ресурс]– 2017, – URL: <https://angry-elephants.ru/blogs/instrumenty-internet-marketinga-preimushchestva-i-nedostatki-chast-1> (дата обращения 30.11.2017)
3. Рейтинг социальных сетей. [Электронный ресурс] – 2017, – URL: <http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/> (дата обращения 02.12.2017)

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Варцаба Ф.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В 2017 году уже все так или иначе слышали о такой технологии как блокчейн, Блокчейн, т.е. цепочка блоков, это децентрализованная база данных, которая хранит постоянно растущий список упорядоченных данных-блоков, связанных между собой метками времени и ссылками на предыдущие блоки. Также применяется принцип шифрования, который позволяет изменять только те участки блоков, к которым есть доступ, для этого блоки имеют сложные ключи, измененные данные синхронизируются во всей базе. Это значит, что злоумышленное изменение данных будет обнаружено системой по несовпадению данных, а изменить данные во всей системе практически

невозможно в принципе, для этого необходимы колоссальные вычислительные мощности[1].

Рассмотрим сферы деятельности экономики, в которых возможно применение этой технологии. Рассмотрим операции с сырьем и товарами. Благодаря блокчейну, уже сегодня на зарубежных сервисах можно покупать и продавать драгоценные металлы в режиме онлайн. Собственность закрепляется криптовалютой, обеспеченной золотом. Такой способ хранения и обмена металлами является более дешевым и надежным нежели классические. Физический металл в это время хранится в различных хранилищах и не перемещается [2]. Владение и продажа бриллиантов может иметь свои особенности. Например, идентификация каждого алмаза позволит полностью уничтожить рынок теневой торговли и нелегальных сделок с бриллиантами, объём которых огромен. Системе, а значит и ее участникам, будет известна история каждого камня. Для Российской Федерации этот вопрос более чем актуален, поскольку Россия в данный момент является лидером по добыче алмазов. Владение можно закреплять не только за слитком золота или драгоценным камнем, по такой же аналогии можно закреплять авторство и подлинность объектов искусства. Зарубежный опыт показывает, что можно наладить закрепление и передачу права от художника или автора например к коллекционеру со всеми юридическими аспектами[3].

С помощью данной технологии можно будет осуществлять голосование, процессу которого в таком случае гарантируется неиспользование чужого права на голос, точность и достоверность, а также возможность обеспечения анонимности.

К следующей рассматриваемой сфере относится прозрачность подрядных работ и благотворительности. Данные виды деятельности практически не предоставляют информации об эффективности использования средств. Технологии блокчейн позволят отслеживать точные движения средств и исключат возможности их использования не по назначению.

Биржи труда

На основе технологии блокчейн можно создать единую систему подтверждения квалификации без необходимости их удостоверения третьими лицами. Такая система будет хранить распределенную базу данных об образовании, наградах, курсах, сертификатах, стаже с возможностью доступа с разрешения владельца. Подобная концепция реализована на одном из частных западных сервисов[6].

Сертификация цепочек поставок в промышленности - это промышленный вариант ранее обсуждаемых возможностей, с ее помощью можно воспроизвести прозрачную цепочку поставок различных продуктов на каждом этапе их производства. Цифровая подпись, читаемая через штрих-код или QR-код позволит потребителю знать происхождение материалов, качество, права владения. Таким образом, исключатся подделки и контрафакт.

Что касается состояния развития технологии в России, то еще несколько месяцев тому назад технология достаточно холодно воспринималась государством, с ней работали предприниматели-энтузиасты, в основном крупных банковских организаций. На момент написания статьи в Госдуме уже функционирует экспертный совет по цифровой экономике и блокчейн-технологиям [4], что говорит о серьезной озабоченности применения технологии. Также Госдумой были поручены различные исследования университетам и различным лабораториям, в августе началось создание комитета по стандартизации блокчейн, а технические отделы всех сфер деятельности планируют перевод данных на эту технологию[5]. Естественно на практике наши технологии далеки от совершенства и в этом очень важную роль играет государство, именно оно должно возглавить данный процесс, что позволит быстро создать эффективную цифровую экономику и стать мировым лидером в сфере, о чем недавно говорил Президент РФ.

Какие же есть проблемы и пути их решения? Прежде всего психологический аспект, который к счастью преодолевается. У многих блокчейн ассоциируется с биткоином, который имеет сомнительную репутацию. Более серьезная проблема – техническая, базы данных, как известно, хранятся у всех распределенно, значит они будут иметь большой размер. Решением данной ситуации может быть разделение баз, например, географически или секториально. Важно в первую очередь создания стандартизации и изменения в законодательстве относительно тех секторов экономики, где технология найдет применение, причем эту работу надо будет вести постоянно.

Начать можно с ведения учета всех компаний, их документооборота, особенно относительно денежных средств, что даст прозрачную систему и в большей мере закроет теневую экономику. Обратим внимание на те государственные ведомства, раскрытие данных которых противоречит безопасности страны, к ним при ведении деятельности может применяться так называемое хэширование данных. Например, при отправке денежных средств одного ведомства другому адреса отправки и получения денег анонимны,

данные будут видны только этим двум субъектам, назначение денег также. Министерство обороны, например, в таком случае сможет строго контролировать куда и когда двигаются выделенные средства.

Критика технологии сводится к технологическим усложнениям в массовом применении, отсутствии посредников, т.е. ответственных лиц за результат и надежность, отсутствие получивших широкое распространение кейсов кроме биткоина. Но мы можем использовать это во благо, поддержка государства в изучении и применении технологий направления позволит России не только стать передовым цифровым государством и но и кардинально укрепить свою экономическую безопасность, тем самым обеспечив эффективность экономики в целом.

Список литературы:

1. Электронный ресурс: <https://www.coindesk.com/information/what-is-blockchain-technology/>
2. Электронный ресурс: <http://therealasset.co.uk/>
3. Электронный ресурс: <https://www.ascribe.io/faq/#protectyourwork>
4. Электронный ресурс: <http://www.duma.gov.ru/news/273/2092696/>
5. Электронный ресурс: <http://www.sostav.ru/publication/medkarty-perevedut-na-blokchejn-28033.html>
6. Электронный ресурс: <http://appii.io/>

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РФ

Громова Е.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Технология меняет отношения между людьми и их работой. Фриланс находится на подъеме, подпитываясь доступом к интернет-рынкам и инструментам для совместной работы. Предприниматели имеют возможность, достигать быстрых инноваций, используя такие технологии, как 3D-печать и интерфейсы прикладных программ (API). Использование цифровых технологий изменяет не только повседневную жизнь человека, но и структуру экономики и образования в целом. Возникают новые требования к коммуникациям, вычислительным мощностям, информационным системам и сервисам.

В последнее время и в экономической теории и в практической деятельности ряда стран появилось понятие «цифровая экономика». Впервые

виртуальную хозяйствующую систему описал в 1994 канадский учёный, преподаватель, независимый консультант— Дон Тапскотт в своей книге «Электронно-цифровое общество».

На данный момент границы описания данного термина довольно размыты. Так доцент кафедры экономической безопасности РАНХиГС П. Грибов заметил, что «на сегодня в это понятие можно включить все, что угодно, включая такие направления, как высокотехнологичное производство, программное обеспечение, компьютерные технологии, а также многие другие современные вещи, включая предоставление электронных услуг и разные интернет-сервисы вместе с интернет-мессенджерами».

По определению Всемирного банка, цифровая экономика (в широком смысле слова) – система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий.

Проблеме формирования цифрового общества оказывают внимание многие страны, что находит подтверждение принятыми программами развития цифровой экономики. Так в России точкой отсчета по развитию цифровой экономики можно считать Послание Президента РФ Федеральному собранию от 01.12.2016 г.: «...необходимо запустить масштабную системную программу развития экономики нового технологического поколения, так называемой цифровой экономики». А уже 28 июля 2017 года была утверждена программа «Цифровая экономика в РФ».

Основные цели программы:

- Создание экосистемы цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности и в которой обеспечено эффективное взаимодействие, включая трансграничное, бизнеса, научно-образовательного сообщества, государства и граждан;
- Создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера, устранение имеющихся препятствий и ограничений для создания и (или) развития высокотехнологических бизнесов и недопущение появления новых препятствий и ограничений как в традиционных отраслях экономики, так и к новым отраслям и высокотехнологичным рынкам;
- Повышение конкурентоспособности на глобальном рынке как отдельных отраслей экономики Российской Федерации, так и экономики в целом.

Срок окончания реализации проекта назначен на 2025 год. К этому времени Минкомсвязи намеривается создать широкополосное покрытие сети

Интернет в самых отдаленных уголках Российской Федерации. В планах правительства значительное удешевление стоимости услуг интернет-провайдеров. К 2020 году она не должна превышать 0,1% среднемесячного дохода, а к 2025 году планируется показатель в 0,05%. В стране начинается разворачивание сетей 5G. Также результатом реализации данной программы должно стать создание как минимум 10 национальных компаний-лидеров-высокотехнологичных предприятий, развивающих «сквозные» технологии и управляющих цифровыми платформами, которые работают на глобальном рынке и формируют вокруг себя систему отраслевых предприятий, обеспечивающую развитие цифровой экономики.

Цифровая экономика, безусловно, является перспективным направлением развития для экономики Российской Федерации, однако процесс ее реализации и роста требует решения значительного количества проблем, связанных со всеми сферами жизни общества.

Так, например, должны быть определенные социально-экономические условия для более результативной реализации программы. Уровень использования персональных компьютеров и сети Интернет в России все еще ниже, чем в Европе, не говоря уже о серьезном разрыве в цифровых навыках между отдельными группами населения. Такие же серьезные проблемы происходят на применении информационно-телекоммуникационных технологий на уровне органов местного самоуправления. Лишь 10% муниципальных образований отвечают установленным в законодательстве РФ требованиям по уровню цифровизации.

В этих условиях сам человек и само взаимодействие человека с миром должны поменяться, чтобы обеспечить требования к выполнению производственных и иных функций в цифровом мире. Возникают не только новые цифровые профессии и исчезают старые аналоговые, но и появляются потребности, в специалистах которых нет на рынке труда.

Если массовая индустриализация, которая прошла в России в первой половине XX века, эксплуатировала ресурс крестьян, которых можно было за весьма незначительный срок обучить основам слесарного или токарного дела и поставить к станку. Рабочих мест также создавалось достаточно, чтобы занять все рабочие руки в стране.

Однако, переход к цифровой экономике, к сожалению, таким не будет. Новых рабочих мест создаётся очень мало, причём эти места имеют очень высокий образовательный ценз. Даже программисты низкого уровня будут

испытывать давление со стороны роботов, — хотя, конечно, в ближайшие 5-10 лет работы для них явно будет хватать с избытком.

В этой связи возникает необходимость в переподготовке специалистов по наиболее востребованным и перспективным профессиям. Благодаря отличным школам в области математики, теоретической физики мы способны добиваться лидерства по ряду направлений в новой экономике. Российские IT-компании, бесспорно, глобально конкурентоспособны. Отечественные специалисты не просто предлагают наилучшие уникальные программные решения, а, по сути, создают новую сферу знаний, новую среду для развития экономики и жизни.

Согласно международному индексу сетевой готовности, который измеряет, насколько хорошо экономики стран используют цифровые технологии для повышения конкурентоспособности и благосостояния, а также оценивают факторы, влияющие на развитие цифровой экономики, Российская Федерация занимает 41-е место по готовности к цифровой экономике со значительным отрывом от десятка лидирующих стран (Сингапур, Финляндия, Швеция и др.). Такое отставание от мировых лидеров объясняется пробелами нормативной базы для цифровой экономики, недостаточно благоприятной средой для ведения бизнеса и инноваций и низким уровнем применения цифровых технологий к бизнес-структурам.

Применение технологий цифровой экономики, являясь фактором развития экономики и совершенствования функционирования, общественных и государственных институтов, одновременно порождает новые информационные угрозы. Поэтому необходимо формирование комплексной системы мероприятий по обеспечению безопасности информационной инфраструктуры, включая ее целостность, доступность и устойчивое функционирование, с использованием отечественных информационных технологий и отечественной продукции.

Таким образом, трудно переоценить важность государственной поддержки в таком важном виде деятельности сегодняшней жизни, как цифровая экономика. Ведь в несколько более отдаленной перспективе «Цифровая» (электронная) экономика может стать тем инструментом, который осуществит многовековую мечту о свободе людей, обреченных сегодня на тяжелый физический труд. Откроются широчайшие возможности для творчества, науки (как фундаментальной, так и прикладной) и искусства. Естественный ход вещей уже приводит к постановке проблем и поиску решений в государственном управлении, экономике, обществе и быту. Происходят сдвиги и в мировоззрении, и в этике. Однако конечный результат

этих изменений не predetermined. Он зависит от подготовленности общества и государства, так как цифровизация рождает возможности, которые могут нести как угрозы, так и новые блага.

Список литературы:

1. Введение в «Цифровую» экономику/ А.В. Кешелава В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев и др.; под общ. ред. А.В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И.А. Зимненко. – ВНИИГеосистем, 2017. – 28 с.
2. Тапскотт, Дон Цифровая экономика : обещание и опасность в век сетевого разума. Нью-Йорк: Макгроу-Хилл. 1997.
3. Андиева Е.Ю., Фильчакова В.Д. Цифровая экономика будущего. Индустрия 4.0 // Прикладная математика и фундаментальная информатика. 2016. № 3. С. 214—218.
4. Цифровая экономика как ответ на вызовы XXI века <http://scipress.ru/economy/article/cifrovaya-ekonomika-kak-otvet-na-vyzovy>

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ПРОГРАММЕ «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА РФ»

Губанов А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В целях реализации Стратегии развития информационного общества (период 2017-2030 годы) распоряжением Правительства РФ №1632-р от 28 июля 2017 года была утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации».

Программой предусмотрены мероприятия, способствующие развитию цифровой среды, на период до 2024 года определены пять направлений развития цифровой экономики в Российской Федерации: изменения в законодательстве, совершенствование системы образования и подготовка кадров для цифровой экономики, формирование исследовательских компетенций и технологических заделов, информационная инфраструктура и информационная безопасность.

Выполнение программы должно увеличить доступность товаров и услуг, произведённых в цифровой экономике, повысить степень информированности и цифровой грамотности населения, облегчить и упростить доступ граждан к государственным услугам, обеспечить безопасное применение цифровых технологий и оборот цифровых данных.

Определены цифровые технологии, внедрение и развитие которых будет происходить в процессе реализации программы:

- большие данные;
- нейротехнологии и искусственный интеллект;
- системы распределенного реестра;
- квантовые технологии;
- новые производственные технологии;
- промышленный интернет;
- компоненты робототехники и сенсорики;
- технологии беспроводной связи;
- технологии виртуальной и дополненной реальностей.

Основные элементы цифровой инфраструктуры: сети связи, система российских центров обработки данных, цифровые платформы для оказания услуг государству, гражданам и коммерческим компаниям. Также программой предусмотрено создание системы сбора, обработки и хранения пространственных данных.

Для нормального развития и функционирования цифровой экономики необходимо юридически, организационно и технологически гарантировать сохранность цифровых данных, инфраструктура цифровой экономики должна быть защищена от внутренних и внешних информационных угроз.

Для этого предполагается использовать российские технологии, обеспечивающие целостность, конфиденциальность, аутентификацию и доступность передаваемой информации и процессов ее обработки. При построении и модернизации информационной инфраструктуры необходимо использовать отечественное программное обеспечение, применять для защиты информации российские криптографические стандарты.

К 2024 году запланировано (показатели из программы):

1) в отношении информационной инфраструктуры:

- доля домашних хозяйств, имеющих широкополосный доступ к сети "Интернет" (100 мбит/с), в общем числе домашних хозяйств - 97 процентов;
- во всех крупных городах (1 млн. человек и более) устойчивое покрытие 5G и выше;

2) в отношении информационной безопасности:

- доля субъектов, использующих стандарты безопасного информационного взаимодействия государственных и общественных институтов, - 75 процентов;

- доля внутреннего сетевого трафика российского сегмента сети "Интернет", маршрутизируемая через иностранные серверы, - 5 процентов.

Для демонстрации комплексного подхода программы «Цифровая экономика» приведу некоторые мероприятия, указанные в разделе «Информационная безопасность»:

Чтобы обеспечить устойчивость информационно-телекоммуникационной инфраструктуры будет проведён анализ рисков и угроз безопасного функционирования единой сети электросвязи Российской Федерации, планируется разработать стандарты информационной безопасности на сетях связи, будут внесены изменения в законодательство.

Во 2 квартале 2019 года планируется начать эксплуатацию централизованной системы управления российскими сетями связи, обеспечивающей, в том числе анализ и фильтрацию трафика на сетях связи.

Для обеспечения управляемости и надёжности функционирования российского сегмента сети Интернет в 3 квартале 2018 года будет проанализирована существующая на территории России интернет-инфраструктура, включая используемую схему маршрутизации трафика.

В 1 квартале 2019 года должны принять подзаконные акты, содержащие требования к программно-техническим средствам защиты от компьютерных атак, включая DDoS-атаки, противоправного контента, средствам анализа и фильтрации трафика на сетях связи.

До 2020 года планируется провести подготовку и перейти на маршрутизацию российского интернет-трафика преимущественно по территории Российской Федерации.

В программе «Цифровая экономика РФ» предусмотрено обеспечение технологической независимости и безопасности функционирования аппаратных средств и инфраструктуры обработки данных.

После анализа производственных и технологических возможностей российских предприятий будет подготовлена программа импортозамещения с целью перехода на преимущественное (к 2025 году – на всех объектах информационной инфраструктуры РФ) использование отечественного компьютерного, серверного и телекоммуникационного оборудования.

Будет проведен анализ устойчивости и безопасности информационных систем и технологий. Не позднее 2 квартала 2018 года будут определены приоритетные направления разработки отечественного общесистемного и прикладного программного обеспечения, включая операционные системы,

системы управления базами, офисное и иное прикладное программное обеспечение.

До 2 квартала 2020 года должны быть приняты национальные стандарты информационной безопасности в системах, реализующих облачные, туманные, квантовые технологии, системах виртуальной и дополненной реальности, и технологии искусственного интеллекта.

В 1 квартале 2018 года планируется проанализировать адекватность рискам и угрозам информационной безопасности существующие стандарты обработки массивов больших данных. В этот же период аналогичный анализ должен быть проведён в отношении межмашинного взаимодействия для киберфизических систем.

Не позднее 3 квартала 2018 года необходимо определить перечень необходимых стандартов и технических регламентов, регулирующих сферу производства полного цикла продукции и использование технических решений, обеспечивающих информационное взаимодействие посредством машинных и когнитивных интерфейсов, включая интернет вещей.

Не забыта защита прав, свобод и законных интересов личности в условиях цифровой экономики. В начале 2018 года будет проведён анализ существующей системы информационной грамотности, до конца следующего года планируется принять нормативные правовые акты и акты в сфере технического регулирования, обеспечивающие безопасное обращение к облачным операторам при обработке персональных данных. В списке мероприятий – разработка специализированного ресурса, обеспечивающего гражданам России доступ к информации о случаях использования их персональных данных, а также возможность отказа от такого использования. Также запланировано создание государственной системы деперсонализации (обезличивания) данных, подлежащих массовому сбору, хранению и передаче по сетям связи общего пользования.

Будет обеспечена защита прав и законных интересов бизнеса в условиях цифровой экономики, в программе есть пункт об организационной и правовой защите государственных интересов.

В финальной части перечислены мероприятия, связанные с интеграцией национальной цифровой экономики в международную экономику, с построением доверенной среды ЕАЭС, обеспечивающей коллективную информационную безопасность с участием России в подготовке и реализации международных документов по вопросам информационной безопасности, относящимся к цифровой экономике.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ АВТОСАЛОНА

Даданова В.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последнее десятилетие важнейшим трендом деятельности нижегородских компаний на автомобильном рынке, а также на рынке ремонта и технического обслуживания автомобилей стали стратегии развития бизнеса, ориентированные на использование методов цифровой экономики. Как следствие, важнейшей составной частью предпринимательской деятельности стал интернет-маркетинг. Применение методов интернет-маркетинга [1, 2] приводит к совершенствованию бизнес-процессов автосалонов, к созданию комфортных условий субъектам целевых аудиторий, к повышению уровня заинтересованности таких субъектов, к снижению их затрат и т.д.

Таким образом, автосалоны создают условия, обеспечивающие систематическое совершенствование бизнес-процессов субъектов целевых аудиторий, и результатом является устойчивый рост объемов продаж (или хотя бы не снижение), увеличение прибыли.

Одним из направлений развития взаимоотношений с клиентами являются программы лояльности. Под лояльностью, как правило, понимается приверженность клиента торговой марке, бренду, компании, конкретному сотруднику компании.

Существуют различные уровни лояльности. Наиболее продвинутый уровень предполагает, что клиент достаточно активно привлекает и подталкивает других субъектов целевой аудитории к взаимодействию с целью последующей покупки товаров и услуг.

Почти все автосалоны используют стимулирующие акции, стараясь привлечь внимание клиентов. Однако их нужно изменять и совершенствовать, чтобы клиент имел представление о развитии компании, а также о том, что компания не отстает от своих конкурентов.

Например, автосалон может определять программу лояльности как комплекс маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения.

У автосалона «Nissan» компании «Нижегородец» существует программа лояльности под названием «В КРУГУ NISSAN!» Лозунг данной программы гласит: «Если Вы однажды выбрали Nissan и оценили все преимущества инновационных технологии, комфорта и драйва, если Вы хотите ощутить новые эмоции или подарить яркие впечатления близким — Вы вправе рассчитывать на большее. Добро пожаловать в круг Nissan!»

Nissan делает своим клиентам следующие уникальные предложения:

- NissanFinance – снижение процентной ставки на 2%(2-3 года) или на 1%(4-5 лет) относительно ставок NissanFinance;
- Nissanservice 3+ – продление гарантийного обслуживания на 1 год либо увеличение пробега;
- Nissan трейд-ин – предоставление возможности получить дополнительную выгоду тем, кто решил обменять свой автомобиль Nissan, на новый.

Программа лояльности использует накопленные данные о покупателях и предоставляет как накопительную, так и скидочную составляющие.

Каждый третий автомобиль с приятным сюрпризом. Клиент, при покупке третьего автомобиля, становится обладателем приятного подарка от автосалона. Во-первых, получает скидку в размере 10% от стоимости на покупку своего нового автомобиля. Во-вторых, получает эксклюзивную бонусную карту автосалона на которую перечисляются баллы при любом виде ремонта. Также еще одним преимуществом является, то что каждый год на нее зачисляет дополнительная 1000 баллов в качестве лояльности, где 1балл=1 руб.

Программы лояльности обладают существенным недостатком. Количество карт лояльности у потребителя начинает приносить владельцу неудобство - необходимость носить с собой большое количество карточек, долго искать среди них необходимую в данный момент. Такое изобилие становится обременительным, люди периодически теряют карты, путают или забывают в нужный момент предъявить на кассе.

Данный процесс можно усовершенствовать, если привязать бонусную карту к номеру телефона на основе нового мобильного приложения.

Компания «Нижегородец» выпустила своё приложение для смартфонов. Приложение позволяет:

- записаться на тест-драйв и сервисное обслуживание;
- оставить отзыв и предложение по работе компании;
- заказать фирменное такси автосалона;
- узнавать о новых акциях и предложениях;

- оплатить 50% покупки;
- получить бонусы на карту;
- проверить бонусы на карте клиента;
- записаться на кузовной ремонт, отправив фото повреждений, и рассчитать стоимость ремонта.

Таким образом, появился новый вид маркетинга – мобильный маркетинг [3], который представляет собой важнейшее направление совершенствования бизнес-процессов [1], связанных с использованием бизнес-сайтов. И автосалон не сможет быть конкурентоспособным, если не будет применять стратегии развития бизнеса в условиях современной цифровой экономики.

Список литературы:

1. Шерегов Н.А., Теоретические и прикладные аспекты моделирования деятельности компании // Электронный научный журнал // Управление экономическими системами № 3, 2013. [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://uecs.ru/uecs-51-512013>
2. Шерегов Н.А., Аверьянов А. М., Спорынина С.В. Исследование процессов создания и использования сайтов для малого бизнеса / Международная научно-практическая конференция «Инновационная экономика: регулирование и конкуренция». – Н. Новгород, 2016. – 15 с. Режим доступа: <http://www.iee.unn.ru/files/2016/08/Sbornik.pdf>.
3. Мобильный Маркетинг. [Электронный ресурс]. Режим доступа - <http://mobilemarketing.by>

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Кургузова К.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Криптовалюта — разновидность цифровой валюты, создание и контроль за которой базируются на криптографических методах. Как правило, учёт криптовалют децентрализован. Функционирование данных систем основано на технологии блокчейна. Информация о транзакциях обычно не шифруется и доступна в открытом виде. Для обеспечения неизменности базы цепочки блоков транзакций используются элементы криптографии (цифровая подпись на основе системы с открытым ключом, последовательное хеширование). Для эмиссии разные криптовалюты применяют разные способы: майнинг, форжинг или ICO.

Сама система блокчейна появилась относительно недавно. Блокчейн — распределенная база данных, которая хранит информацию обо всех транзакциях участников системы в виде «цепочки блоков» (именно так с англ. переводится Blockchain). Если опустить основные технические аспекты функционирования, технология блокчейн представляет собой четко структурированную базу данных с определенными правилами построения цепочек транзакций и доступа к информации, которая исключает кражу данных, мошенничество, нарушение имущественных прав и т. д.

При работе с системой задействованы всего две стороны, без привлечения посредников для проведения сделок любого типа. Если говорить о том, что такое блокчейн, простыми словами, технологию можно сравнить с неким прозрачным сейфом, скажем, из непробиваемого стекла, в который каждый зарегистрированный клиент (пользователь) может что-то положить. При этом все остальные видят, что именно туда кладется. А вот забрать что-то из сейфа можно только при наличии определенных прав доступа, грубо говоря, ключа, известного только тому, для кого он предназначен. Как уже понятно, взломать или разбить сейф нельзя.

Учитывая, что блокчейн будет применяться прежде всего в финансовой сфере, изменения неизбежно произойдут и на финансовом рынке. Многие механизмы работы здесь остаются неизменными по 2-3 столетия, имея общие черты и схожести с системами старых времён. По этой причине переход на систему блокчейна будет наиболее ощутим и может даже показаться революционным.

В целом финансовый рынок представляет собой структуру, дающую возможность проводить сделки покупки и продажи разных финансовых активов. Система оборота здесь не меняется уже достаточно долго — с момента появления первых площадок в Бельгии и Нидерландах. Даже учитывая то, что современные средства позволяют проводить операции мгновенно, их суть остаётся неизменной.

Современные фондовые биржи — это централизованная система, имеющая некую "иерархию". Централизованные реестры содержат в себе информацию о количестве и типе выпускаемых и находящихся в обороте ценных бумаг. Биржи связаны с основным элементом всей системы — клиринговой палатой, которая выполняет роль посредника в операциях.

К существующим сейчас недостаткам данной системы, можно отнести следующее: большие издержки на каждом этапе проведения операций и комиссии посредников, связанные с регистрацией, сменой собственника и

прочее; большие расходы бирж, связанные с администрированием; неравномерное распределение информации между покупателем и продавцом; вероятность появления подделок и прочих манипуляций с бумагами; риск невыполнения контрагентами своих обязательств.

Отсутствие полностью прозрачных механизмов может вызывать множество проблем, связанных прежде всего с безопасностью операций и сделок. Дополнительной проблемой является передача прав собственности, которая проводится третьими лицами, что лишает инвесторов контроля над своими активами.

Применение блокчейн технологий, позволило бы собрать воедино разрозненные данные и создать единую точку доступа к обширнейшим данным для всех пользователей. При этом основу проведения операций будут составлять мгновенные транзакции и смарт-контракты.

Среди основных отраслей, где может быть использована технология блокчейн, можно выделить следующие:

1. Банки. Поскольку они служат для безопасного хранения и передачи имеющих ценность активов, блокчейн, будучи защищенным цифровым реестром, может выполнять эти функции. Эксперты считают, что в ближайшие годы стоит ожидать сильного влияния блокчейна на банковскую отрасль. По мнению некоторых участников рынка, такая технология позволит банкам экономить около \$20 млрд за счет упразднения посредников в транзакциях.

2. Платежи и переводы денег. Согласно отчету Всемирного экономического форума, децентрализованные платежные технологии, включая биткойн, могут преобразовать «бизнес-архитектуру» денежных переводов, которая не менялась больше 100 лет. Блокчейн способен обойти эти неэффективные системы и создать более открытый, быстрый и бескомиссионный поток платежей по всему миру.

3. Применение в области соблюдения нормативных требований. Как только данные сохраняются в цепочку блоков, они не могут быть изменены или удалены. Это позволяет использовать блокчейн в качестве документального свидетельства или подтверждения передачи цифровых активов (биткойнов или другой цифровой валюты). С тем же успехом он может быть использован для хранения информации о владельце фактической собственности — в 2017 году эффективность такой методики оценивают в Национальной Земельной Службе Швеции. С помощью экспериментальной системы на основе блокчейна планируется оцифровать процессы в сфере купли-продажи недвижимости. Неизменность позволяет использовать блокчейн и как метод доказательства

соответствия процессов нормативным требованиям — запись всех действий и полученных результатов в цепочке блоков может служить аудиторским журналом для регулирующих органов.

Блокчейн перспективен и с точки зрения противодействия отмыванию денег (AML) и процедуры «Знай своего клиента» (KYC). Сейчас банкам и другим финансовым организациям для верификации каждого нового клиента приходится совершать огромное количество действий, а процесс сбора и проверки информации на некоторых рынках может затягиваться на несколько месяцев. Если бы необходимые данные уже находились в распределенной базе данных, устойчивой ко взлому, то от многих обязательных сейчас процессов можно было бы попросту отказаться. Блокчейн для этого подходит идеально, ведь любые изменения в клиентских данных будут мгновенно распространены среди всех участников блокчейна.

4. Умные контракты (smart contract). Это специально созданные алгоритмы, которые запускаются самостоятельно при выполнении определенных условий. Смарт-контракт может обновить данные в блокчейне в соответствии с изначально заданными правилами — например, перевести цифровые активы от одного участника другому.

Умные алгоритмы могут заменить дорогостоящих или неэффективных посредников, но сама технология смарт-контрактов пока не готова к завоеванию рынка. Это доказал обсуждаемый провал Децентрализованной автономной организации (DAO): тогда плохо сформулированный алгоритм позволил ловкому пользователю популярной блокчейн-платформы Ethereum похитить миллионы долларов в цифровом эквиваленте. Смарт-контракты должны стать куда более надежным решением, чтобы достичь того уровня безопасности, который необходим для широкого применения в финансовой сфере.

5. Кибербезопасность. Хотя блокчейн является открытым реестром, передача данных строго проверяется и осуществляется с использованием продвинутых криптографических методов. При широком внедрении этой технологии, которая считается более надежной по сравнению с традиционными системами, вероятность хакерского взлома снизится. Кибербезопасность повысится и за счет отказа почти ото всех человеческих посредников, считают в Goldman Sachs.

Кроме того, решения по внедрению системы блокчейн уже предложены в сфере образования, лизинга и продажи автомобилей, совместного

использования автомобилей, торговли акциями, поставки продуктов питания и других.

Однако на фоне очевидных преимуществ применения блокчейна, технология не лишена недостатков, среди которых можно выделить:

1. Низкая скорость работы из-за криптографии.
2. Настройка и управление инфраструктурой.
3. Отсутствие надежных и эффективных технологических решений.
4. Отсутствие правового поля.

Говоря о заинтересованности российского бизнеса во внедрении технологии блокчейна, стоит отметить следующие шаги, предпринятые отечественными организациями:

- на форуме Finopolis 2016 заместитель председателя правления ВТБ Ольга Дергунова рассказала о планах банка разработать блокчейн-проект, унифицирующий работу всего рынка с реестрами акционеров;

- в 2016 году Московская биржа присоединилась к международному блокчейн консорциуму HyperLedger;

- 26 июля 2017 года S7 Airlines и Альфа-Банк объявили о запуске блокчейн-платформы для автоматизации торговых операций;

- 2 октября 2017 года «МегаФон» сообщил о том, что он первым в России разместил облигации, расчеты по которым будут осуществляться по технологии блокчейн. Покупателем облигаций выступил «Райффайзенбанк», а разработчиком децентрализованной платформы является Национальный расчетный депозитарий (НРД).

- Сбербанк совместно с экспертами готовит законодательные инициативы по регулированию блокчейн, сообщил старший вице-президент Сбербанка, руководитель Sberbank CIB Игорь Буланцев в рамках Восточного экономического форума (ВЭФ).

Список источников:

1. Блокчейн. TAdviser - портал выбора технологий и поставщиков. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D1%87%D0%B5%D0%B9%D0%BD_\(Blockchain\)#cite_note-2](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D1%87%D0%B5%D0%B9%D0%BD_(Blockchain)#cite_note-2), свободный.

2. Новостное интернет-издание Lenta.ru. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2016/06/22/blockchain/>, свободный.

3. О технологии блокчейн. CryptoOn. Всё о криптовалютах и блокчейн-технологиях. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.cryptoon.info/blockcheyn>, свободный.

4. РИА Новости. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ria.ru/economy/20170907/1501955859.html>, свободный.

5. РосБизнесКонсалтинг. Официальный портал. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/07/09/2017/59b0b1889a7947b6e550386e>, свободный.

6. Что такое блокчейн (blockchain) и зачем он нужен? PROFVEST. Инвестиции в интернете. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.proinvest.com/2017/07/chto-taloe-blockchain.html>, свободный.

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Набойщикова В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Социальные сети с каждым днем все больше охватывают сферы нашего существования. Десятки тысяч разнонаправленных социальных сетей предоставляют возможность своим пользователям следить за мировыми новостями, обмениваться фотографиями, видео и музыкой, общаться. Такие гиганты, как Facebook, Instagram, ВКонтакте ежедневно собирают сотни миллионов пользователей на своих платформах. А общая аудитория социальных сетей оценивается почти в миллиард пользователей. Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни пользователей – в среднем один пользователь просматривает около ста страниц в день.

На сегодняшний день аудитория российского интернета составляет более 78 миллионов человек, из которых 46% предпочитают проводить время в социальных медиа. [1]

Социальная сеть — платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете.

Маркетинг в социальных сетях (англ. Social Media Marketing, SMM) — процесс привлечения внимания через социальные платформы. [2] Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач. Marketing в аббревиатуре недостаточно точное слово, так как под ним подразумевается продвижение, которое входит в комплекс маркетинга. То есть, более точное название — продвижение в социальных сетях от англ. Social media promotion (SMP).

Социальные сети являются мощным инструментом маркетинговых исследований, поскольку пользователи добровольно публикуют информацию о себе, своих взглядах, интересах, предпочтениях и так далее. Ввиду этого рекламодатели могут весьма чётко определять, каких именно пользователей заинтересует их объявление, и направить свои рекламные объявления конкретным пользователям, в зависимости от информации в их профилях. Такой вид рекламы называется таргетированной.

Таргетированная реклама – вид рекламы, нацеленный на определенную группу пользователей, согласно их социально-демографическим, поведенческим и иным критериям и учитывающий их интересы.

Таргетинг (англ. target — цель) — рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей.

Из определения очевидно, что основной особенностью таргетированной рекламы является способность точно нацелить ее на нужную аудиторию и исключить показ данных рекламных сообщений тем, кому они не интересны. Данная особенность позволяет избежать формирования негативного отношения к бренду по причине того, что сообщения бренда показываются не тем людям, которым они могли бы быть интересны. Как пример, реклама исключительно женских товаров может надоедать мужчинам и сформировать негативное отношение к бренду. Если данный бренд решит вывести на рынок линейку продуктов для мужчин, то ему придется начать с работы над восстановлением своей репутации.

Таргетированная реклама позволяет избежать подобных проблем, кроме того, она способна существенно сэкономить бюджет компании, ведь платить за показы рекламы нецелевым пользователям не придется. Возможности таргетированной рекламы в настоящий момент настолько велики, что позволяют собрать релевантную аудиторию для любого бренда.

Основные **виды таргетингов**, которые на данный момент могут использоваться в рекламе:

- **Подбор рекламных площадок.** Осуществляется путём подбора рекламных площадок так, чтобы их посетители соответствовали целевой аудитории.
- **Таргетинг по интересам.** Показ рекламы в соответствии с интересами посетителей рекламной площадки или интересами, которые пользователи указали в своих профилях в социальных сетях.

- Географический таргетинг (геотаргетинг). Показ рекламы целевой аудитории, ограниченной некоторым географическим регионом, выбранным рекламодателем.

- Локальный таргетинг. Показ рекламы целевой аудитории, находящейся в определенном радиусе от заданной точки.

- Таргетинг по времени показа (утро или вечер, будни или выходные). Позволяет ограничить показ рекламы по времени в течение дня, недели, года.

- Социально-демографический таргетинг — разделение аудитории по возрасту, полу, доходу, должности и т. д.

- Поведенческий таргетинг. Самое перспективное направление на сегодняшний день. Суть его сводится к внедрению механизма сбора информации о действиях пользователя в интернете с помощью cookie-файлов. Информация собирается в так называемых профилях и содержит данные о просмотренных сайтах, поисковых запросах, покупках в интернет-магазинах и т. д. Получив такой профиль, рекламная служба может четко представить себе портрет объекта, узнать его привычки и пристрастия, стать владельцем контактных данных.

- Ретаргетинг – показ рекламы аудитории, которая уже посещала сайт компании или является ее клиентом.

Основными рекламными площадками для таргетированной рекламы в настоящее время являются социальные сети Facebook, Instagram, Vkontakte и Одноклассники (размещение рекламы в данной социальной сети осуществляется через рекламную площадку My Target, включающую в себя также все проекты Mail.ru Group).

Преимущества использования социальных сетей как площадки для таргетированной рекламы очевидны. Именно в социальных сетях пользователи сами, по своей воле, указывают о себе множество информации, которая позволяет отнести их к тому или иному сегменту аудитории. Это позволяет максимально точно определить круг пользователей, на которых можно нацелить рекламу, а значит, добиться максимального результата.

Рассмотрим некоторые виды таргетированной рекламы в социальных сетях.

1. По цели размещения рекламу в социальных сетях можно разделить на медийную и трафиковую.

А) Медийная реклама — вид рекламы, ориентированный на зрелищное восприятие аудиторией. Основная цель медийной рекламной кампании — максимальный охват пользователей и построение знания о бренде, а также

оказание эмоционального воздействия на пользователя. Как правило, в целях медийного размещения используются видео, нативные посты, баннеры.

Б) Трафиковая реклама – вид рекламы, направленный на привлечение трафика на сайт. Основной целью такой рекламы является вовлечения пользователя во взаимодействие – он должен кликнуть на баннер, заполнить форму, перейти по ссылке.

2. По формату размещения в социальных сетях можно выделить следующие виды рекламы:

1) Текстово-графические баннеры (TGB) – данный формат состоит из небольшого изображения, заголовка и текста и размещается, как правило, слева или справа от основного интерфейса социальной сети в виде тизера. Как правило, данный формат используется для привлечения трафика на сайт, т.к. побуждает пользователя совершить переход.

2) Нативные посты в ленте новостей – данный формат представляет собой нативный блок в ленте новостей пользователя, который по внешнему виду и наполнению похож на основной контент ленты новостей. Такое размещение имеет наиболее положительный отклик среди пользователей за счет своей ненавязчивости.

3) Видео-реклама – формат размещения рекламы при помощи видео. Чаще всего используются так называемые прероллы – небольшие ролики, которые пользователь видит перед просмотром любого видео в социальной сети. Как правило, такие ролики можно пропустить при нажатии специальной кнопки после нескольких секунд просмотра. Второй распространенный вариант использования данного формата – нативный пост с видео в ленте новостей.

4) Аудио-реклама – данный формат появился совсем недавно и представляет собой короткие (до 15 сек) вставки в аудиофайлы, размещенные в социальной сети.

Таким образом, разнообразие таргетированной рекламы в социальных сетях в данный момент позволяет рекламодателям выполнять различные цели и взаимодействовать с заинтересованной аудиторией в удобном и эффективном для них формате.

Список литературы:

1. Исследование Яндекс: Развитие интернета в регионах России https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016

2. International Journal of Social and Humanistic Computing (IJSHC), 2012. - http://web.archive.org/web/20120615145611/http://www.austria-lexikon.at/attach/User/Trattner%20Christoph/trattner_kappe.pdf

ЭЛЕКТРОННАЯ ОЧЕРЕДЬ

Притыкин А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Что заставляет покупателя снова и снова обращаться в одну и ту же компанию? Низкая цена? Обширный перечень услуг? Надежность бренда? Качество обслуживания? Многочисленные маркетинговые исследования подтверждают, что основной причиной возврата клиента в одну и ту же компанию- не столько цена и богатый выбор, сколько уровень и скорость обслуживания при соответствующей надежности продукта.

Постсоветское время для многих запомнилось длинными очередями. С проблемой пытались справиться с помощью приёма по предварительной записи- это оказалось крайне неудобным как для посетителей, так и для сотрудников. Организации и фирмы пытались избежать шума, ссор людей за право быть первыми на приеме и нанимали на работу охранников. Каждый из этих методов оказался затратным. Таким образом, технологический прогресс современного мира разработал способ решения одной из самых главных проблем современности- очередей.

Итак, электронная очередь — это программно-аппаратный комплекс, позволяющий формализовать и оптимизировать управление потоком посетителей. Главная цель системы электронной очереди — целенаправленное направление посетителей внутри организации и получение информации о наиболее востребованных услугах, время их оказания и т.д. Очередь перестает быть изнуряющей, утомительной и неприятной, а взаимодействие с посетителями превращается в четкий, спланированный алгоритм.

Ежедневно сотни организаций и фирм в России и странах ближнего зарубежья пользуются услугами данных аппаратов. Так, сегодняшний день позволяет решать задачи по автоматизации бизнеса и организации процесса обслуживания посетителей в самых разных сферах:

- операционные залы банков
- клиентские центры операторов сотовой связи
- сотовые и стационарные операторы
- государственные учреждения (например, налоговые и регистрационные службы, посольства и консульские учреждения)
- пенсионные фонды
- медицинские центры

- туристические компании
- визовые центры
- автосалоны, автосервисы
- нотариальные и адвокатские конторы
- авиа- и железнодорожные кассы.

Однако, увидев данный аппарат, некоторые люди могут впасть в ступор от непонимания, как же им все-таки пользоваться. Давайте разберем технику выполнения работы всей системы на примере банка и банковских очередей.

Как правило, зайдя в помещение, Вы сразу же можете увидеть аппараты электронной очереди. Обычно они представляют собой железные стойки с сенсорным дисплеем, на которых указан весь спектр услуг, который может оказать учреждение. Действия достаточно просты: Вы выбираете услугу, которая Вам необходима, и аппарат выдает вам талон, на котором указан Ваш номер в электронной очереди. Далее остается подождать некоторое время, после чего первый освободившийся от клиента специалист нажмет кнопку на пульте оператора и на табло появится информация с вашим номером талона и указанием окна, где Вас будут ожидать. Объявление каждого номера также сопровождается голосовым оповещением. Далее вы, непосредственно, обращаетесь к специалисту со своим вопросом. В целом алгоритм Ваших действий при наличии данного аппарата достаточно прост и понятен. В случае возникновения каких-либо неполадок или вопросов Вы всегда можете обратиться к консультантам, которые есть в любом отделении банка, так же как и в других организациях.

Сам аппарат имеет ряд преимуществ:

- широкий ассортимент компонентов;
- расширенный функционал программного обеспечения;
- профессиональный подход к реализации самых разных решений в области организации клиентского сервиса;
- возможность осуществления установок и проведения технического обслуживания.

Также присутствуют дополнительные функции: видеонаблюдение и SMS-оповещение. Система видеонаблюдения на основе событий является очень полезной и необходимой “фишкой” электронной очереди. Оно позволяет записывать и хранить видеозаписи, а также получать события от электронной системы очередей, такие как получение талона в точке регистрации, начало оказания услуги и ее завершения, перенаправление клиента от одного

оператора к другому, оценка качества обслуживания клиентов с использованием аппаратной консоли системы оценки качества и так далее. События, полученные из системы управления очередью, синхронизируются с видеопоследовательностью, которая позволяет Вам выбирать видеоклипы с участием клиента, оператора или единицы оборудования. Другими словами, любой человек, у которого появились какие-либо проблемы или вопросы, связанные с отношениями между оператором и клиентом, а так же использованием данного аппарата, может просмотреть видеозапись, которая поможет достигнуть взаимопонимания. Система SMS-оповещения напрямую связана с Вашим номером телефона. Существует несколько вариантов использовать данную систему. Для того, чтобы начать пользоваться данной функцией, Вам необходимо лишь ввести свой номер телефона вручную в аппарате, либо отправить SMS-сообщение на определенный номер с номером Вашего талона. Эта функция делает посещение любого заведения, где есть данный аппарат, еще более удобным. Она будет напоминать о том, что Ваше время в очереди подходит к концу и Вам необходимо появиться в данном здании для получения необходимых услуг. Также возможна обратная связь, то есть клиент может перенести свою очередь на более длительный срок по определенным причинам.

Как у любого устройства есть свои преимущества, так есть и свои недостатки. К недостаткам можно отнести следующее:

- если человек не заметил вызова своего талона, то ему придется выбивать новый талон и снова ждать;
- нельзя визуально увидеть, сколько людей еще ожидает своего обслуживания, поэтому сложно оценить время ожидания;
- неверный выбор операции приведет к тому, что придется перебивать талон и вновь ждать своей очереди к нужному сотруднику;
- стоимость данного аппарата со всеми его комплектующими достаточно высока;
- обслуживание данных устройств очень трудоемко.

Что касается дальнейших путей развития данной технологии, то мне бы хотелось, чтобы руководители отечественных заведений быстрого питания, крупных супермаркетов и других предприятий, обслуживающих частных лиц, обратились к такой полезной вещи как электронная очередь. Действительно, в часы пик, выходные и праздничные дни даже тесное участие всех кассиров-операторов иногда не в состоянии справиться с потоком посетителей. В этом

случае электронная очередь была бы унифицирована, и клиенты могли бы спокойно располагаться по кассам в соответствии с серийными номерами. Это намного удобнее, чем переходить с загруженными телегами от одной кассы к другой, пытаясь как можно быстрее заплатить за покупки и уехать домой. Обычная фраза из уст кассира: «Скажите, чтоб за вами больше не занимали» исчезли бы в бытие. Раздражающие случаи, когда все покупки уже находятся на конвейерной ленте, оператор закрывает кассовый аппарат со словами «У меня перерыв!», навсегда исчезла из нашей жизни. И все те мысли, которые появляются у покупателя, складывающего свой неоплаченный товар обратно в корзинку и плетущегося в хвост очереди к следующей кассе, не портили бы его карму или настроение. Аналогичная ситуация с грузчиками-носильщиками аэропортов, вокзалов и т.д. Получить требуемый сервис по прибытии на вокзал не так просто – спрос, в сравнении с предложением, слишком велик. Вы можете потратить более одного часа на поиск нужного человека и остаться ни с чем. Но проблему можно легко решить, расположив терминалы-регистраторы на платформе, установив табло с информацией о ходе очереди. Таким образом можно сразу решить проблему слаженности взаимодействия между пассажирами и носильщиками.

Несомненно, появление электронных очередей очень облегчило жизнь граждан. Теперь люди сидят и спокойно ожидают своей очереди, так как возможность проскочить “зайцем” полностью пропала. В связи с этим производительность труда учреждений увеличилась в несколько раз, что позволило обслуживать намного больше людей. Так как данная технология появилась сравнительно недавно, то путей развития электронной очереди достаточно много. С каждым днем все больше и больше предприятий, компаний и частных предпринимателей в сфере услуг устанавливают аппараты электронной очереди, заботясь о самом “дорогом”, что у них есть – потребителе. В ближайшем будущем, я надеюсь, что такие аппараты будут встречаться в любой сфере жизнедеятельности, что поможет сэкономить драгоценное время. Около 20 млн. человек в России стоят в очередях, в среднем, 160 часов в год. Поэтому данная альтернатива является перспективным путем развития, как в нашей стране, так и в целом мире.

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА В РАЗВИТИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РФ

Румянцева Ю.Ф.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Принятая Правительством РФ программа «Цифровая экономика», в которой сформулированы цели и задачи долгосрочного развития экономики России до 2025 г. Суть заключается о необходимости перехода на новый уровень технологий во всех сферах деятельности общества и экономики.

В то же время, стоит отметить, что ещё в 2016 году на Всемирном экономическом форуме в докладе «Глобальные информационные технологии» было отмечено, что Россия по уровню готовности к цифровой экономике занимает лишь 41 место. Но Программа принятая летом 2017 г. «Цифровая экономика», прописывает, что за 8 лет Россия должна занять лидирующие позиции рейтинга привлекательности работы для высококвалифицированных специалистов в наукоемких технологиях.

Существенное место в докладе в области подготовки и развития кадрового состава говорится о:

- формировании основных предпосылок для подготовки кадров цифровой экономики;
- системе образования, необходимости ее совершенствования для обеспечения цифровой экономики квалифицированными кадрами;
- рынке труда, учитывающего требования цифровой экономики;
- о необходимости системы мотивации по разработке требующихся для цифровой экономики компетенций;
- о привлечении кадров к развитию цифровой экономики [2].

Прогнозируя развитие кадров и образования к 2025г, то нами предполагается следующее развитие ситуации:

- в рамках подготовки квалифицированных кадров ВУЗы и научные организации участвуют в международных альянсах в фундаментальных и прикладных исследованиях;
- в стране активна научная среда - существуют полигоны для отработки технологий, развиты центры коллективного пользования цифровым оборудованием и научных установок;
- существует развернутая система makerspace для ученых на базе ВУЗов и НИИ;

- в Россию стекаются высококвалифицированные зарубежные IT специалисты и возвращаются наши соотечественники;

- проведена переподготовка кадров и повышение квалификации и привлечены сюда все трудовые ресурсы - государственные служащие, лица старше 50 лет, инвалиды, пенсионеры, высвобождающиеся граждане;

- система аттестации цифровой экономики гибкая и перекликается с профессиональными, образовательными стандартами так же и с системой квалификаций, принятых в стране;

- персонализация, гибкое проектирование, соединение разных образовательных и трудовых траекторий- это главные принципы образования. Система основных образовательных программ формирует компетенции для цифровой экономики и помогает талантливым и высокомотивированным учащимся;

- цифровая персональная траектория развития фиксирует учебную и трудовую деятельность человека [3].

Вопросы связанные где, кем и как будут готовиться высококвалифицированные кадры для цифровой экономики, не определены, что связано с объективными факторами, т.е. такие специалисты формируются под влиянием научных и технико-технологических тенденций. В планах Правительства РФ на 2018 год создать сетевой форсайт центр по технологическим направлениям на основе ведущего ВУЗа или научного центра, так же планируется создать интернет площадку для генерации новых идей.

В 2019 году намечается ввод механизма адресной поддержки инновационного предпринимательства в области создания цифровых ресурсов и активов.

К 2025 году появятся открытые лаборатории, исследующие сквозные технологии, так же будут привлечены 30 зарубежных и российских организаций в качестве трансфера технологий для нескольких пилотных цифровых платформ.

Если говорить о механизмах поддержки подготовки высококвалифицированных специалистов, то в 2018г. должен быть введен механизм двустороннего обмена между научно-исследовательскими организациями с компаниями цифровой экономики, в частности, обучение за границей талантливых и перспективных кадров цифровым технологиям при этом обеспечив возврат сотрудников на Родину. На основе ведущих ВУЗов откроются 5 аспирантских и магистерских школ по каждому направлению сквозных технологий к 2025 году.

Рассматривая в условиях цифровой экономики базу для развития рынка труда, нужно отметить, что программа рассматривает всесторонне проблемы общего, профессионального и дополнительного образования, включая и вопросы формирования необходимых компетенций для цифровой экономики. Например, будет создана рабочая группа, разрабатывающая модели компетенций, и состоять она будет из экспертов бизнес среды, органов власти и системы образования. Эта группа создаст базовые компетенции, их структуру и модели для цифровой экономики и запустит их в пилотный проект, по итогам которого разработают систему аттестации. К 2020 году Актуализация модели компетенций в виде непрерывного обновления должна быть готова к концу 2020 года. А вот по некоторым компетенциям в первых месяцах 2018 года будет найдена организация, которая выберет оператора по аттестации граждан, причем оператор проведет независимую аттестацию компетенций.

Для выпускников системы любого уровня образования (общего, профессионального, дополнительного) разработают требования к базовым компетенциям; будут созданы федеральные государственные образовательные стандарты с учетом правил создания компетенций. Фиксация профессиональной траектории развития и разработка профиля компетенций намечены в образовательных организациях в ближайшем будущем, как и обновление образовательных программ всех уровней образования в целях применения в учебной деятельности цифровых инструментов.

В программе «Цифровая экономика» до начала 2019 года на условиях частного и государственного софинансирования прописан запуск венчурного фонда для поддержки перспективных образовательных проектов. Эксперты разработают систему рекомендаций согласно атласу новых профессий для профессиональной ориентации учащихся, для них же организуют персональный образовательный маршрут. В программе отмечена важная роль раннего нахождения и сопровождения высокомотивированных и талантливых учащихся на базе профильных компетенций и персональных траекторий развития. В «Цифровой экономике» упоминается грантовая помощь педагогам и организациям, находящим и развивающим таланты.

Отдельный правовой режим функционирования планируется ввести по предмету «Технология» к концу 2020 года, к этому времени электронное и дистанционное образование станут основными в образовательных организациях.

Планируется создание базы для развития деловой активности и предпринимательских навыков учащихся Рейтинги образовательных программ

будут присваиваться по результатам эффективных изменений персональных траекторий развития. При внедрении всех вышеизложенных нововведений Россия войдет в число 20 лучших стран мира в рейтинге PISA.

В рамках профессионального образования в программе «Цифровая экономика» прописано следующее: подготовку в высшем образовании по специальностям, необходимым для развития цифровой экономики осуществлять через гос.заказ; осуществлять анализ зарубежных и отечественных разработок в области цифровой экономики; привлекать высокотехнологичные российские компании при разработке политики развития ВУЗов, готовящих специалистов в цифровой экономике, привлечь для преподавания информационным технологиям действующих высококвалифицированных IT специалистов.

Согласно Программе, выпускников высшего и среднего профессионального образования имеющих навыки в сфере IT на среднемировом уровне к 2020 году должно быть не менее 150000 человек, к 2025 году - 500000 человек, выпускников-профессионалов в сфере IT на базе высшего образования к 2020 году - 60000 человек, к 2025 году - 100000 человек [2].

В сфере дополнительного образования планируется внедрение механизма экспертной оценки результативности системы, будет выявлена необходимость переподготовки работников 100 крупных компаний и важные для них компетенции

До конца 2020 года планируется ввод программы цифровой грамотности для старшего поколения, привлекая инициативных школьников. Граждане и люди с ограниченными возможностями здоровья и люди старшего возраста, используя государственные индивидуальные ваучеры, смогут повысить квалификацию, пройти профессиональную переподготовку.

Согласно программе, изменения коснутся и рынка труда: трудовые книжки заменят персональные траектории развития. Доля трудоспособного населения, имеющая цифровую запись персональной траектории развития к 2020 году будет составлять 10%, к 2025 году - 80% [1]. В «Цифровой экономике» указано, что гибкие трудовые отношения будут регулироваться законодательно нормативно-правовыми актами, до конца 2020 года будут введены индивидуальные цифровые ваучеры на обучение, нормативы ГТО заменит цифровой аналог, будет создан бесплатный онлайн-сервис непрерывного образования, будут применяться карты молодого профессионала, по которым иностранные специалисты владеющие русским языком смогут работать в РФ,

выдача грантов и льгот компаниям, обучающих и трудоустраивающих людей с базовыми компетенциями цифровой экономики, поддержка деловых связей с иммигрантами, задействованными в цифровой экономике.

По наблюдениям агентства CB Insights, инвестиции в искусственный интеллект сегодня бьют все рекорды. За последние 5 лет количество сделок в этой сфере выросло с 67 до 397, общий объем финансирования AI стартапов — с \$282 млн до \$2,4 млрд.

С начала 2016 года инвестиции привлекли больше 200 разработчиков систем искусственного интеллекта (на общую сумму около \$1,5 млрд). Собственные разработки в области ИИ ведут IBM, Google, Facebook, Apple, Samsung, Amazon и Microsoft. ИТ-гиганты пачками скупают стартапы, у которых есть разработки на базе нейросетей.

На данном этапе в нише разработок, связанных с искусственным интеллектом присутствует достаточно небольшое количество российских фирм. Направление является перспективным, поэтому надеемся, что в ближайшем будущем мы увидим результаты от программы поддержки Правительства РФ «Цифровая экономика» и на рынке наряду с международными ит-гигантами появятся и названия отечественных компаний в рейтингах Топ-10.

Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 N 1632-р <Об утверждении программы "Цифровая экономика Российской Федерации">
2. Кадры и образование в цифровой экономике России// HRPuls. 25.05.2017
3. Хамм И. Цифровая экономика: как будет меняться рынок труда с 2015 по 2025гг. //NeoHR. 24.08.2017.
4. Цифровая экономика в РФ: экспертное мнение// Финанс.05.07.2017

АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТ КАК СРЕДСТВА ФИНАНСОВОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ БИТКОЙНА

Смирнов Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Биткойн — денежная единица системы биткойн, первая и наиболее известная криптовалюта в мире, существующая с 2009 года. В первую очередь стоит отметить, что это не только цифровая валюта, которую можно

использовать для инвестиций, расчета при покупке товаров и услуг. Биткойн — это инструмент для тестирования новых технологий, позволяющих преобразовать финансовый мир, поэтому вопрос о системе биткойн, как части цифровой экономики, очень актуален в наше время. Это децентрализованная, защищенная криптографией и полностью прозрачная сеть обработки транзакций, распределенная среди участников, основанная на цепочке блоков, которая называется блокчейн (blockchain).

Для инвесторов привлекательность криптовалюты Биткойн обусловлена тем, что его создание (mining - добыча) ограничено, и объем не превысит 21 миллиона BTC. Объем монет увеличивается, как сумма убывающей геометрической прогрессии и приближается к максимальному значению асимптотически. Рассматривая производство криптовалюты, приходим к выводу, что за первые 4 года после появления биткойна было добыто 10,5 млн монет. Затем каждые 4 года их генерация уменьшалась вдвое. Таким образом, за последующие восемь лет получаем $5,25 + 2,625$ млн биткойнов. Путем подобных расчетов можно сделать вывод, что последняя единица будет создана к 2140 году. На 15 августа 2017 года блокчейн включал более 132 блоков - 16,5 млн BTC, а капитализация биткойна превысила 71,4 млрд долларов. (График 1, приложение 1)

Рассмотрим, чем обеспечен Биткойн и какая у него поддержка. Когда мы говорим, что валюта обеспечена золотом, это означает, что есть место, где можно обменять валюту на золото. В некотором смысле биткойн обеспечивается ценой за товар, которую установил продавец, то есть обещание продавца обменять товар на определенное количество валюты. Основное заблуждение в том, что Биткойн получает свою стоимость от затраченной на его добычу электроэнергии. Хотя дефицит и является важным требованием для полезности валюты, сама валюта не может сделать ничего ценного, точно также, как и любая другая денежная единица, которая выполняет лишь несколько основных функций: мера стоимости, средства накопления, обмена, платежа. С развитием технологии блокчейн эксперты стали все чаще говорить о предстоящей токенизации экономики — процессе выпуска криптовалют, стоимость которых подкреплена реальными активами. Подобно акциям или фьючерсам, токен может отражать стоимость любых физических и юридических объектов: недвижимости, драгоценных металлов, полезных ископаемых или кредитных обязательств. Открытость и неизменность информации в блокчейне гарантирует надежность хранения данных о праве собственности.

Несмотря на отсутствие законов, регулирующих подобные операции, различные финтех-стартапы уже несколько лет развивают идею привязки криптовалют к реальным активам, и в некоторых сферах уже появились первые успехи. Например, Tether (USDT) — криптовалюте, стоимость которой привязана к доллару США; проект GoldMineCoin (GMC), создатели которого намерены инвестировать средства в добычу золота на территории Магаданской области. Каждая виртуальная монета GMC соответствует определенной массе золота и впоследствии может быть обменяна на реальную золотую монету. Команда владеет действующим бизнесом в области золотодобычи и гарантирует обратный выкуп криптовалюты по рыночному курсу. Согласно информации с официального сайта GoldMineCoin, ICO проекта стартует 13 декабря 2017 года; В мае 2017 года состоялось ICO ZrCoin (ZRC) — проекта, собравшего более \$7 миллионов на строительство завода по производству диоксида кремния. Цена каждого токена ZRC привязана к рыночной стоимости 1 килограмма этого вещества; LAToken (LA) — система учета цифровых активов, позволяющая хранить данные о владении недвижимостью, долями в компаниях, сырьевыми товарами и другими реальными активами.

Разберем вопросы: можно ли считать биткойн финансовой пирамидой, или финансовым пузырем. Основатели финансовой пирамиды убеждают, каждый участник вложивший свои средства, неизменно получит от этого прибыль. В системе биткойн нет такой гарантии, при которой каждый получит прибыль, так как сама система децентрализованная и не существует лица, который гарантировал бы это, только совокупность субъектов, участвующих в экономике. В финансовой пирамиде прибыль формируется от вновь прибывших участников. Биткойн же в отличие от финансовой пирамиды имеет беспроблемные сценарии, при которых первые инвесторы получают прибыль от роста курса, а последующие от устойчивой и широко распространенной криптовалюты. Несмотря на то, что первые участники получают большую выгоду от инвестиций, биткойн нельзя считать финансовой пирамидой. Акции Google, Microsoft других компаний не были финансовой пирамидой при запуске их IPO, хотя первые инвесторы тоже разбогатели.

Первые, кто вложился в технологию биткойн с момента старта проекта на сегодня имеют наибольшее количество единиц данной криптовалюты. Это обоснованно низкой на тот момент ее стоимостью и инвестиционными рисками при вложении в неиспытанную технологию. Эти вложения помогли системе выйти на более масштабный уровень применения и сейчас помогают развить ее в нечто большее (в будущем, предполагается, что широко распространенной

децентрализованной валютой). Поэтому каждый, кто развивает данную сеть, вполне справедливо может получать выгоду от вложения своих ресурсов. Каждая сгенерированная единица криптовалюты перейдет в общую систему расчетов и таким образом окажется в обращении, переходя от одного пользователя к другому бесконечное количество раз. Прибыль, от первоначального распределения будет незначительной, если сравнивать с общим уровнем коммерческой деятельности.

Обратимся к вопросу о финансовых пузырях. Как и любую другую валюту биткойн можно назвать финансовым пузырем. Деньги имеют ценность при обмене на что-либо, сама же бумага или любое другое выражение денежной массы не имеет никакой ценности при использовании. Если какая-либо валюта уйдет из обращения, то «Пузырь» лопнет, обрушив стоимость денежных единиц до нуля. Пока что на данный момент, если сравнивать биткойн с другими значимыми для инвестиций активами, можно сказать, что у него небольшая капитализация (на момент написания статьи 116млрд\$) и значительные перспективы для роста.

В дальнейшем цена криптовалют может стабилизироваться при условиях ее открытого и узаконенного использования, свободной конвертации как на любую другую валюту, так и товар, отсутствие значительных колебаний цены на рынке, обусловленных различного рода спекулятивных и технических атак извне. Данный шаг даст биткойну или нечто другому, основанному на системах биткойн или блокчейн, шанс вытеснить из обращения обычные фиатные деньги. Для этого блокчейн-технологиям еще придется побороться с банковскими системами стран, который в ближайшем будущем должны будут, либо подстраиваться под меняющиеся условия, преобразовавшись в совершенно другие структуры, либо вовсе уйти с экономического поля. При преодолении ведущими криптовалютами капитализации в пятьсот миллиардов - триллион долларов и их подключении к глобальным торговым площадкам, наподобие AliExpress, eBay и др., валюты государств окажутся под серьезной угрозой.

Основное отличие биткойна от других валют заключается в его дефляционных процессах, связанных с его ограниченной эмиссией в 21 млн. токенов (монет). Максимальное количество биткойнов, как и приблизительная скорость генерации были известны с самого начала проекта. В системе биткойн есть опасность, не свойственная для других валют. Если пользователь по какой-то причине теряет доступ к своему кошельку, то средства пропадают, пока пользователь не восстановит к нему доступ, иначе средства теряются из обращения навсегда. (разные кошельки защищены по-разному: это может быть

и логин с паролем, и какой-то иной ключ, известный только владельцу счета в биткойнах). Таким образом количество токенов в системе в итоге будет не только не увеличиваться или оставаться неизменным, а постепенно уменьшаться

Учитывая совокупность данных процессов, по закону спроса и предложения предполагается, что стоимость Биткойна будет постоянно повышаться. Хотя довольно трудно спрогнозировать дальнейшее развитие событий с ограниченной по эмиссии криптовалютой, подверженной постоянным дефляционным процессам. Есть решение этой проблемы: делимость биткойна до очень малых размеров. (самая маленькая единица 0,00000001 – Satoshi«сатоши», названа в честь псевдонима предполагаемого основателя биткойна SatoshiNakamoto). Точно не известно, какие последствия ожидают биткойн по мере потери монет из обращения, но особого отрицательного воздействия на всю систему это оказать не должно. Пока что аналитики не сходятся во мнении по поводу дальнейшей цены Биткойна. Но даже сейчас, когда цена уже достаточно высокая, данный инструмент не теряет своей инвестиционной привлекательности и у него еще очень большой потенциал

Список литературы:

1. <https://bits.media/faq/>
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Биткойн>
3. <https://coinmarketcap.com/>
4. <https://www.blockchain.com/>
- 5 <https://forklog.com/>

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ МОДЕЛЕЙ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Цибирева О.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассмотрим стандартное образовательное учреждение (ОУ). Основная задача ОУ – это обучение студентов. Осуществление образовательной деятельности должно не только соответствовать требованиям законодательства, но и отвечать современным тенденциям.

В данный момент есть тенденция к очень быстрому устареванию техники. И у ОУ не всегда есть финансовые возможности следовать за стремительно развивающимися технологиями и оборудовать компьютерные классы по последнему слову техники. Чаще всего компьютерные классы оснащены оборудованием, которое устарело лет на десять. Финансовые средства на обновление технического обеспечения регулярно выделяются, но, как правило, их недостаточно. Поэтому нередко возникает вопрос о рациональном использовании устаревающего оборудования.

Персональные компьютеры (ПК) в компьютерных классах должны соответствовать установленному программному обеспечению. То есть программное обеспечение (ПО), которое предполагается установить и использовать для образовательного процесса, определяет технические характеристики техники в компьютерном классе.

С каждого рабочего места студента должен быть обеспечен доступ к сети Интернет. Данная возможность может быть представлена как с помощью Wi-Fi, так и используя проводной интернет. В любом случае есть расходы на обеспечение доступа со стороны ОУ. В данном случае будем считать, что возможность выхода в интернет у студентов есть, предоставляется без сбоев, и расходы со стороны ОУ постоянны.

Рассмотрим несколько моделей установки ПО в компьютерных классах ОУ и оценим по шкале от 1 (плохо) до 3 (очень хорошо) данные модели по следующим критериям:

Критерий 1. Стоимость технического оснащения.

Критерий 2. Затраты на обслуживающий персонал

Критерий 3. Предоставление студенту возможности работы с программным обеспечением вне ОУ

Модель 1. Все ПО физически расположено на ПК. Это стандартная установка: программа выполняется за счет мощностей самого ПК. Доступ к ПО может осуществляться только с данного ПК.

Критерий 1. Так как все ПО установлено на ПК, то оно будет использовать только мощности данного технического устройства. Чем больше ПО предполагается использовать, тем более совершеннее должен быть каждый. То есть потребуются регулярное обновление парка ПК в классах, что не является рациональным с точки зрения финансов. Ставим оценку 1.

Критерий 2. Обслуживание нескольких однотипных ПК не предполагает наличие штата сотрудников и не предъявляет высоких требований к их квалификации. Предполагается некоторая трата времени, так

как нет централизованного управления ПО. Но финансовые затраты на оплату услуг будут довольно низкими. Ставим оценку 2.

Критерий 3. Данная возможность отсутствует. Ставим оценку 1.

Модель 2. Часть ПО устанавливается на сервер в локальной сети. Работа с ПО с клиентских машин обеспечивается работой служб терминалов через протокол удалённого рабочего стола (RDP, RemoteApp). Программа выполняется за счет мощностей сервера. Доступа к ПО может осуществляться только в локальной сети.

Критерий 1. Для обеспечения функционирования должна быть организована локальная сеть. Так как основная часть ПО будет выполняться за счет мощностей сервера, то желательные технические характеристики сервера будет зависеть не только от количества клиентских ПК, но и от требований ПО. Кроме этого должна быть обеспечена работа всех необходимых серверных служб. Поэтому сервер нужен с хорошими техническими характеристиками, но не обязательно самый современный. Требования к клиентским ПК значительно снижаются. Таким образом, парк клиентских компьютеров можно долго не обновлять. Требуется приобрести сервер. Стоимость одного сервера значительно ниже, чем стоимость замены всего парка ПК в компьютерном классе. Ставим оценку 3.

Критерий 2. Наличие сервера и локальной сети предполагает, что должен быть администратор сервера и администратор сети. Чаще всего это один и тот же сотрудник. То есть предполагается увеличение требований к квалификации персонала. Но в данном случае снижаются временные затраты на обслуживание клиентских ПК, так как обновление и управление может быть организовано централизованно по локальной сети. Таким образом, необходимое количество сотрудников уменьшается, увеличиваются требования к квалификации, но незначительно. Ставим оценку 2.

Критерий 3. Данная возможность отсутствует аналогично модели 1. Ставим оценку 1.

Модель 3. Работа с ПО идет через браузер, сервера ВУЗа. Web-технологии предполагают, что работа с программой будет осуществляться через браузер, а сама программа выполняться на сервере (облаке). Сервер физически развернут на территории ВУЗа. Доступ к ПО может осуществляться как из локальной сети, так и отовсюду.

Критерий 1. Может быть два сервера: один обеспечивает работу веб-служб (веб-сервер), другой обеспечивает выполнение ПО. Технические характеристики этих серверов должны быть не хуже, чем характеристики

сервера, указанного в модели 2. Также необходим «белый» IP, доменное имя, менеджер доменных имен, так как доменное имя есть у образовательного учреждения, и оно привязано к официальному сайту. К клиентским ПК требования остаются такие же, как в модели 2. Таким образом, финансовые затраты значительно выше, чем в модели 2, но сравнимы с вариантом модели 1. Ставим оценку 2.

Критерий 2. Веб-сервер предполагает наличие администратора с высокой квалификацией. В его функции также должно входить обеспечение безопасности и бесперебойной работы. Обслуживание клиентских ПК идентично модели 2. Таким образом, затраты на обслуживающий персонал значительно возрастает. Ставим оценку 1.

Критерий 3. Доступ предоставлен. Ставим оценку 3.

Модель 3. Работа с ПО идет через браузер, сервера сторонние. Сторонним сервером будем считать физический сервер, который предоставляется поставщиком услуг. Доступ к ПО может осуществляться отовсюду.

Критерий 1. В данном случае ПО выполняется за счет мощностей стороннего сервера. Поэтому не нужно беспокоиться о его покупке, настройке, поддержке в актуальном состоянии. К клиентским ПК требования остаются такие же, как в модели 2. Таким образом, затраты на техническое оснащение компьютерного класса будут минимальными. Ставим оценку 3.

Критерий 2. Обслуживающему персоналу необходимо будет только поддерживать в рабочем состоянии клиентские ПК, причем работы подразумевается меньше, чем в модели 1. Требования к квалификации снижаются, временные затраты также снижаются. Ставим оценку 3.

Критерий 3. Доступ предоставлен. Ставим оценку 3.

Сравним данные модели используя метод Фишбейна. Для этого необходимо проанализировать указанные критерии и определить их значимость. Значимость будет изменяться от 1 до 10, где 1 – наименьшая степень значимости критерия, а 10 – наибольшая степень значимости критерия.

Критерий 1. Это самый важный критерий, так как именно на покупку техники ОУ расходует значительные средства. Значимость данного критерия будем считать равной 10.

Критерий 2. Этот критерий также важен. Обслуживающий персонал требует значительных финансовых ресурсов образовательного учреждения. Но бывает, что обслуживающий персонал работает в компьютерном классе по

совместительству или не постоянно в течение учебного года. Поэтому значимость данного критерия будем считать равной 8.

Критерий 3. Если ОУ заботится о своих студентах, то этот критерий значим. Но в обязанности учебного заведения не входит обеспечение программным обеспечением студентов. Поэтому значимость данного критерия будем считать равной 6.

Составим таблицу для метода Фишбейна, используя указанную значимость каждого критерия и оценки моделей по этим критериям. Вычислим итоговые показатели для каждой модели. Результат представлен в таблице 1:

Таблица 1 – Сравнение моделей методом Фишбейна

Показатель	Значимость показателя	Оценка модели 1	Результат модели 1	Оценка модели 2	Результат модели 2	Оценка модели 3	Результат модели 3	Оценка модели 4	Результат модели 4
Критерий 1	10	1	10	3	30	2	20	3	30
Критерий 2	8	2	16	2	16	1	8	3	24
Критерий 3	6	1	6	1	6	3	18	3	18
Итоговая сумма			32		52		46		72

Согласно полученным данным можно сделать вывод, что наиболее предпочтительной с точки зрения затрат на техническое оснащение, затрат на обслуживающий персонал и учета рисков, связанных с утечкой информации и предоставления студенту возможности работы с программным обеспечением вне образовательного учреждения является модель номер 4. Наименее предпочтительной модель номер 1

Секция 12. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

ЧИСЛО СТРАХОВЫХ СЛУЧАЕВ В КРУИЗЕ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПУАССОНА

Благодарова Ю.К.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Распределение количества страховых случаев, наступающих в одном договоре страхования в течение срока действия страхового полиса, является дискретной случайной величиной, принимающей целочисленные неотрицательные значения $0; 1; 2; \dots$ и т.д.

Если известны фактические значения случайной величины, то на их основании можно вычислить выборочные оценки математического ожидания и дисперсии, а при необходимости и других моментов. Используя полученные величины, можно с требуемой точностью (надежностью) аппроксимировать эмпирические вероятности с помощью теоретических законов распределения вероятностей.

Закон Пуассона используется, если вероятность появления события в каждом договоре мала, а количество договоров велико (закон редких событий) и является приближением биномиального распределения при $n \rightarrow \infty$. Страховые случаи наступают независимо друг от друга с постоянной средней интенсивностью [1].

Пуассоновское распределение вообще играет ведущую роль в теме моделирования распределения числа страховых случаев, так как если оно не используется непосредственно, то служит основой для построения смешанных пуассоновских распределений.

При моделировании количества страховых случаев пуассоновское распределение может применяться для однородного портфеля в том случае, если по договору может быть предъявлено несколько исков (не одновременно), - в имущественном, автомобильном, медицинском страховании [2].

Дискретная случайная величина K - число страховых исков в заданный год или в отдельном договоре страхования имеет **распределение Пуассона**,

если вероятность наступления k страховых случаев в одном договоре страхования вычисляется по формуле:

$$p_k = \frac{e^{-\lambda} \lambda^k}{k!}, k = 0, 1, 2, \dots \quad (1)$$

Параметр $\lambda > 0$ называют интенсивностью, он равен количеству наблюдений случайной величины, умноженному на вероятность успеха в одном испытании:

$$\lambda = np.$$

Числовые характеристики распределения Пуассона:

$$M(K) = D(K) = np = \lambda.$$

Отсюда вытекает основное требование при использовании закона Пуассона: выборочные математическое ожидание и дисперсия числа страховых случаев должны быть приблизительно равны.

Статистическая оценка параметра распределения Пуассона по выборке $\hat{\lambda}$ как по методу моментов, так и по методу максимального правдоподобия, находится как среднее арифметическое по формуле

$$\hat{\lambda} = \hat{k} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^l k_i \cdot m_i; n = \sum_{i=1}^l m_i \quad (2)$$

Пример

По исследуемому портфелю договоров страхования граждан, выезжающих в круиз по Волге [3] за 2015 г. поступили иски в связи со страховыми случаями по 186 полисам из 29382. Число страховых случаев, произошедших с одним застрахованным лицом, варьируется от 0 до 2 (Таблица1):

Таблица 1.

Эмпирические частоты числа страховых случаев на один страховой полис:

Число страховых случаев k	Число договоров с k случаями (эмпирические частоты) m_k
0	29 196
1	184
2	2

Требуется смоделировать распределение числа страховых случаев в одном договоре с помощью распределения Пуассона и проверить его соответствие с помощью критерия согласия Пирсона на уровне значимости 0.05.

Решение

По результатам расчетов оценок параметров распределения случайной величины k - числа страховых случаев в одном договоре - были найдены следующие показатели.

Выборочная средняя:

$$\bar{k} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^l k_i \cdot m_i = 0.006398.$$

Среднее число страховых случаев, наступающих в одном договоре страхования, составляет по исследуемому портфелю 0.0064. Таким крайне низким значением среднего числа исков, кстати, объясняются столько низкие страховые тарифы для выезжающих в круизы [4].

Выборочная дисперсия:

$$S_k^2 = \overline{k^2} - (\bar{k})^2 = 0.006494.$$

В исследуемом портфеле вероятность наступления страхового случая достаточно мала ($m/n = 186/29\,382 \approx 0.0064$), поэтому для анализа можно применять распределение Пуассона. Статистическая оценка параметра распределения Пуассона была найдена по формуле (2):

$$\tilde{\lambda} = \bar{k} = 0.006398.$$

Результаты аппроксимации числа страховых случаев по портфелю даны в таблице 2.

Таблица 2.

Результаты аппроксимации числа страховых случаев по портфелю:

Число страховых случаев k	Эмпирические	Теоретические	
	частоты m_k	вероятности p_{kT}	частоты m_{kT}
0	29 196	0.99362	29 195
1	184	0.00635	185
2	2	0.0000524	2
n	29 382	1	29 382

Значения теоретических вероятностей p_{kT} рассчитаны по формуле (1) Затем рассчитаны теоретические частоты по формуле пуассоновского распределения:

$$m_{kT} = p_{kT} \cdot n \quad (3)$$

С помощью критерия согласия Пирсона χ^2 проверяется адекватность модели на уровне значимости $\sigma = 0.05$. Результаты вычислений χ^2 - наблюдаемого представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Расчет статистики критерия Пирсона для распределения Пуассона:

Число страховых случаев k	Эмпирические частоты m_k	Теоретические частоты m_{kT}	$\frac{(m_k - m_{kT})^2}{m_{kT}}$
0	29196	29195	0.9039
1	184	186	2.2528
2	2	1	0.9074
Сумма $\chi^2_{\text{набл}}$			3.7641

Значение $\chi^2_{\text{набл}} = 3.7641$, а критическое значение статистики можно найти по таблицам распределений Пирсона $\chi^2_{\text{крит}}(0.05; 1) = 3.841$.

В рассматриваемом случае $\chi^2_{\text{набл}} < \chi^2_{\text{крит}}$ следовательно, гипотеза о том, что число страховых случаев распределено по пуассоновскому распределению не отвергается на уровне значимости $\alpha = 0.05$, модель является адекватной для моделирования числа страховых случаев в данном портфеле.

Необходимо заметить, что распределение Пуассона подошло в качестве модели числа страховых случаев, наступающих в одном договоре страхования выезжающих в круиз по Волге (что на практике случается редко), так как случайная величина K принимает всего три значения – 0, 1 и 2 и поэтому оказалось, что среднее и выборочная дисперсия исследуемого распределения примерно равны. Это и привело к полученному результату.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Никулина Н.Н., Подчищаева О.В. Мотивационный менеджмент в страховом предпринимательстве // Страховое дело. 2013. №3(241). С. 3-7.
2. Никулина Н.Н., Подчищаева О.В. Особенности организации оплаты труда менеджмента высшего звена и персонала дирекции страховой организации // Страховое дело. 2013. №4-5(242). С. 58-65.
3. Дорожкин А.В., Подчищаева О.В. Пути повышения инвестиционной привлекательности в Нижегородской области // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10 (ч.2). С. 212-217.
4. Подчищаева О.В., Дорожкин А.В. Индивидуальные модели риска в страховании // Экономика и предпринимательство. 2017. № 1(78). С. 1201-1204.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Гончаренко Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Социально-экономическое развитие муниципальных образований является управляемым процессом качественного изменения социальной и экономической сфер, который не ухудшает состояние окружающей среды и приводит к улучшению условий жизни населения.

В связи с этим является актуальным исследование динамики социально-экономического развития муниципальных образований Нижегородской области.

В данной работе проведено исследование динамики социально-экономического развития муниципальных образований Нижегородской области за период с 2012 по 2016 гг. по шести показателям, взятым с официального сайта Федеральной службы государственной статистики [1] в ценах 2016 г. с учетом инфляции [2]:

□ □ X1 – число субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) (единиц на 10 тыс. человек населения);

□ □ X2 – доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций (%);

□ □ X3 – объем инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в расчете на 1 жителя (руб.);

□ □ X4 – доля прибыльных сельскохозяйственных организаций в общем их числе (%);

□ □ X5 – доля протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения, не отвечающих нормативным требованиям, в общей протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения(%);

□ □ X6 – доля населения, получившего жилые помещения и улучшившего жилищные условия в отчетном году, в общей численности населения, состоящего на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях (%).

Всего в анализе учитываются показатели по 52 муниципальным образованиям Нижегородской области.

Исследование проведено с применением самоорганизующихся карт (СОК) Кохонена, позволяющих кластеризовать и визуализировать данные в виде, удобном для дальнейшего анализа. СОК относится к особому типу нейронных сетей, которые не имеют скрытых слоев нейронов и обучаются без учителя [4]. В нашем случае шестимерное входное пространство нейронная сеть отображает с сохранением топологии на двумерную карту нейронов.

В настоящее время для реализации нейросетевых концепций имеются специализированные пакеты программ. В работе использована реализация СОК в аналитическом пакете Deductor [3].

Получено, что исходные данные распределились по 4 кластерам. В кластер № 4, вошли муниципальные образования с самыми низкими показателями, значительно отличающимися от средних значений по Нижегородской области. Кластер № 1 составили муниципальные образования с наиболее высокими показателями. На рис. 1 представлена СОК Кохонена за 2016 г.

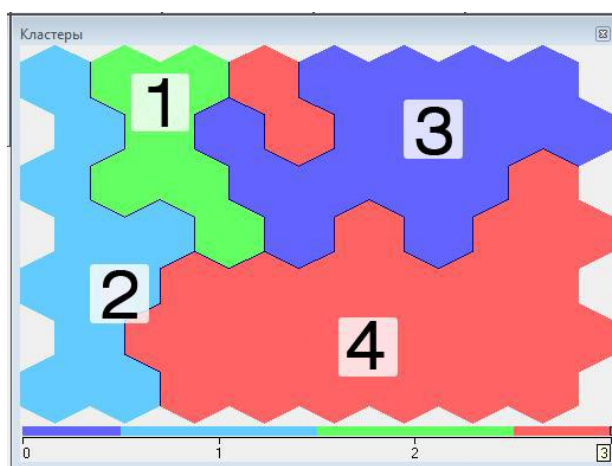


Рис.1. СОК Кохонена за 2016 г.

Кластер № 1 составили муниципальные образования с высокими значениями всех показателей, а кластер № 4 – с низкими значениями показателей.

Табл. 1 демонстрирует распределение муниципальных образований Нижегородской области по кластерам за период 2012 – 2016 гг.

Таблица 1

Распределение муниципальных образований Нижегородской области по кластерам за период 2012 – 2016 гг.

Кластеры	2012	2013	2014	2015	2016
1	7	11	7	3	3
2	13	10	9	14	5
3	16	13	21	5	7

4	16	18	15	30	37
---	----	----	----	----	----

Из табл. 1 следует, что с 2013 г. наблюдается переход регионов из кластера с высокими значениями показателей в кластеры с низкими значениями показателей. При этом в кластерах № 2 и № 4 существуют ядра с постоянным составом определённых муниципальных образований за период 2012–2016 гг.

Наглядное представление о распределении муниципальных образований по кластерам приведено на рис. 2.

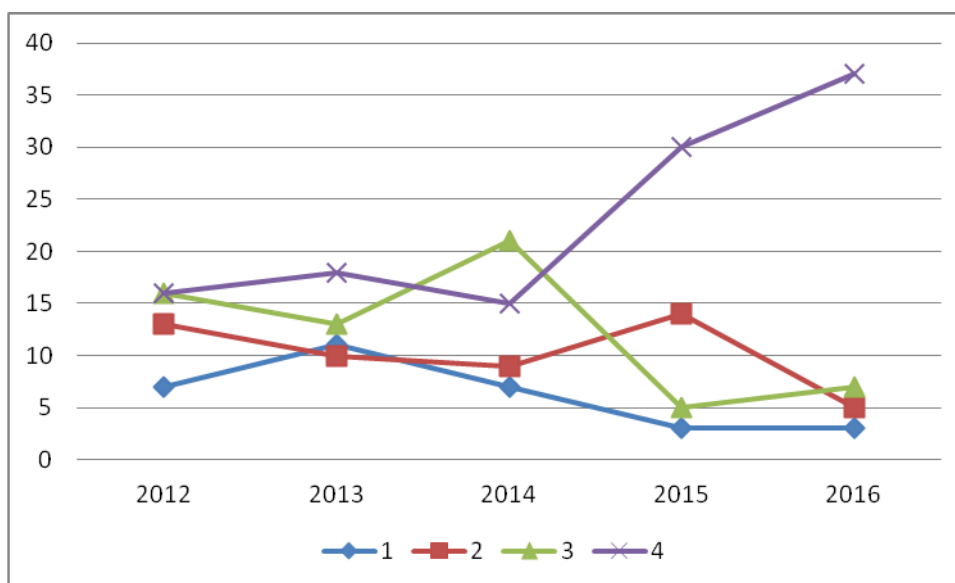


Рис. 2. Распределение муниципальных образований Нижегородской области

по кластерам по критерию количества

Табл.1 и рис.2 показывают, что кластер № 4 является самым многочисленным. В него вошли муниципальные образования со значениями показателей социально-экономического развития значительно ниже средних по Нижегородской области. На протяжении рассматриваемого периода лидирующие позиции занимают муниципальные образования, вошедшие в кластер № 1. В лидирующий кластер по итогам 2016 г. вошли следующие муниципальные образования Нижегородской области: г. Арзамас, г. Дзержинск, г. Саров. При этом численность муниципальных образований, распределившихся в кластер № 1, в несколько раз меньше количества муниципальных образований, вошедших в кластер № 4.

Проведённые исследования имеют практическую значимость. Результаты работы могут быть использованы для стратегического планирования

социально-экономического развития муниципальных образований Нижегородской области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://nizhstat.gks.ru/>
2. Калькулятор инфляции [Электронный ресурс]. – URL: http://уровень-инфляции.рф/инфляционные_калькуляторы.aspx
3. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие. – Н. Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. 135 с.
4. Kuznetsov Yu.A., Perova V. I., Lastochkina E.I. A Neural Network Analysis of the Fixed Capital Investment Trends in Regions of Russian Federation // Digest Finance. 2017. vol. 22. № 3. pp. 258–273.

НЕЙРОСЕТЕВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Грешнова М.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Показатели, характеризующие человеческий капитал, инновации, технологии, научные исследования и разработки, являются одними из важнейших факторов, определяющих экономическое развитие, как отдельных регионов, так и страны в целом, а также их конкурентоспособность и лидирующее положение в мире [1]. Поэтому является актуальным проведение анализа динамики развития регионов Российской Федерации с целью выявления проблемных регионов, показатели экономического роста которых необходимо оптимизировать.

В работе такой анализ проведен на основе семи показателей за период 2010–2015 гг. с применением перспективной технологии нейросетевого моделирования [2]. Нейронные сети относятся к интеллектуальному анализу данных Data Mining [3]. Инструментом для проведения исследований были выбраны самоорганизующиеся карты (СОК) Кохонена [4–6], реализованные в пакете Deductor Studio Academic.

Нейросетевое моделирование динамики экономического роста регионов РФ проведено на основе следующих показателей, взятых с сайта Федеральной службы государственной статистики [7]:

X1 – число организаций, выполнявших научные исследования и разработки;

X2 – численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками;

X3 – численность исследователей с учеными степенями;

X4 – выпуск из аспирантуры с защитой диссертации;

X5 – выпуск из докторантуры с защитой диссертации;

X6 – число созданных (разработанных) передовых технологий;

X7 – инновационная активность организаций.

По итогам нейросетевого моделирования осуществлено распределение исходных данных 83 регионов РФ в 2010–2013 гг. и 85 регионов в 2014–2015 гг. на 3 кластера, которые представлены на рис. 1.



Рис. 1. СОК распределения регионов РФ по кластерам за 2015 г.

Регионы, вошедшие в кластер № 1, имеют средние значения по всем показателям в 1,5 – 3 раза меньше общих средних показателей по России, кроме показателя инновационной активности организаций, значение которого близко к его среднему по стране. Средние показатели в регионах кластера № 2, наоборот, в 1,5 – 3 раза превышают общие средние значения по РФ, за исключением показателей: «Численность исследователей с учеными степенями»; «Выпуск из аспирантуры с защитой диссертации»; «Выпуск из докторантуры с защитой диссертации», которые приблизительно равны их средним значениям по Российской Федерации. В регионах, составивших кластер № 3, все показатели в 12 – 22 раза больше средних по России, кроме показателя инновационной активности организаций, который в 1,5 – 2 раза больше среднего значения по РФ. Динамика количества регионов в кластерах приведена в табл. 1.

Анализ данных, приведенных в табл. 1, показывает, что количество регионов за период 2010–2015 гг. в кластерах № 1 и № 2 варьируется, но несильно, а в кластере № 3 остается неизменным.

Таблица 1

Динамика количества регионов в кластерах в 2010–2015 гг.

Кластер \ Год	№1	№2	№3
2010	73	8	2
2011	70	11	2
2012	57	24	2
2013	66	15	2
2014	71	12	2
2015	57	26	2

Наглядное представление о динамике средних значений таких показателей, как выпуск из аспирантуры с защитой диссертации и число созданных (разработанных) передовых технологий, по кластерам за период 2010–2015 гг. и соответствующих общих средних по России значений дают графики, представленные на рис. 2 и рис. 3.

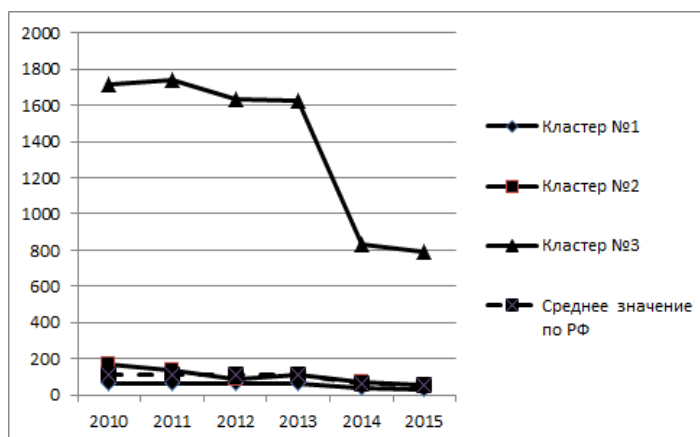


Рис. 2. Динамика выпуска из аспирантуры с защитой диссертации в 2010–2015 гг.

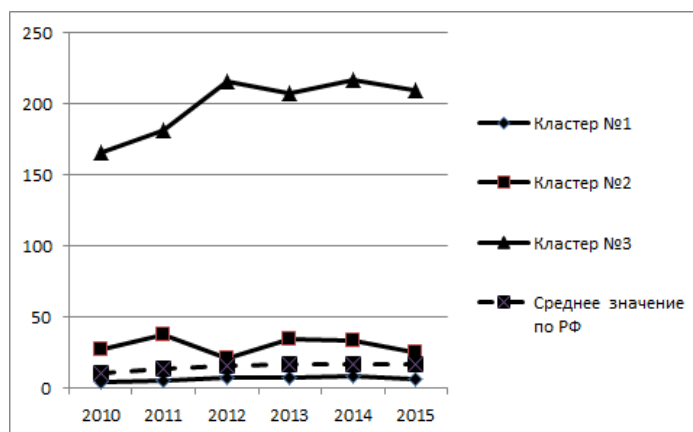


Рис. 3. Динамика числа созданных (разработанных) передовых технологий

в 2010–2015 гг.

На рис. 2 наблюдается отрицательная динамика по показателю Х4 – выпуск из аспирантуры с защитой диссертации – в регионах кластера № 3, причем 2013 – 2014 гг. это убывание носит резкий характер. Динамика этого показателя в регионах кластеров № 1 и № 2 схожа с динамикой их общих средних значений по стране.

Из рис. 3 следует, что в рассматриваемый период показатель Х6 – число созданных (разработанных) передовых технологий – имеет положительную динамику в кластере № 3, но в период с 2012 по 2015 гг. среднее значение по этому показателю увеличилось незначительно. Динамика данного показателя в регионах кластера № 2 находится на уровне, несколько превышающим динамику его общих средних значений по РФ. Регионы, составившие кластер № 1, характеризуются средними значениями показателя Х6, меньшими чем соответствующие средние значения по России.

Таким образом, применение методов нейросетевого моделирования в задаче исследования динамики показателей экономического развития регионов РФ позволило установить заметные различия в размерах кластеров. Это говорит о неравномерном характере экономической деятельности регионов России. Увеличение количества регионов в кластере № 2 и уменьшение их в кластере № 1 свидетельствует о том, что ряд регионов улучшил свои показатели к 2015 году. Однако неизменность количества регионов в кластере № 3 с наилучшими показателями говорит о том, что ни один регион, вошедший в кластеры № 1 и № 2, не смог улучшить значения по исследуемым показателям.

Результаты работы имеют практическое значение для анализа и прогнозирования экономической деятельности регионов Российской Федерации с целью повышения их конкурентоспособности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кузнецов Ю.А., Умилина А.Ю. Некоторые особенности развития экономики развивающихся стран и математическая модель экономического роста типа Нельсона-Фелпса // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2015. №4. С. 36–44.
2. Перова В.И., Авагян Э.А. Нейросетевой анализ динамики показателей высшего образования в регионах российской федерации как фактора экономического роста страны // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2017. №1. С. 54–60.
3. Чубукова И.А. Data Mining. Интернет-университет информационных технологий, Бином. Лаборатория знаний, 2008. 324 с.

4. Головки В.А. Нейронные сети: обучение, организация и применение. Кн. 4: Учебное пособие для вузов / Общая ред. А.И. Галушкина. М.: ИПРЖР, 2001. 256 с.
5. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 1. Нейронные сети, обучаемые с учителем: Учебное пособие. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. 130 с.
6. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. 135 с.
7. Электронный ресурс: <http://www.gks.ru>

ПРИМЕНЕНИЕ ЭКСПЕРТНОЙ СИСТЕМЫ БАЙЕСОВСКОГО ТИПА ДЛЯ ПОИСКА ПРИЧИН УБЫТОЧНОЙ РАБОТЫ КОМПАНИИ

Губанов А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Экспертная информационная система (ЭС) – это средство, инструмент, помогающий за счёт использования экспертных знаний находить решения неформализованных проблем в узкой предметной области.

Экспертные системы могут использоваться для решения различных типов задач (интерпретация, предсказание, диагностика, планирование, контроль, отладка, управление) в самых разнообразных областях – финансы, нефтяная и газовая промышленность, металлургия, энергетика, телекоммуникации, транспорт, фармацевтическое производство, космос, горное дело, химия и др.

Известные прикладные экспертные системы: MYCIN (диагностика заболеваний крови), PUFF (анализ нарушения дыхания), PROSPECTOR (обнаружение полезных ископаемых), XCON (конфигурирование компьютерного оборудования), JUDITH (помощь юристам), DENDRAL (распознавание химических структур).

«Байесовская» экспертная система

База знаний в экспертной системе формируется из информации, полученной от экспертов. Так как знания эксперта о связи тех или иных факторов и о степени их влияния ограничены имеющимся опытом и полученными знаниями в предметной области, то в той или иной степени его суждения будут субъективны. Экспертные системы, использующие субъективный вероятностный подход, называют «байесовскими».

Правила в такой экспертной системе основаны на логической формуле:

ЕСЛИ $\langle \mathbf{H}$ (гипотеза) является истинной \rangle ТО $\langle \mathbf{E}$ (свидетельство) будет наблюдаться с вероятностью \mathbf{p} \rangle

То есть, если \mathbf{H} произошло, то событие \mathbf{E} будет наблюдаться с вероятностью \mathbf{p} .

В ЭС вероятности, необходимые при решении, вводятся экспертами и запоминаются в базе знаний. Эксперты должны определить:

а) априорные вероятности всех возможных гипотез $\mathbf{p}(\mathbf{H})$;

б) условные вероятности возникновения свидетельств при условии наличия каждой из гипотез $\mathbf{p}(\mathbf{E} | \mathbf{H})$.

Условная вероятность события учитывает информацию о том, что произошло некое другое событие. Этот факт можно использовать как для уточнения априорной информации с учётом вновь поступившей информации, так и для вычисления вероятности того, что наблюдаемый эффект является следствием какой-то конкретной причины.

Пользователи ЭС вводят данные – «сообщают» экспертной системе информацию о свидетельствах и ЭС производит вычисления $\mathbf{p}(\mathbf{H}_i | \mathbf{E}_j \dots \mathbf{E}_k)$ для всех гипотез $(\mathbf{H}_1, \dots, \mathbf{H}_m)$ с учётом априорных вероятностей.

Вероятность $\mathbf{p}(\mathbf{H}_i | \mathbf{E}_j \dots \mathbf{E}_k)$ называется апостериорной вероятностью гипотез \mathbf{H}_i по свидетельствам $(\mathbf{E}_j, \dots, \mathbf{E}_k)$. Эти вероятности дают сравнительное ранжирование всех возможных гипотез, то есть гипотез с ненулевыми апостериорными вероятностям.

Моделирование машины логического вывода диагностической экспертной системы байесовского типа

С помощью диагностической экспертной системы байесовского типа был проведён анализ причин, влияющих на деятельность компании, осуществляющей городские пассажирские перевозки. Цель – поиск наиболее вероятной проблемы, из-за которой автопредприятие длительное время не может стать прибыльным.

Возможные причины возникновения проблемной ситуации («отсутствие прибыли») могут быть не только внутри компании, результаты зависят и от внешних факторов, степень влияния которых оценивается экспертами.

В основу модели не могут быть положены статистические данные из-за уникальности деятельности каждого автопредприятия, из-за множества одновременно действующих факторов, из-за невозможности воспроизвести, повторить многократно те или иные сценарии, поэтому функционирование ЭС основано на выдвижении гипотез и оценке их достоверности после

итерационной проверки нескольких свидетельств, которые могут поддерживать или опровергать какую-либо из предложенных гипотез.

Таблица 1

Формулировка гипотез и их априорная вероятность

№ гипотезы	Описание гипотезы	Вероятность гипотезы
1	Некомпетентное руководство предприятием	0,8
2	Конкуренция с другими перевозчиками	0,7
3	Устаревшая транспортная схема	0,5
4	Низкая стоимость проезда	0,4
5	Нарушение графика движения	0,2

Таблица 2

Формулировка свидетельств и вопросов по свидетельствам

	СВИДЕТЕЛЬСТВА	ВОПРОСЫ
	Устаревшая техника	Срок службы большинства автобусов больше 8 лет?
2	Плохие коммуникации между начальством и подчиненными	Трудно ли подчиненному сообщить начальству важную информацию?
3	Увеличение числа личных автомобилей	Много ли личных автомобилей в городе?
4	Нехватка водителей из-за дефицита кадров	На все ли автобусы есть водители?
5	Рост расходов на ГСМ	Топливо покупается по среднерыночной цене?
6	Плохая экономическая ситуация в стране	Упали доходы населения?
7	Изменение/введение акцизов	Топливо подорожало?
8	Продолжение развития метрополитена	Открываются ли новые станции метро?
9	Нехватка кондукторов	На все ли автобусы есть кондукторы?
10	Изменение налоговой нагрузки	Выросли ли налоговые платежи?

Пользователь отвечает на вопросы и его ответы обрабатываются по шкале неопределённости (ответы «оцениваются» в диапазоне от «-5» до «5»). Для пользователя есть словесные подсказки, поясняющие какому значению

соответствует какая мера неопределённости (диапазон от «Точно нет» до «Точно да»).

Результатом работы алгоритма является гипотеза 2 «Конкуренция с другими перевозчиками», которая первоначально не имела максимальную вероятность.

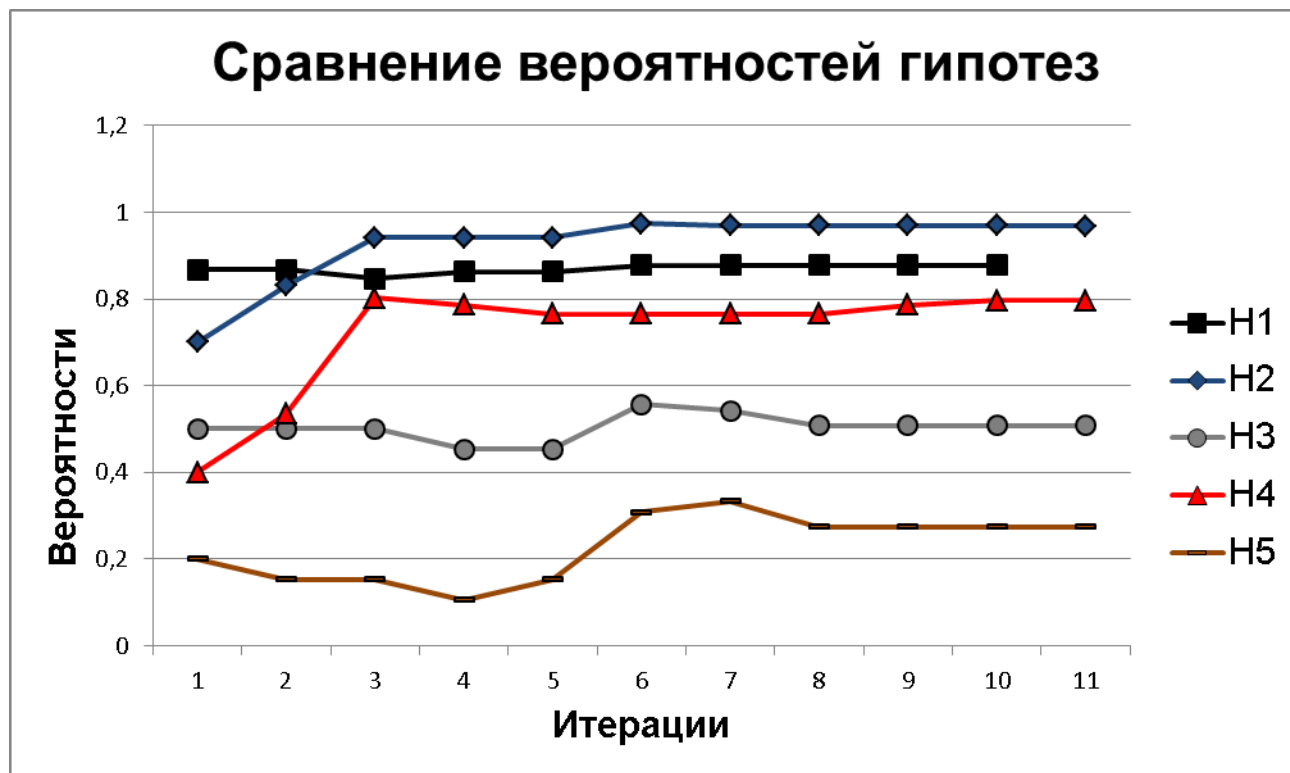


Рис.1. Результат работы диагностической экспертной системы

Разработанная экспертная система имеет ряд ограничений: например, в ней нет возможности накапливать знания, поэтому данная ЭС не может обучаться. В то же время, несмотря на свою простоту, экспертная система байесовского типа может применяться в процессе анализа проблемной ситуации и может помочь при принятии решений.

ЦЕНОВАЯ И КОЛИЧЕСТВЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ НА ВЕРТИКАЛЬНО СВЯЗАННЫХ РЫНКАХ

Давлюсупова Д.Ш.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Работа посвящена рассмотрению двух подходов к анализу ценовой и количественной конкуренции на вертикально связанных рынках. Цель работы состоит в анализе моделей описывающих конкуренцию Бертрана и Курно на вертикально связанных рынках.

В теории олигополии широко известен факт, – что одноуровневый рынок является более конкурентным и эффективным, когда характеризуется конкуренцией по Бертрану, а не конкуренцией по Курно. В частности, конкуренция по Бертрану приводит к снижению цен и прибыли, а также росту производства и потребительского и общего благосостояния, нежели конкуренция по Курно. Первыми к такому выводу пришли Сингх и Вивес [3].

Однако, есть работы показывающие, что стандартные выводы о ценовой и количественной конкуренции могут быть изменены при рассмотрении вертикально связанного рынка. В частности, в работе Алипранти [1], доказывається, что конкуренция по Курно эффективнее, чем конкуренция по Бертрану она дает более высокую производительность и более низкие цены. Следовательно конкуренция Курно предпочтительнее конкуренции Бертрана с точки зрения потребителей и общего благосостояния. Такое отличие от стандартных результатов обусловлено тем, что вышестоящий монополист имеет сильный стимул для повышения агрессивности нижестоящих компаний, в случае количественной конкуренции, нежели при ценовой конкуренции.

В статье Алипранти [1], вышестоящая фирма U производит с нулевыми предельными издержкам некоторый вход, который две нижерасположенные фирмы, D_1 и D_2 , используют в соотношении один к одному в производстве своих конечных товаров. Нижестоящие компании, не имеют никаких других затрат, кроме затрат на получение входа от U . Потребительский обратный и прямой спрос на товары фирм следующие:

$$p_i = a - q_i - \gamma q_j \text{ и } q_i = \frac{(a - p_i) - \gamma(a - p_j)}{1 - \gamma^2}, \quad i, j = 1, 2, \quad i \neq j,$$

где p_i и q_i – соответственно цена и количество D_i , а $\gamma \in (0; 1)$ является мерой замещения среди продуктов нижерасположенных фирм.

Последовательность действий следующая. Во-первых, U заключает с каждым D_i контракт с двухчастным тарифом, то есть с оптовой ценой w_i и фиксированной платой F_i . Во-вторых, D_1 и D_2 определяют свои цены (конкуренция по Бертрану) или количества (конкуренция по Курно) после того, как узнают контракты друг друга (предполагается, что контракты являются промежуточными наблюдаемыми). Важно отметить, что U ведет переговоры с

нижестоящими фирмами одновременно и отдельно. Равновесные w_i, F_i находятся как решение максимизации общего продукта по Нэшу:

$$\max_{w_i, F_i} [\pi_U^M(w_i, w_j^{M*}) + F_i + F_j^{M*} - d(w_j^{M*}, F_j^{M*})]^\beta [\pi_{D_i}^M(w_i, w_j^{M*}) - F_i]^{1-\beta},$$

где $M = C, B$, обозначает режим конкуренции.

Максимизируя по F_i и проведя некоторые преобразования можно получить выражение: $\max_{w_i} [\pi_U^M(w_i, w_j^{M*}) + \pi_{D_i}^M(w_i, w_j^{M*}) - w_j^{M*} q_j^{mon}]$, из

которого можно получить w_i . Далее вычисляются $q_i^{C*}, p_i^{C*}, \pi_{D_i}^{C*}, \pi_U^{C*}$ и $q_i^{B*}, p_i^{B*}, \pi_{D_i}^{B*}, \pi_U^{B*}$.

Следует обратить внимание на то, что при конкуренции Курно равновесные оптовые цены ниже предельных издержек U , т.е. U субсидирует через оптовые цены нижестоящее производство. В отличие от этого, при конкуренции по Бертрону, такого субсидирования нет – равновесные оптовые цены превышают предельные издержки U . Более конкретно, в первом случае, уменьшая начальную цену, взимаемую с D_i , это приводит к увеличению выпуска D_i и уменьшению выпуска D_j (стратегические субституты), что приводит к значительно большей валовой прибыли для D_i , которую U может извлечь из более высокой F_i . Однако во втором случае снижение входной цены, взимаемой с D_i , приводит к уменьшению как цен D_i , так и D_j (стратегические комплементы), что приводит к относительно меньшему увеличению прибыли D_i , которую U может извлечь из F_i . Другими словами, стимулы U вести себя оппортунистически более выражены для конкуренции по Курно, чем для конкуренции по Бертрону. Автор выдвигает и доказывает три следующих предложения:

1. Равновесные оптовые цены и конечные цены выше по Бертрону, чем при конкуренции по Курно, в то время как для равновесного выпуска имеет место обратное.

2. Равновесные доходы нижестоящих фирм выше по Курно, чем при конкуренции по Бертрону, в то время как для равновесных прибылей вышестоящей фирмы происходит противоположное.

3. Излишек потребителей, а также общее благосостояние выше по Курно, чем при конкуренции по Берtrandу.

Этим доказывается, что рынок с конкуренцией по Курно более эффективен, чем рынок с конкуренцией по Бертрону, так как для потребителей цены ниже, а объем производства выше, чем при конкуренции по Бертрону.

Другими словами, на вертикально связанном рынке с вышестоящим монополистом конкуренция Курно более желательна для общества, чем конкуренция Бертранда.

В статье Розановой О. [2], обобщается результат, полученный Алипранти по трем направлениям: во-первых, спрос имеет общий вид (вместо линейного). Во-вторых, предполагается произвольное количество ретейлеров (а не только два). В-третьих, конкуренция на вышестоящих уровнях разрешена. Предполагается, что есть $K \geq 1$ вышестоящих фирм, производящих продукцию-заменитель при постоянных предельных издержках c . Каждая такая фирма, продает свою продукцию $M \geq 1$ нижестоящим компаниям. Предполагается, что $\max(K, M) \geq 2$. Всего существует $N = M \times K$ нижестоящих производителей. У таких фирм нет других затрат, кроме расходов на вход со стороны вышестоящих производителей. Итак, автор рассматривает модель эксклюзивных контрактов: каждая вышестоящая компания i , имеет эксклюзивные контракты с M нижестоящими фирмами. Следует заметить, что если $K = 1$, то это ситуация из Алипранти со структурой рынка с произвольным числом нижестоящих фирм (а не только с двумя). Если $M = 1$, то суть сводится к случаю конкурирующих вертикальных структур.

Структура следующая: на первом этапе игры каждый вышестоящий производитель $k = 1, \dots, K$ одновременно и отдельно договаривается с каждым из своих ретейлеров $m = 1, \dots, M$ о компонентах контракта с двухчастным тарифом, то есть об оптовой цене w^{km} и фиксированной плате F^{km} . На втором этапе нижестоящие фирмы одновременно выбирают цены или количества (в зависимости от режима конкуренции) при наблюдении условий контракта друг друга.

Пусть $p = (p^1, \dots, p^N)$, $q = (q^1, \dots, q^N)$, $w = w^1, \dots, w^N$. Тогда обратная функция спроса для товара i – это $p^i = D^i(q)$. Функция прямого спроса для товара i – это $q^i = Q^i(p)$.

Здесь также вводятся предложения, что цены как стратегические комплименты, а количество как стратегические субституты.

В отличие от Алипранти [1], здесь рассматриваются соотношения равновесных цен нижестоящей фирмы (Бертран) и оптовых цен $\frac{dp^{*Bi}}{dw^i}$, $\frac{dp^{*Bj}}{dw^i}$, а также равновесного количества нижестоящей фирмы (Курно) и оптовых цен

$\frac{dq^{*Ci}}{dw^i}, \frac{dp^{*Cj}}{dw^i}$. Далее выдвигается предложение 1, в котором излагается основной результат работы:

(1) Если у нижестоящих фирм ценовая конкуренция, то равновесные оптовые цены в симметричном равновесии $w^{*Bl} = w^{*B} \forall l = 1, \dots, N$, устанавливаются выше предельных издержек производства, т.е. $w^{*B} > c$.

(2) Если у нижестоящих фирм количественная конкуренция, то равновесные оптовые цены в симметричном равновесии $w^{*Cl} = w^{*C} \forall l = 1, \dots, N$, устанавливаются ниже предельных издержек производства, т.е. $w^{*C} < c$.

Как и у Алипранти, на первом этапе игры равновесия w^i, F^i находятся как решение максимизации общего продукта по Нэшу между вышестоящей компанией k и нижестоящей фирмой i :

$$\max_{w^i, F^i} \left[\pi_U^{Sk}(w) + F^i + \sum_{m \neq i} F^m - P_U^S \right]^\beta \left[\pi_D^{Si}(w) - F^i - P_D^S \right]^{1-\beta}.$$

Далее находятся $\pi_U^{Ck}(w)$, $\pi_D^{Ci}(w)$ и $\pi_U^{Bk}(w), \pi_D^{Bi}(w)$.

Равновесное w^i находится из

$$\max_{w^i} \Pi^S = \pi_U^{Sk}(w) + \pi_D^{Si}(w) + \sum_{m \neq i} F^m - P_U^S - P_D^S, \quad m = 1, \dots, M.$$

Далее доказывается, что $w^{*B} > c$ для конкуренции по Бертрону и, что $w^{*C} < c$ для конкуренции по Курно.

Таким образом, работа Розановой доказывает, что в общем случае равновесные оптовые цены устанавливаются ниже предельных издержек в случае конкуренции по Курно и выше в случае Бертрона. Это показывает возможность того, что более жесткий режим конкуренции (как Бертрона) дает более высокие цены (и более низкий выпуск), чем относительно более мягкий режим конкуренции (как Курно), что согласуется с выводами Алипранти.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Alipranti M., Milliou C., Petrakis E. Price vs. quantity competition in a vertically related market // Economics Letters. 2014. 124. P.122-126.
2. Rozanova O. Price vs. quantity competition in vertically related markets. Generalization // Economics Letters. 2015.135. P. 92-95.
3. Singh N., Vives X. Price and quantity competition in a differentiated duopoly // Rand J. Econ. 1984. 15. P. 546-554.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ И ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Корчемный П.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Приоритетной задачей экономических реформ, проводимых в Российской Федерации, является обеспечение продовольственной безопасности государства и качественного развития агропромышленного комплекса (АПК). Принята «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы» [1]. В связи с этим является актуальным проведение анализа современного состояния сельского хозяйства в регионах России с целью повышения его конкурентоспособности и обеспечения устойчивости развития сельских территорий.

В работе на основе данных Федеральной службы государственной статистики проведено нейросетевое моделирование динамики развития сельского хозяйства в регионах РФ за период 2010 – 2015 гг. на основе следующих показателей [2]:

- Y – Продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (млн. руб.);
- X1 – Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве (%);
- X2 – Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в животноводстве (%);
- X3 – Посевные площади сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий (тыс. га);
- X4 – поголовье крупного рогатого скота в хозяйствах всех категорий (тыс. голов);
- X5 – Производство скота и птиц на убой (в убойном весе) в хозяйствах всех категорий (тыс. т).

В качестве инструмента проведения исследований использована нейронная сеть – многослойный персептрон [3], реализованный на базе аналитической платформы Deductor [4]. Эта сеть представляет собой многослойную нейронную сеть прямого распространения, основанную на обучении с учителем.

В результате исследований на основе данных за период 2010 – 2015 гг. были созданы полносвязные нейронные сети, состоящие из следующих компонентов:

- Входной слой, включающий в себя пять входных нейронов (множество сенсорных элементов);
- Два скрытых слоя, на первом из них содержатся три вычислительных нейрона, а на втором – четыре вычислительных нейрона;
- Выходной слой, в котором находится один нейрон.

На рис. 1 представлена структура многослойного персептрона, который построен на основе данных за 2015 г.

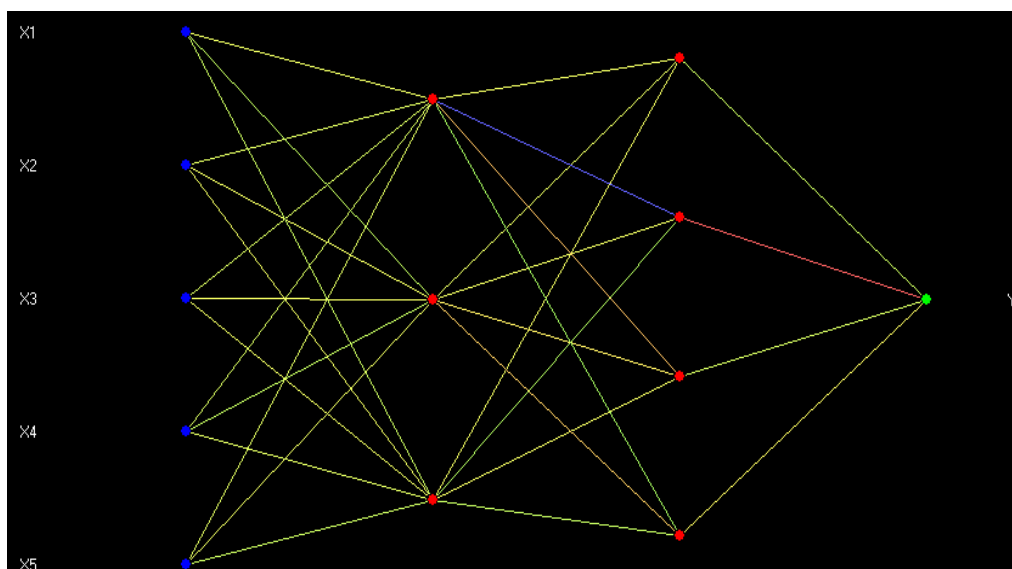


Рис. 7. Граф многослойного персептрона

Как показали исследования, архитектура данной нейронной сети (рис. 1), является оптимальной, так как значения ошибок в процессе обучения нейросети в зависимости от выбора количества скрытых слоев и числа нейронов на них являются минимальными (табл. 1).

Таблица 1

Значения ошибок обучающегося множества в многослойном персептроне

Ошибки обучающегося множества	Нейросеть [5 x 4 x 1]	Нейросеть [5 x 3 x 4 x 1]
Среднее значение	0.000581208430114953	0.000509406340887431
Максимальное значение	0.00678138232277492	0.00469653497935366

В качестве примера на рис.2 приведен график зависимости продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (Y) от рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в животноводстве (X2) в 2015 г.

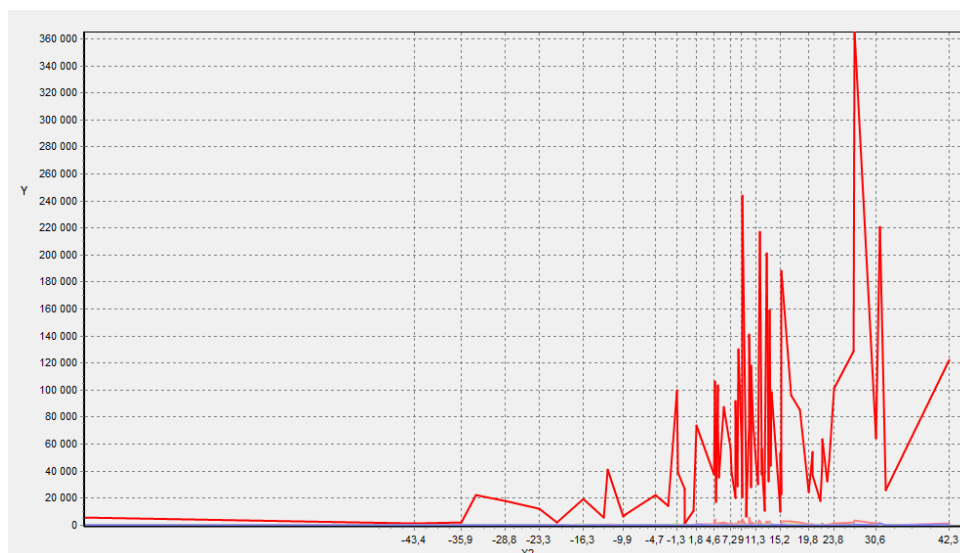


Рис. 8. Зависимость продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (Y) от рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в животноводстве (X2) в 2015 г. (%)

Из рис. 2 следует, что минимальное значение (–71.7%) рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в животноводстве в 2015 г., имеет Чукотский автономный округ. Данный регион также оказывает наименьший вклад в зависимый показатель Y со значением 1138 млн. руб.

В свою очередь, наибольшее влияние на формирование показателя «Продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий» имеет Краснодарский край (365753 млн. руб.), со значением рентабельности 27.1%.

Максимальное значение рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в животноводстве, принадлежит Курской области (42.3%). При этом вклад в выходной параметр нейросети Y является среднестатистическим и имеет величину 122168 млн. руб.

В табл. 2 представлены статистические данные исследуемых показателей по Нижегородской области.

Таблица 2

Статистика показателей по Нижегородской области

Нижегородская область	
Max Y	103624
Min Y	73587
Среднее значение по Y	88605.5
Min X2	5.2
Max X2	5.3
Среднее значение по X2	5.25

Из табл. 2 видно, что по итогам 2015 г. Нижегородская область находится на стабильном уровне средних значений показателей по всем регионам Российской Федерации.

Поскольку одной из важных целей экономической политики является стимулирование экономического роста, поддержание его темпов на оптимальном и стабильном уровне, было проведено эконометрическое моделирование [5] на основе данных Федеральной службы государственной статистики [2].

По итогам эконометрического моделирования модель экономического роста типа Кобба-Дугласа для сельского хозяйства регионов России имеет вид:

$$Y = 1049.242 \cdot K^{0.026009621} \cdot L^{0.581385015}, \quad (1)$$

где Y – продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (млн. руб.), K – основные финансовые показатели организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве и животноводстве (сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) организаций) (млн. руб.), L – посевные площади сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий (тыс. га).

Следует отметить высокое на уровне значимости 5% (по данным регрессионного анализа и оценки ряда остатков) качество модели (1). Коэффициенты модели и характеристики регрессии представлены в табл. 3.

Таблица 3

Регрессионный анализ

Переменная	Коэффициент
$\ln A_0$	6.95582287344565 (0.167147397011474)
$\ln K$	0.0260096206326431 (0.0124087975731203)
$\ln L$	0.581385014975376 (0.029749573159824)
R-квадрат	0.866964593
F-критерий	254.1550406
Ошибка аппроксимации	0.031855529
DW	1.823390881
Критерий Уайта	0.003977437
Число наблюдений	81

Проведённые исследования имеют практическую значимость. Результаты работы могут быть использованы для стратегического планирования развития сельского хозяйства на последующие периоды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Электронный ресурс: <http://www.gosprog.ru/gp-razvitiya-selskogo-hozyaystva/>
2. Электронный ресурс: <http://www.gks.ru>
3. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 1. Нейронные сети, обучаемые с учителем: Учебное пособие. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского университета, 2012. 130 с.
4. Электронный ресурс: <http://www.basegroup.ru>
5. Болдыревский П.Б., Зимина С.В. Эконометрика: Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2017. – 178 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ МОДЕЛИ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ «ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Костерина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Целью научно-исследовательской работы является анализ взаимосвязей между факторами, о которых зависит успех инновационной производственной деятельности, выполняемой в условиях конкуренции. Ставится задача статистического анализа значимых факторов, управление которыми определяет стратегию поведения предприятия на рынке. В качестве исходного числового материала для проведения эконометрического исследования использованы протоколы деловой игры «Инновационные технологии», содержащие экономические показатели деятельности конкурирующих предприятий на рынке инноваций.

Описание предметной области. В качестве числового материала для проведения эконометрического исследования использованы результаты моделирования инновационной деятельности конкурирующих предприятий. Моделирование инновационной деятельности предприятий выполнено с применением деловой игры «Инновационные технологии» (разработчик компания КонСи [7]).

В деловой игре реализована модель олигополии, в которой участвуют четыре предприятия. Интересы одного из предприятий представляет игрок

(студент), поведение трех других предприятий имитируется программой на основе теоретико-игровой модели конкуренции.

Игра имитирует конкуренцию в условиях спроса, изменяющего в соответствии с жизненным циклом инновации. По условиям игры предприятия производят продукты в едином инновационном направлении. При принятии решений игрок должен учитывать диффузионные процессы распространения информации об инновационных продуктах. Процессы распространения информации об инновации определяют уровень глобального спроса на инновационные продукты. Динамика спроса на инновацию описывается диффузионной моделью Ф.Басса. Игрок должен учитывать особенности спроса на этапах жизненного цикла инновации при назначении цены и при принятии решения о внедрении инновационной технологии. Длительность жизненного цикла инновационного направления - 20 периодов (20 раундов игры).

По сценарию деловой игры конкурирующие предприятия внедряют в производство инновационные технологии. Состояние рынка внедряемых инновационных технологий постоянно обновляется. В деловой игре предприятия оценивают целесообразность обновления технологии производства. Для принятия технологического решения игроку предоставляются автоматически вычисленные оценки окупаемости альтернативных инновационных технологий, а также указывается сумма кредита для финансирования внедрения технологий, размер платежа по кредиту на каждом раунде игры.

Каждое предприятие стремится превзойти своих противников, получив наибольшую прибыль от продаж продукта, произведенного с наименьшими затратами. Умение предприятия принимать рациональные и обоснованные решения определяет его успех в данной игре, имитирующей процессы ценовой конкуренции и внедрения инновационных технологий.

Сценарий деловой игры базируется на теоретико-игровой модели ценовой конкуренции [6]. Ценовая модель конкуренции описывает ситуацию, когда предприятия в течение раунда игры изучают конкурентную обстановку и устанавливают для своих продуктов цены, при которых возможно получение максимальной прибыли каждым соперником. Каждый конкурент полагает, что все его противники также выбирают оптимальные цены, при которых они получают максимальную прибыль. В процессе игры на каждом раунде студент устанавливает свое собственное решение – цену, которая, по его мнению, может быть оптимальной. Значение цены вводится вручную. Соперники студента принимают ценовые решения, которые автоматически вычислены на

основе игровой модели конкуренции. При назначении цены игроку следует изучить динамику цен конкурентов и взаимосвязи между различными показателями деятельности, на которые влияет цена продажи продукта.

Умение игрока принимать рациональные и обоснованные решения определяет его успех в данной игре, имитирующей процессы ценовой конкуренции и внедрения инновационных технологий.

Обмен информацией в деловой игре. В деловой игре игроку предоставлена полная информация о деятельности всех конкурентов на каждом раунде игры. Игрок получает значения всех экономических показателей, которыми описывается деятельность конкурентов.

Модель деловой игры описывает ситуацию, когда игроки в течение раунда изучают конкурентную обстановку и устанавливают для своих продуктов цены, при которых возможно получение максимальной прибыли каждым игроком. Изучение игроками конкурентной среды рассматривается как обмен информацией между участниками игры.

Исходные данные для исследования. В рамках текущего исследования решается задача выделения значимых факторов, от которых зависит успех инновационной деятельности предприятия, находящегося в условиях конкуренции. Протокол деловой игры содержит значения всех показателей деятельности каждого конкурирующего предприятия (участника игры) на каждом раунде. Протокол выгружается в отдельный файл формата csv. Данные, извлекаемые из протокола игры, послужили исходной информацией для проведения текущего исследования.

Эконометрический анализ. В рамках данного эконометрического исследования была поставлена задача построения производственной функции для каждого участника игры.

В качестве зависимой переменной был выбран показатель выручки (Y).

Независимыми переменными были выбраны

- Рыночная доля на текущем раунде (x_1)
- Объем продаж (x_2)
- Затраты предприятия в расчете на объем продукции, произведенной на текущем раунде (x_3)
- Торговая наценка для одной единицы продукции (x_4)
- Показатель эффективности ROI (x_5)

На основе числовых данных, выделенных из протокола игры, было уравнение производственной функции, которое отражает зависимость выручки

предприятия на текущем раунде от перечисленных выше показателей. Построение модели выполнено в среде MicrosoftOfficeExcel 2010.

Полученное уравнение регрессии имеет вид (2.4):

$$y = -55536,61 - 54106,1 * x_1 + 250,04 * x_2 + 0,4929 * x_3 + 379,12 * x_4 - 2731,1 * x_5, \quad (2.4)$$

Проведен анализ значимости коэффициентов и корректности построенной регрессионной модели (2.4). Модель проверена на мультиколлинеарность и гетероскедастичность [6].

Результаты исследования. В результате проведенной научно-исследовательской работы получены следующие основные результаты:

1) Исследована деловая игра «Инновационные технологии» и ее математическая модель.

2) Выполнен анализ данных, выделенных из протокола деловой игры и показана их применимость для эконометрического моделирования поведения участников игры.

3) Построена производственная функция, позволяющая установить объем выручки игрока от значимых параметров, анализ которых проводит игрок при принятии решений.

Основной вывод. Деловая игра «Инновационные технологии» может быть применена для изучения базовых понятий конкуренции на рынке инноваций и обучения студентов методам аналитической работы в области инновационной деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Bertrand's price competition in markets with fixed costs. Saporiti Alejandro and Colomaz Germán / Rochester Center for Economic Research Working Paper No. 541 September 2008. P. 1-22
2. Hoernig, S. (2007) Bertrand games and sharing rules, Economic Theory 31, P. 573-585.
3. Hoernig, S. (2002) Mixed Bertrand equilibria under decreasing returns to scale: An embarrassment of riches, Economics Letters 74, P. 359-362.
4. Kaplan, T., and D. Wettstein (2000) The possibility of mixed strategy equilibria with constant returns to scale technology under Bertrand competition, Spanish Economic Review, 2, P. 65-71.
5. Niedrich, Ronald W., Subhash Sharma, and Douglas H. Wedell (2001), "Reference Price and Price Perceptions: A Comparison of Alternative Models," Journal of Consumer Research, 28 (3), P. 339-354.
6. Буреева Н.Н., Петрова О.В. Эконометрика: Учебное пособие, Нижний Новгород, 2001. - 167с.

7. Анализ инноваций и инновационных технологий [Электронный ресурс] / ООО "КонСи" - офиц. сайт. - 2017. - Режим доступа: <http://www.innovation-analysis.ru/001-business-game-analysis-innovations.html>, свободный.

ПРИМЕНЕНИЕ ЧИСЛЕННЫХ МЕТОДОВ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ НА ПРИМЕРЕ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ О МОДЕЛИРОВАНИИ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ

Куликова Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

При решении задач, встречающихся в различных дисциплинах (экономика, физика и т.д.), используют математические модели. Говоря о математической модели, имеют в виду упрощенное представление задачи; целью является её приближенное решение. Для решения сложных задач используются не аналитические, а численные методы решения. Для увеличения скорости вычисления и упрощения ручного счета часто приходится прибегать к языкам математического программирования.

Численное решение всегда имеет определённую погрешность, которая может нести в себе вычислительную погрешность [1, стр.199]. Поэтому при решении задач задается некая точность. Эту точность можно увеличить, например, изменяя шаг по оси.

Дифференциальные уравнения часто применяются для описания различных динамических процессов в экономике, рекламе и маркетинге. Рассмотрим, как с помощью обыкновенных дифференциальных уравнений можно смоделировать рекламную кампанию. А затем решим данное дифференциальное уравнение с помощью численного метода Рунге-Кутты.

Задача состоит в том, что необходимо рассчитать, каково будет число потенциальных покупателей некой продукции при заданных условиях. Даны следующие условия:

- рекламная активность $q(t)$ и осведомленность потребителей $A(t)$ описывается следующим дифференциальным уравнением (1).

$$\frac{dA}{dt} = bq(t) - kA \quad (1)$$

- b — некоторая постоянная, описывающая эффективность рекламы, k — константа, соответствующая скорости "забывания". Скорость забывания —

скорость, с которой покупатели забывают фирму и продукцию, если не видят ее рекламу.

- Рекламный бюджет составляет \$12,000.
- Коэффициенты: $k = \frac{1}{4}$, $b = 25$.

В результате аналитического решения дифференциального уравнения получаем решение: $A_{\max} = \frac{bq_0}{k} = 100000$

На практике используются методы Рунге-Кутты, обеспечивающие построение разностных схем различного порядка точности. Мы рассмотрим метод Рунге-Кутты четвертого порядка. [1, стр.199]

Предварительно введем некоторые понятия и определения. Сеткой на отрезке $[a;b]$ называется фиксированное множество точек этого отрезка ω_N . Функция, определенная в данных точках, называется сеточной функцией. Координаты точек x_i удовлетворяют условиям (2)

$$a = x_0 < x_1 < x_2 \dots < x_{N-2} < x_{N-1} < x_N = b. \quad (2)$$

Точки $x_i \in \omega_N$ являются узлами сетки. Равномерной сеткой на $[a;b]$ называется множество точек $\omega_h = \{x_i = a + ih\}, i = 0, 1, 2, \dots, N$, где $h = (b - a) / N$ шаг сетки.

Рассмотрим задачу Коши для системы обыкновенных дифференциальных уравнений первого порядка. (Далее $y, f, k_i \in \mathbb{R}^n$, а $x, h \in \mathbb{R}^1$).

$$y' = f(x, y), \quad y(x_0) = y_0.$$

Тогда по итерационной формуле (3) будем находить приближенное значение в последующих точках:

$$y_{n+1} = y_n + \frac{h}{6}(k_1 + 2k_2 + 2k_3 + k_4) \quad (3)$$

Дальнейшие вычисления проходит в четыре этапа, путем вычисления k_1, k_2, k_3, k_4 по формулам 4-7 соответственно:

$$k_1 = f(x_n, y_n), \quad (4)$$

$$k_2 = h \cdot f\left(x_n + \frac{h}{2}, y_n + \frac{K_1}{2}\right), \quad (5)$$

$$k_3 = h \cdot f\left(x_n + \frac{h}{2}, y_n + \frac{K_2}{2}\right), \quad (6)$$

$$k_4 = h \cdot f(x_n + h, y_n + k_3), \quad (7)$$

здесь h — величина шага сетки по x .

Этот метод имеет четвёртый порядок точности. Это значит, что ошибка на одном шаге имеет порядок $O(h^5)$, а суммарная ошибка на конечном интервале интегрирования имеет порядок $O(h^4)$. [1]

Реализуем численное решение нашей задачи об осведомленности потребителей в Microsoft Office Excel.

Необходимо найти решение уравнения (8):

$$\frac{dA}{dt} + \frac{A}{4} = 25000 \quad (8)$$

Условие Коши: $A(t=0) = 0$. Пусть шаг $h=1$, что означает один месяц. $i = 1, 2, \dots, 12$ (по условиям задачи период рекламирования 1 год, т.е. 12 месяцев).

Составлена таблица в Microsoft Office Excel (рис.1.).

	A	B	C	D	E	F	G
1	i	ti	A (ti)	k1	k2	k3	k4
2	0	0	0,00	25000,00	21875,00	22265,63	19433,59
3	1	1	22119,14	19470,21	17036,44	17340,66	15135,05
4	2	2	39345,72	15163,57	13268,12	13505,06	11787,31
5	3	3	52761,92	11809,52	10333,33	10517,85	9180,06
6	4	4	63210,58	9197,35	8047,69	8191,39	7149,51
7	5	5	71348,08	7162,98	6267,61	6379,53	5568,10
8	6	6	77685,64	5578,59	4881,27	4968,43	4336,48
9	7	7	82621,39	4344,65	3801,57	3869,46	3377,29
10	8	8	86465,39	3383,65	2960,70	3013,57	2630,26
11	9	9	89459,13	2635,22	2305,82	2346,99	2048,47
12	10	10	91790,68	2052,33	1795,79	1827,86	1595,37
13	11	11	93606,51	1598,37	1398,58	1423,55	1242,49
14	12	12	95020,69	1244,83	1089,22	1108,67	967,66
15							
16		h= 1					

Рис 1 - Скриншот окна Excel с реализацией метода Рунге-Кутты с шагом $h=1$

Зная результаты обоих способов решения данной задачи (аналитического и численного), мы можем посчитать погрешность вычисления при счете методом Рунге-Кутты:

$$\delta = \frac{100000 - 95020,69}{100000} * 100\% = 0,0148\%$$

Реализовав метод Рунге-Кутты при решении задачи о зависимости осведомленности потребителей от времени при постоянном рекламировании нового продукта в течение года, можем сделать такой вывод: так как погрешность вычисления близка к погрешности метода Рунге-Кутты, то расчет выполнен верно.

В данной работе показано, как с помощью численных методов можно решать задачи различных областей знаний, в том числе и экономические задачи на примере решения задачи о моделировании рекламной компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Численные методы решения прикладных задач: учеб. пособие / Л.Ю. Катаева и [др.]; Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. – Нижний Новгород, 2014. – 283 с.
2. Высшая математика. URL:: <http://www.math24.ru/моделирование-рекламной-кампании.html> (дата обращения 23.10.2017 г.)

ОЦЕНКА ОТДАЧИ ОТ ИНВЕСТИЦИЙ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ НА ОСНОВЕ УРАВНЕНИЯ МИНЦЕРА

Куницина Т.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время теория экономического роста называет человеческий капитал одним из основных его факторов, потому что именно человеческий капитал способен обеспечить экономический рост не только благодаря повышению производительности труда, но и с помощью реализации новых идей и инноваций.

К вопросу о стоимости свойств человека обращался еще в XVII в. В. Петти, считающий, что богатство общества зависит от рода занятий людей и их способности к трудовой деятельности. Концепция человеческого капитала зародилась в работах Адама Смита, который включал мастерство и знания людей в основной капитал. Похожих взглядов придерживались и многие другие ученые и экономисты XIX-XX вв. Основоположниками современной версии концепции человеческого капитала можно считать представителей чикагской школы – Т.У.Шульца, Г.Беккера, Дж.Минцера [1,2].

Человеческий капитал достаточно давно является объектом изучения экономической теории, поэтому существуют различные его трактовки. Можно выделить некоторые из основных подходов: большинство ученых при определении человеческого капитала упоминают набор навыков, умений и способностей человека, причем одни упоминают те, которые получены через непосредственное обучение, а другие считают, что человеческий капитал накапливается через инвестиции и вложения в человека. Некоторые исследователи включают в него также социальные, психологические, мировоззренческие и культурные характеристики людей.

В современной экономике считается, что человек (с его образованием и опытом, навыками и квалификацией) является важнейшим и одновременно недоиспользованным ресурсом. Человеческий капитал можно рассматривать

как на макроуровне (уровень отдельных стран и государств), так и на микроуровне (уровень отдельного человека).

На микроуровне рассматривают человеческий капитал каждого отдельного человека, далее можно просуммировать отдельные оценки для получения общей оценки человеческого капитала фирмы, организации. Были выделены несколько основных групп способностей, которые необходимы для полноценной жизнедеятельности человека: капитал здоровья, трудовой капитал, организационно-предпринимательский капитал, интеллектуальный капитал, культурно-нравственный капитал.

В данной работе был рассмотрен подход к оценке человеческого капитала на микроуровне, который заключается в оценке влияния различных форм человеческого капитала на величину доходов индивида, а именно – на заработную плату. Решение этой проблемы было найдено Дж. Минцером в 1974 году. Он предложил рассмотреть некоторые формы человеческого капитала, в том числе продолжительность обучения, профессиональный опыт на протяжении жизни и продолжительность работы в определенной фирме (специфический человеческий капитал).

Существует ряд критических замечаний к данной модели, например, в ней не учитываются показатели здоровья человека, а это одна из основных форм человеческого капитала. Ведь ухудшение здоровья многократно снижает эффективность «функционирования» и других форм человеческого капитала, в основном – капитала образования. Поэтому в уравнение Минцера часто включают и набор социально-демографических или трудовых характеристик индивида. Для этой цели можно использовать такие факторы, как пол, показатель здоровья [4], место жительства, семейное положение, сектор работы (государственный или частный), количество сотрудников на предприятии, количество подчиненных, продолжительность рабочей недели и т.д.

Настоящее исследование посвящено построению модели Минцера в виде:

$$\ln W = \beta_0 + \beta_1 SCH + \beta_2 EXP + \beta_3 EXP^2 + \beta_4 AG \quad , \quad \text{где}$$

-*SCH* – число лет обучения, скорректированное по 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, которые характеризуют 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»).

А также модель с включением переменной «пол»:

$$\ln W = \beta_0 + \beta_1 SCH + \beta_2 EXP + \beta_3 EXP^2 + \beta_4 AG + \beta_5 S, \quad \text{где}$$

- S – пол респондента.

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; 99999997 – затрудняюсь ответить; 99999998 – отказ от ответа; 99999999 – 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).

Репрезентативная выборка изученной модели включает в себя индивидов от 18 до 83 лет с постоянным месячным заработком от 1000 до 100000 рублей. Данные были представлены в виде, необходимом для построения эконометрической регрессионной модели.

В результате моделирования и дальнейшего анализа модели были сделаны выводы о значимости модели в целом, о значимости отдельных включаемых в нее факторов, проанализирована зависимость величины

заработной платы от пола (гендерная дискриминация) и существование специфики человеческого капитала, определяемой полом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кузнецов Ю.А., Мичасова О.В. Обобщенная модель экономического роста с учетом накопления человеческого капитала//Вестник Нижегородского государственного университета им. Лобачевского, 2010. №1, 2.
2. Нестерова Д., Сабирьянова К. Инвестиции в человеческий капитал в переходный период в России. 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. – М.:ИНФРА-М, 2005. – 256 с. – (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).

ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ КОМПАНИИ С ПОМОЩЬЮ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ

Курочкин С.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Цель данной работы смоделировать функцию спроса на лизинговые услуги «Приволжской лизинговой компании» с применением современных информационных технологий для принятия управленческих решений

В данной работе смоделирована функция спроса по семи показателям. Показатели взяты с официального сайта ПЛК.

X_1 - средняя ставка по привлеченным для финансирования сделок кредитов ПЛК за период: янв.2007-дек.2011гг., %

X_2 - издержки на маркетинг и расходы на рекламу ПЛК за период, дек. 2006 – нояб. 2011г. тыс. руб.

X_3 - средняя ставка по краткосрочным кредитам нефинансовым организациям в рублях по России в целом (без учета Сбербанка), янв. 2007 – дек. 2011гг., %

X_4 - количество действующих кредитных организаций на начало месяца, янв. 2007-дек. 2011гг., шт.

X_5 – финансовый результат деятельности крупных и средних организаций, сальдо прибылей (+) и убытков (-) (нарастающим итогом с начала года), янв. 2007-дек. 2011гг., тыс. руб.

X_6 - объем выданных кредитов в рублях предприятиям и организациям, янв. 2007-дек. 2011гг., тыс. руб.

X_7 - индексы цен производителей промышленных товаров по РФ в янв. 2007-дек. 2011гг., %

В рамках данной работе была построена линейная модель и получены результаты, представленные ниже.

Таблица 1.

Модель с нулевым значением константы

R-квадрат	0,724457
Нормированный R-квадрат	0,672433
F	19,15562
Fтабл	2,4322
t-статистика	
b0	#Н/Д
b1	-0,90501
b2	0,186727
b3	-1,92057
b4	1,614868
b5	-0,29077
b6	0,51883
b7	-0,45105

Модель с нулевым значением константы получилась с более высоким коэффициентом детерминации, следовательно, стоит строить функцию спроса в таком виде для того, чтобы получить действительно качественную модель. В дальнейшем в работе проводится исследование модели спроса в виде

$$y = \alpha_1 x_1 + \alpha_2 x_2 + \alpha_3 x_3 + \alpha_4 x_4 + \alpha_5 x_5 + \alpha_6 x_6 + \alpha_7 x_7 + \varepsilon$$

Проверим модель на наличие мультиколлинеарности.

Мультиколлинеарность-тесная корреляционная взаимосвязь между отбираемыми для анализа факторами, совместно воздействующими на общий результат, которая затрудняет оценивание регрессионных параметров.

Определим, присутствуют ли в данной модели ее признаки.

Из матрицы корреляций видно, что существует сильная корреляционная зависимость между x_1 и x_3 , x_1 и x_5 , x_2 и x_4 , x_4 и x_6 , x_5 и x_6 , x_5 и x_7 .

Таблица 2.

Коэффициенты корреляции

	Y	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
y	1							
x1	-0,65994	1						
x2	0,125437	-0,21696	1					
x3	-0,63804	0,878813	-0,25143	1				
x4	0,066483	0,05193	-0,30824	0,285751	1			
x5	0,164198	-0,33683	0,240916	-0,28138	-0,316520968	1		
x6	-0,15206	0,091761	0,235978	-0,06696	-0,93007235	0,331144	1	
x7	0,190173	-0,14879	0,016458	-0,28251	0,014806909	-0,33205	-0,125135295	1

$\det(R) = 0,00637145$ стремится к 0.

Часть признаков, говорящих о наличии мультиколлинеарности, подтвердилась, следовательно, она в данной модели присутствует.

Таблица 3.

Основные характеристики модели после исключения переменной x_3 , x_6 , x_5 и x_2 и x_4

R-квадрат	0,698643618
Нормированный R-квадрат	0,675405111
F	64,91325
Fтабл	2,4322
t-статистика	
b0	#Н/Д
b1	-6,547263898
b2	8,564177773
tтабл	2,01669

На данном этапе можем говорить о том, что мультиколлинеарность из модели удалена, поскольку при высоком коэффициенте детерминации все коэффициенты модели значимы.

С учетом полученных оценок для коэффициентов модель имеет вид:

$$y = -21522x_1 + 4525x_7$$

- X_1 -Средняя ставка по привлеченным для финансирования сделок кредитов ПЛК за период, янв. 2007-дек. 2011гг., %;
- X_7 -Индексы цен производителей промышленных товаров по РФ в янв. 2007-дек. 2011гг., %

В ходе выполнения работы была построена функция спроса, представляющая собой регрессионную модель, достаточно хорошо описывающую поведение исходного набора статистических данных, поскольку данная регрессия объясняет 69,8% разброса данных. Модель является значимой в целом, и значимы все оценки ее коэффициентов. В построенной модели отсутствует автокорреляция. Таким образом, данная модель может быть использована с достаточно высокой степенью точности для получения выводов экономического характера, в частности, для принятия управленческих решений ООО «Приволжской лизинговой компанией».

Коэффициент при первом факторе X_1 цены лизинговой услуги – ставки по привлекаемому кредиту (%) составляет -21522тыс. руб. Поскольку регрессия является линейной, это означает, что при увеличении средней ставки привлекаемых кредитов на 1%, объем спроса сократится. Поскольку на ставки по привлекаемым кредитам «Приволжская лизинговая компания» повлиять не может, то для того, чтобы не терять клиентов в условиях повышения ставок по кредитам, компании целесообразно понижать собственную маржу, для того, чтобы иметь возможность создавать новый бизнес. Это приведет к снижению прибыли, однако к сохранению показателей количества и объема профинансированных проектов. Также важной рекомендацией здесь будет налаживание контактов с поставщиками наиболее востребованных предметов лизинга, сотрудничество с ними, получение скидок с целью снизить удорожание.

Кроме первого фактора, характеризующего процентную ставку по привлекаемым кредитам, в модели присутствует фактор (X_7), отражающий инфляцию, с положительным коэффициентом, что говорит о возможном увеличении спроса на предметы лизинга при росте индекса потребительских цен, то есть «Приволжской лизинговой компании» не стоит оставлять без внимания и уровень инфляции как фактор спроса на свою продукцию.

Коэффициенты при других факторах оказались незначимы. В отношении этих факторов рассматриваемой компании можно рекомендовать следующее: поскольку кредит является некой альтернативой лизингу, следует так или иначе учитывать среднюю ставку по выдаваемым кредитам нефинансовым организациям по стране в целом, однако данный фактор не является существенным, поскольку он частично (с точки зрения динамики) учтен в средней ставке привлеченных данной компанией кредитов за исследуемый период.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Белоглазовой Г, Кроливецкой Л. Банковское дело, ПИТЕР, 2008.-256с.
2. Буреева Н.Н, Петрова О.В. Эконометрика, Нижний Новгород, 2006.16-144с.
3. Доугерти К. Введение в эконометрику, Москва, ИНФРА-М, 2004.-432с.
4. Печерских И. А, Семенов А. Г. Математические модели в экономике. – Кемерово, КемТИПП, 2011.-191с.
5. Под редакцией .Елисеевой. Эконометрика, Москва, «Финансы и статистика», 2003.-342с.
6. Рожкова В.Е. Краткий словарь бизнесмена, Нижний Новгород 1992.-84с.
7. Федеральный закон от 29 октября 1998 года № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)».
8. Агентство экономической информации «ПраймТАСС». [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.1prime.ru/>, свободный.
9. Приволжская лизинговая компания. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.plk-nn.ru/>, свободный.
10. Центральный банк Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>, свободный.
11. Экономическая теория. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.grandars.ru/>, свободный.

ЗАДАЧА О РЮКЗАКЕ И ЕЁ ОБОБЩЕНИЯ

Лисова С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Многие задачи принятия решений в экономике и бизнесе могут быть сформулированы в виде задач дискретной оптимизации, то есть задач выбора наилучшего варианта из конечного множества. Наиболее простую форму имеет задача о рюкзаке (ранце) – задача целочисленного линейного программирования с одним ограничением. Её теоретическое значение обусловлено тем, что к задаче о рюкзаке большого размера или к последовательному решению задач о рюкзаке могут быть сведены многие более сложные оптимизационные проблемы, возникающие в экономике и прикладной математике [1]. С практической точки зрения задача о рюкзаке может служить моделью для большого числа ситуаций: размещение грузов в помещении маленького объема; набор портфеля заказов; формирование инвестиционного портфеля; раскрой ткани; расчет оптимальных капиталовложений [2]. Задача о

ранце лежит в основе первого алгоритма асимметричного шифрования – шифрования с открытым ключом [3].

Одно из первых упоминаний рассматриваемой задачи относится к 1897 году, однако её интенсивное изучение началось во второй половине XX века. Во многом данный интерес вызван достаточно простой формулировкой задачи, большим числом ее разновидностей и свойств, и в то же время сложностью решения. В 1972 году задача о рюкзаке вошла в список К. Мэннинга NP-полных задач.

Данная работа посвящена обзору различных постановок задач о рюкзаке и ее модификаций и изучению подходов к их решению.

Приведём классическую постановку задачи о рюкзаке. Даны предметы N типов в количествах m_i , каждый тип характеризуется весом w_i и ценностью p_i . Имеется рюкзак вместимостью C . Необходимо определить, какие предметы в каком количестве необходимо положить в рюкзак, чтобы достичь максимально возможной суммарной ценности:

$$\begin{aligned} \sum_{i=1}^n x_i p_i &\rightarrow \max \\ \sum_{i=1}^n x_i w_i &\leq C \\ x_i &= \overline{0, m_i}, x_i - \text{целые}, i=1, \dots, n. \end{aligned}$$

Если по условию задачи каждого типа предметов имеется по единице ($x_i \in \{0,1\}$ при $1 \leq i \leq n$), речь идет о бинарной задаче о ранце (0-1 Knapsack Problem). Её известной интерпретацией является задача о формировании инвестиционного портфеля. В данном случае под p_i принимается прибыль от реализации i -ого инвестиционного проекта, а w_i – средства, необходимые для инвестирования в i -ый проект, x_i принимает значение 1 или 0 в зависимости от того, реализуется или нет i -ый проект.

В качестве специального случая о бинарном рюкзаке можно сформулировать задачу о сумме подмножеств (Subset-Sum Problem). Требуется найти хотя бы одно непустое подмножество некоторого набора чисел, такое, что сумма чисел этого подмножества равна некоторому заданному числу s :

$$\begin{aligned} \sum_{i=1}^n x_i w_i &\rightarrow \max \\ \sum_{i=1}^n x_i w_i &\leq s \\ x_i &\in \{0,1\}, i = \overline{1, n} \end{aligned}$$

Ограничения в задачах о рюкзаке могут иметь тип равенства, примером такой задачи является задача о размене (Change-Making Problem). Монетная система некоторого государства состоит из монет достоинством w_i . Требуется выдать заданную сумму W наименьшим возможным количеством монет:

$$\sum_{i=1}^n x_i \rightarrow \min$$

$$\sum_{i=1}^n x_i w_i \leq W,$$

$$x_i \geq 0, \text{целое}, i = \overline{1, n}.$$

То, что задача о рюкзаке является NP-полной, означает, что на данный момент не найдено полиномиальных алгоритмов ее решения. Для исследования задачи о рюкзаке могут применяться практически все методы дискретной оптимизации, в частности метод динамического программирования, методы ветвей и границ, приближенные и эвристические подходы [1,2,4].

Рассмотрим теперь некоторые обобщения задачи о рюкзаке. В случае, когда рюкзак имеет несколько параметров, например, объем и вес, задача будет иметь более одного ограничения. Данную задачу называют задачей о многомерном рюкзаке (Multy-dimensional Knapsack Problem), она имеет следующую постановку:

$$\sum_{i=1}^n x_i p_i \rightarrow \max$$

$$\sum_{i=1}^n x_i w_{ij} \leq C_j, 1 \leq j \leq m$$

$$x_i = \overline{0, m_i}, x_i - \text{целые}$$

Еще одним вариантом задачи такого типа является бинарный множественный рюкзак (0-1 Multiple Knapsack Problem), особенность данной задачи заключается в том, что рюкзаков несколько. Следовательно, предмет можно положить в один из рюкзаков. Переменная x_{ij} принимает значение 1, если i -ый предмет кладут в j -ый рюкзак, и 0 в противном случае.

$$\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n p_i x_{ij} \rightarrow \max$$

$$\sum_{i=1}^n w_i x_{ij} \leq C_j, j = \overline{1, m},$$

$$\sum_{j=1}^m x_{ij} \leq 1, i = \overline{1, n}.$$

Обобщением задачи о множественном рюкзаке можно считать обобщенную задачу о назначении (Generalized Assignment Problem). Необходимо назначить набору $I = \{1, \dots, m\}$ работ множество исполнителей $J =$

$\{1, \dots, n\}$ так, чтобы каждую работу выполнял только один сотрудник, затраты ресурсов на выполнение i -ой работы j -ым сотрудником не превышали допустимые значения, и при этом затраты на выполнение всех работ должны быть минимальны:

$$\begin{aligned} \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J c_{ij} x_{ij} &\rightarrow \min \\ \sum_{j=1}^J x_{ij} &= 1 \quad \forall i \in I, j \in J, \\ \sum_{i \in I} d_{ij} x_{ij} &\leq s_j \quad \forall i \in I, j \in J, \\ x_{ij} &\in \{0, 1\} \quad \forall i \in I, j \in J, \end{aligned}$$

где c_{ij} – стоимость исполнения работы i исполнителем j , d_{ij} – количество ресурсов, необходимых для выполнения работы i исполнителем j , s_j – номинальная мощность сотрудника j , x_{ij} – бинарная переменная, в случае, когда работник j выполнит работу i , равняется 1, иначе 0.

Для решения такого рода задач эффективным является применение Лагранжевых релаксаций и последующий переход к двойственной задаче [5]. Данный подход сводит решение задачи о множественном рюкзаке и обобщённой задачи о назначениях к последовательному решению нескольких задач о бинарном ранце [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ковалев М.М. Дискретная оптимизация (целочисленное программирование). – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 192 с.
2. Martelo S., Toth P. Knapsack problems. Algorithms and Computer Implementations — Wiley, 1990.
3. Коблиц Н. Курс теории чисел и криптографии. – М.: Научное издательство ТВП, 2001. – 254 с.
4. Сигал И.Х., Иванова А.П. Введение в прикладное дискретное программирование: модели и вычислительные алгоритмы. – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2007. – 304 с.
5. Мину М. Математическое программирование. Теория и алгоритмы. – М.: Наука, 1990. – 488 с.

АНАЛИЗ ПРОДАЖ ТОВАРОВ И УСЛУГ С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

Новикова А.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время большое внимание уделяется маркетинговым исследованиям в сфере продаж товаров и услуг. Маркетинг является организационной функцией и совокупностью процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям, а также управлением взаимоотношениями с ними с выгодой для организации [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. Исходя из этого определения, для эффективной реализации товаров и услуг необходимо проведение конкретных исследований. Исследования носят целенаправленный характер и включают в себя следующие этапы [1]:

- поисковый: сбор информации;
- описательный: описание заранее выбранных исследуемых факторов;
- каузальный: выявление причинно-следственных связей;
- тестовый: принятие оптимальных решений на основе полученных данных;
- прогнозный: предположение о дальнейшем развитии.

Сбор информации может осуществляться тремя различными способами:

- качественный: основывается на реальных статистических данных;
- количественный: данные собираются путём опросов;
- смешанный: данные собираются на основе проведения тестов и работы тайных покупателей.

Данные, полученные в результате маркетинговых исследований, анализируются с помощью различных компьютерных программ (MS Excel, Deductor, Viscovery SOMine и др.).

В работе для проведения исследований используется программа Deductor – аналитическая платформа для создания законченных прикладных решений в области анализа данных [2]. В неё включен полный набор инструментов для решения задач Data Mining [4]. В данной работе применяется инструмент Data Mining – самоорганизующиеся карты (СОК) Кохонена [5]. СОК Кохонена является особым типом нейронных сетей, состоящих только из входного и выходного слоёв нейронов. Многомерное входное пространство проецируется в нейроны карты (обычно двумерной) с сохранением топологии.

В настоящей работе проведено нейросетевое моделирование торговой деятельности регионов России за 2015 г. на основе показателей, взятых на сайте Федеральной государственной статистики [6]:

X1 – оборот розничной торговли на душу населения, руб.;

X2 – продажа товаров на розничных рынках и ярмарках, млн. руб.;

X3 – оборот оптовой торговли на душу населения, млн. руб.;

X4 – оборот общественного питания, млн. руб.;

X5 – вывоз основных видов пищевых продуктов организациями-производителями и организациями оптовой торговли из субъектов Российской Федерации, т;

X6 – ввоз основных видов пищевых продуктов в субъекты Российской Федерации, т;

X7 – объём бытовых услуг на душу населения, руб.;

X8 – объём услуг связи на душу населения, руб.

В результате исследований было получено распределение регионов России по четырём кластерам (рис. 1).

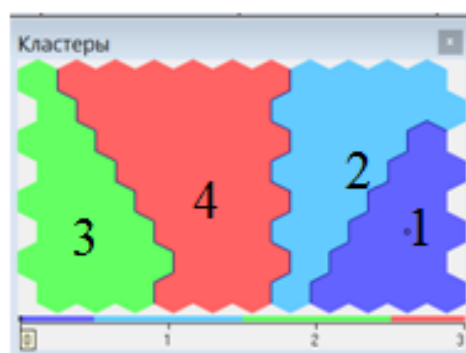


Рис 9. Самоорганизующаяся карта Кохонена за 2015 г.

Кластеры № 1 и № 2 содержат одинаковое количество регионов. Самым многочисленным кластером является кластер № 4, в который вошел 31 регион (табл. 1).

Таблица 1

Распределение регионов РФ по кластерам

Кластер \ Год	№1	№2	№3	№4
2015	16	16	22	31

Наглядное представление распределения регионов по кластерам приведено на рис. 2.

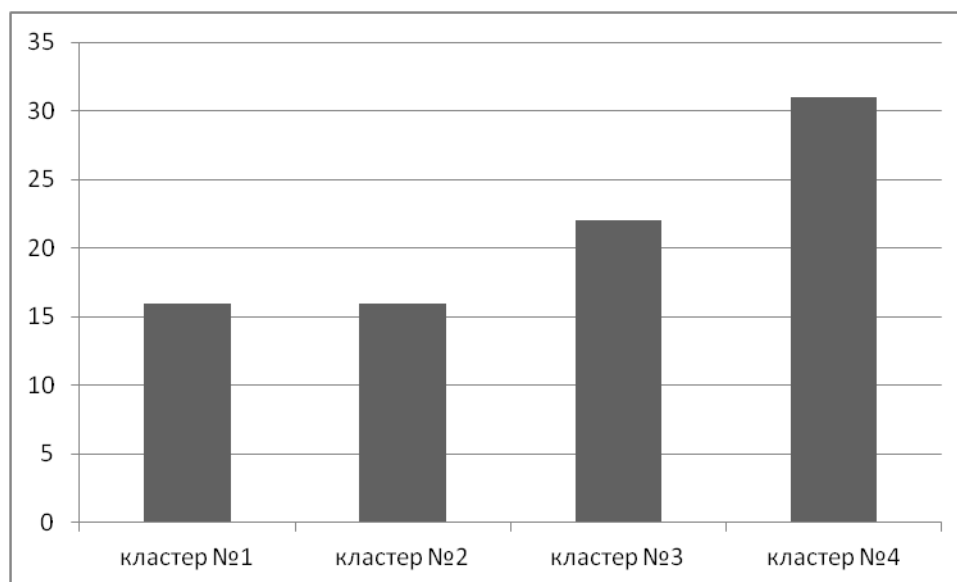


Рис. 2. Распределение регионов России по кластерам

Для анализа деятельности регионов России в сфере торговли и услуг в табл. 2 представлены средние значения показателей по кластерам и их общие средние значения по РФ.

Таблица 2

Статистика средних значений показателей в кластерах и общих средних показателей по РФ за 2015 г.

Год	Номер кластера, M_y	Средние значения							
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
2015	1	181030,2	655242,3	38250,8	21394,9	74161,4	59250,4	8989,2	7162,2
	2	183326,6	52037,6	1754314,9	27013,9	15812,1	55833	6079,1	9407,9
	3	131214,2	7639,4	195340,1	6344,2	24396	11148,2	2874,9	6611
	4	160113,3	17933	233076	12902,2	17737,4	13858,4	4591,3	7056,9
	M_{2015}	160940,4	25513	589126,5	15459,8	29719,4	29602,4	7403,9	5255

Из табл. 2 следует, что значение показателя «Оборот розничной торговли» (X1) наибольшее в кластере № 2 и наименьшее в кластере № 3. Показатель «Продажа товаров на розничных рынках и ярмарках» (X2) достигает своего максимального значения в кластере № 3 и минимальное значение в кластере № 4. Показатель «Оборот оптовой торговли на душу населения» (X3) максимален в кластере № 1 и минимален в кластере № 2. Показатель «Оборот общественного питания» (X4) минимален в кластере № 3 и максимален в кластере № 2. Показатель «Вывоз основных видов пищевых продуктов организациями-производителями и организациями оптовой торговли из субъектов Российской Федерации» (X5) достигает максимума в кластере № 1 и минимума в кластере № 2. «Ввоз основных видов пищевых продуктов в

субъекты Российской Федерации» (X6) максимален в кластере № 1 и минимален в кластере № 3. Показатель «Объём бытовых услуг на душу населения» (X7) минимален в кластере № 3 и максимален в кластере № 1. Показатель «Объём услуг связи на душу населения» (X8) достигает максимума в кластере № 2 и минимума в кластере № 3.

В кластере № 1 все показатели за исключением X3 и X8 превышают средние значения по России. В кластере № 2 пять показателей (X1, X2, X4, X6, X8) больше их средних значений по РФ. В кластерах № 3 и № 4 все показатели, кроме показателя X8, ниже их среднего уровня по Российской Федерации.

Установлено, что регионы Приволжского Федерального Округа распределились по кластерам следующим образом:

в кластер № 1 вошли: Республика Башкортостан, Республика Татарстан;

кластер № 2 составил Пермский край;

кластер № 3 образовали: Республика Марий-Эл, Республика Мордовия, Ульяновская область, Саратовская область;

кластер № 4 содержит Удмуртскую Республику, Чувашскую Республику, Кировскую область, Нижегородскую область, Оренбургскую область, Пензенскую область, Самарскую область.

Отсюда следует, что большая часть регионов ПФО вошли в кластер № 4.

Кроме того, проанализировав средние значения по показателям X7 и X8, видно, что продажа бытовых услуг выше среднего по России в кластере № 1, а продажа услуг связи – в кластере № 2. Из этого можно сделать вывод о том, в каких регионах выгоднее всего продавать данный вид товаров и услуг.

Таким образом, проведённые исследования продемонстрировали эффективность применения нейронных сетей и информационных технологий в маркетинговых исследованиях продаж товаров и услуг в различных регионах Российской Федерации. Результаты работы представляют практический интерес для получения необходимой информации с целью прогнозирования маркетинговых исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров. М.: Дашков и К, 2016. 352 с.
2. Сухарев О.С. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография. М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. 352 с.
3. Электронный ресурс: www.basegroup.ru.
4. Cao L., Philip S. Yu., Zhang C., Zhang H. Data Mining for Business Application. Springer Science; Business Media, 2008. 299 с.

5. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя. Нижний Новгород: Издательство Нижегородского государственного университета, 2012. 135 с.

6. Электронный ресурс: <http://www.gks.ru/>.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ В РЕГИОНАХ РОССИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

Стулова Д.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Успешность государственной политики в мировой практике в последнее время всё чаще оценивается с точки зрения защищенности граждан. Одним из ключевых вопросов в данном аспекте является уровень удовлетворенности основных жизненных потребностей населения страны, в том числе, обеспечение приемлемых жилищных условий. Актуальность проблемы обеспечения граждан доступным жильем неуклонно растет из года в год [1].

В данной работе проведен анализ динамики доступности жилья на первичном рынке в регионах Российской Федерации за период с 2012 по 2016 гг. с использованием нейронных сетей. Говоря о доступности жилья, необходимо учитывать не только возможность его приобретения, но и возникающие обязательства по затратам на его содержание и обслуживание. Исходя из этого, для анализа были выбраны следующие количественные факторы, влияющие на доступность жилья [2,3]:

- годовой объем ввода жилья (тыс. м. кв.);
- средняя фактическая стоимость строительства 1 кв. м. жилья (руб.);
- средняя цена 1 кв. м общей площади квартир на первичном рынке жилья (руб.);
- стоимость жилищно-коммунальных услуг на 1 кв. м площади жилья (руб.);
- прожиточный минимум (руб.);
- средняя заработная плата (руб.).

Все показатели приведены к ценам 2016 г. с учетом инфляции [4]. Учитываются значения показателей для 83 регионов Российской Федерации. В выборку не были включены г. Севастополь и Республика Крым, так как данные по ним и за 2014, 2015 и 2016 гг. имеются не по всем показателям.

При проведении исследований использовались методы нейросетевого моделирования [5 – 7]. При нейросетевом подходе отсутствуют модельные ограничения, и он может одинаково применяться для линейных и нелинейных зависимостей. Нейросетевые технологии успешно применяются в финансово-экономических и социальных исследованиях [5, 8].

В настоящее время для исследований на основании нейросетевого моделирования используются специализированные программные продукты. В работе инструментом для проведения исследований являются самоорганизующиеся карты Кохонена [6 – 8], реализованные в пакете Deductor Studio Academic.

Самоорганизующиеся карты Кохонена (далее – СОК) обучаются без учителя на основе самоорганизации и выполняют проецирование многомерных данных в пространство меньшей размерности. На практике СОК обычно применяется для кластеризации и визуализации данных, чтобы пользователь смог наглядно "увидеть" наличие или отсутствие зависимости между переменными, число кластеров, принципы и законы совместного распределения признаков.

На рис. 1 представлена СОК, полученная в результате кластеризации с применением программного пакета Deductor Studio Academic на основании показателей за 2016 г.

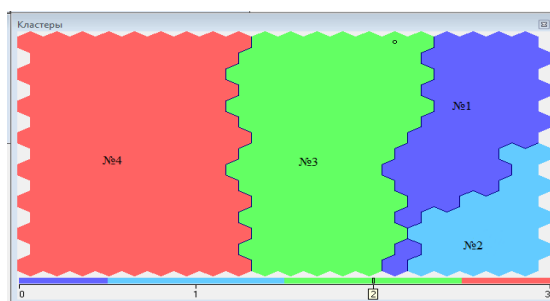


Рис. 1. Распределение регионов РФ по кластерам в 2016 г.

По итогам исследования регионы РФ в рассматриваемом периоде времени распределились по четырем кластерам. При этом большинство регионов ПФО вошли в ядро кластера № 4 с низкими значениями показателей.

Табл. 1 демонстрирует динамику численности регионов в кластерах за период с 2012 по 2016 гг.

Таблица 1

Динамика количества регионов в кластерах в 2012-2016 гг.

Год \ Кластер	2012	2013	2014	2015	2016
№ 1	6	5	8	6	10

№ 2	8	7	5	9	5
№ 3	20	18	15	20	25
№ 4	49	53	55	48	43

Анализ данных, приведенных в табл. 1, показывает, что распределение регионов в кластерах неравномерно. Самым многочисленным оказался кластер № 4, куда вошли регионы с низкими значениями показателей.

На рис. 2 и рис. 3 представлена динамика средних значений показателей «Средняя фактическая стоимость строительства 1 кв. м жилья» и «Средняя цена 1 кв. м общей площади квартир на первичном рынке жилья» по кластерам за рассматриваемый период.

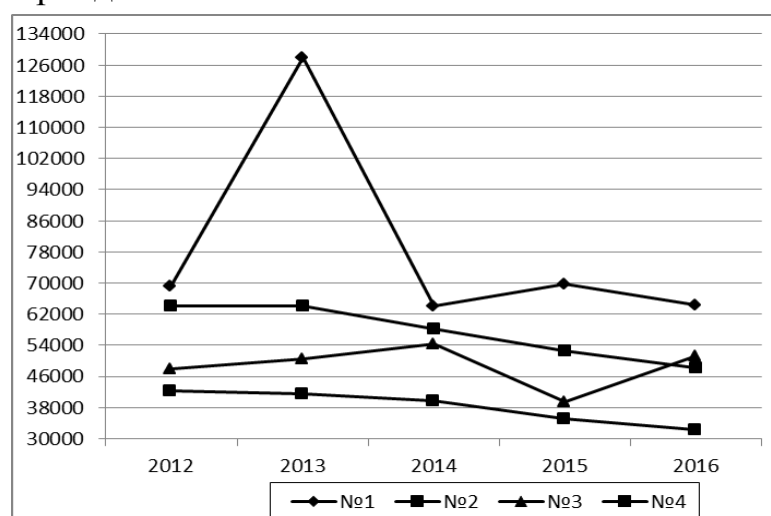


Рис. 2. Динамика средних значений показателя «Средняя фактическая стоимость строительства 1 кв. м жилья» по кластерам за период 2012 – 2016 гг.

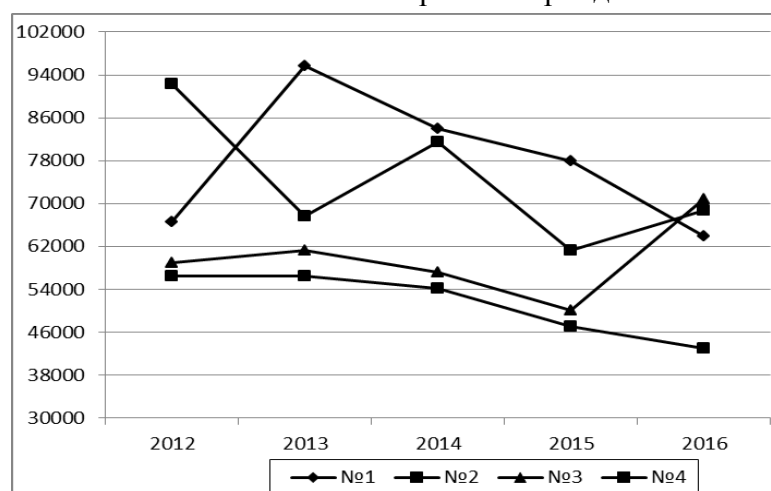


Рис. 3. Динамика средних значений показателя «Средняя цена 1 кв. м общей площади квартир на первичном рынке жилья» по кластерам за период 2012 – 2016 гг.

Уровни значений всех показателей во многом связаны с территориальным расположением регионов. При этом доступность жилья напрямую зависит от уровня жизни населения. В экономически привлекательных регионах стоимость

жилья в основном определяется спросом, и с ростом доходов населения стоимость жилья возрастает, а доступность жилья практически не изменяется. В наименее экономически привлекательных регионах стоимость жилья определяется затратами на его строительство.

В регионах, вошедших в кластер № 1, жилья строится не много, однако стоимость его строительства и размер платы за жилищно-коммунальные услуги значительно выше, чем в других регионах. При этом уровень заработной платы в регионах кластера № 1 также высок. Стоимость покупки квартиры в данных регионах относительно невысока, что обусловлено низким спросом на жилье в целом из-за низкой плотности населения на данных территориях. В кластере № 1 содержатся в основном территории крайнего севера, где высокая стоимость строительства жилья, как, впрочем, и высокие заработные платы, обусловлены тяжелыми климатическими условиями.

Нейросетевое моделирование доступности жилья в России, как многофакторного явления, позволило определить динамику развития данной отрасли. В результате исследования выявлено, что территориальное расположение региона напрямую влияет на уровень доступности жилья – чем привлекательнее регион с точки зрения экономики, тем выше разница между стоимостью строительства и стоимостью покупки жилья.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Палий В.М. Доступность жилья и определяющие ее факторы [Электронный ресурс]. – <http://be5.biz/ekonomika1/r2011/1583.htm> (дата обращения: 06.04.2017 г.)
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: www.gks.ru (дата обращения: 16.04.2017).
3. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. – URL: www.fedstat.ru (дата обращения: 20.04.2017).
4. Калькулятор инфляции [Электронный ресурс]. – URL: http://уровень-инфляции.рф/инфляционные_калькуляторы.aspx (дата обращения: 20.04.2017).
5. Кузнецов Ю.А., Перова В.И., Воробьева Е.В. Нейросетевое моделирование финансово-экономической деятельности крупнейших компаний Поволжья // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 35 (242). С. 25–36.
6. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 1: Учебное пособие. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. 111 с.
7. Перова В.И. Нейронные сети. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие. Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2012. 135 с.
8. Дебок Г., Кохонен Т. Анализ финансовых данных с помощью самоорганизующихся карт: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «АЛЬПИНА», 2001. 317 с.

НЕЙРОСЕТЕВОЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Субботин А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Переход российской экономической системы на инновационный путь развития требует ее структурной перестройки, целью которой является создание инновационной экономики, основанной на знаниях. Доминирующим звеном экономики, ее базой являются предприятия и организации, которые производят продукцию и услуги, сосредоточивают в своей ответственности большую часть общественного капитала. Они определяют деловую активность экономики, обеспечивают занятость населения и формируют бюджет страны. Нижегородская область относится к одному из самых развитых промышленных регионов Российской Федерации с диверсифицированной базой производства [1]. Внедрение передовых технологий связано с уровнем инновационного развития Нижегородской области. При этом особую значимость приобретают инвестиции ввиду их экономической важности. Для дальнейшего анализа развития экономики Нижегородской области является актуальным исследование динамики деятельности предприятий и организаций в муниципальных образованиях. От успеха деятельности отдельных предприятий и организаций зависит объем создаваемого валового регионального продукта, степень удовлетворенности в материальных и духовных благах населения Нижегородской области и Российской Федерации в целом.

В настоящей работе на основе данных Министерства экономики и конкурентной политики Нижегородской области было проведено нейросетевое моделирование динамики развития организаций и предприятий Нижегородской области за период 2009–2016 гг. с использованием следующих показателей [2]:

- X1 – число субъектов малого и среднего предпринимательства (единиц на 10 тыс. человек населения);
- X2 – доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций (%);
- X3 – объем инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в расчете на 1 жителя(рублей);

- X4 – доля прибыльных сельскохозяйственных организаций в общем их числе(%);
- X5 – среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников крупных и средних предприятий и некоммерческих организаций городского округа/муниципального района, (рублей).

Показатели X3 и X5 приведены к ценам 2016 г. с учетом инфляции [3].

При проведении исследований были применены самоорганизующиеся карты (СОК) Кохонена, реализованные на базе аналитической платформы Deductor. СОК – это нейронные сети, обучаемые без учителя на основе конкуренции нейронов [4]. По итогам нейросетевого моделирования осуществлено разбиение 14 городских округов и 38 муниципальных районов Нижегородской области на 4 кластера. На рис. 1. приведена СОК за 2016 г.

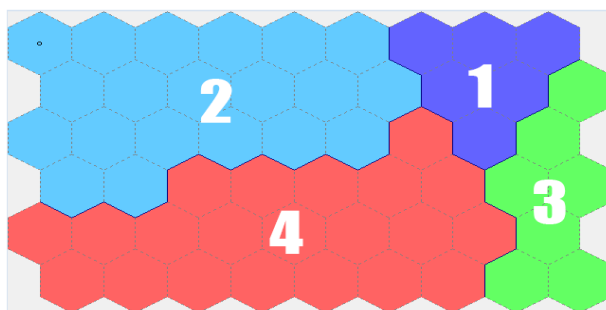


Рис. 10. Самоорганизующаяся карта Кохонена за 2016 г.

В кластер № 1 вошли муниципальные образования с высокими значениями показателей. В свою очередь, кластер № 4 характеризуется низкими значениями всех показателей. Динамика распределения муниципальных образований по кластерам представлена в табл. 1.

Таблица 1

Динамика распределения муниципальных образований Нижегородской области по кластерам за 2009 – 2016 гг.

Год \ Кластер	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4
2009	3	4	20	25
2010	6	2	12	32
2011	9	20	7	16
2012	4	22	14	12
2013	12	12	7	21
2014	24	13	7	8
2015	13	26	8	5
2016	5	23	4	20

Анализ данных табл. 1 показывает, что в 2011 г. по сравнению с 2010 г. происходит резкий переход муниципальных образований из кластера № 4 с

наименьшими значениями показателей в кластер № 2. Следует отметить, что в 2014 г. произошел резкий переход муниципальных образований в кластер № 1, который характеризуется наилучшими показателями. Однако в 2016 г. происходит перераспределение муниципальных образований из кластера № 1 в кластер № 4, что свидетельствует о снижении их экономической активности.

В качестве примера на рис. 2 приведена динамика объема инвестиций в основной капитал за период 2009–2016 гг.

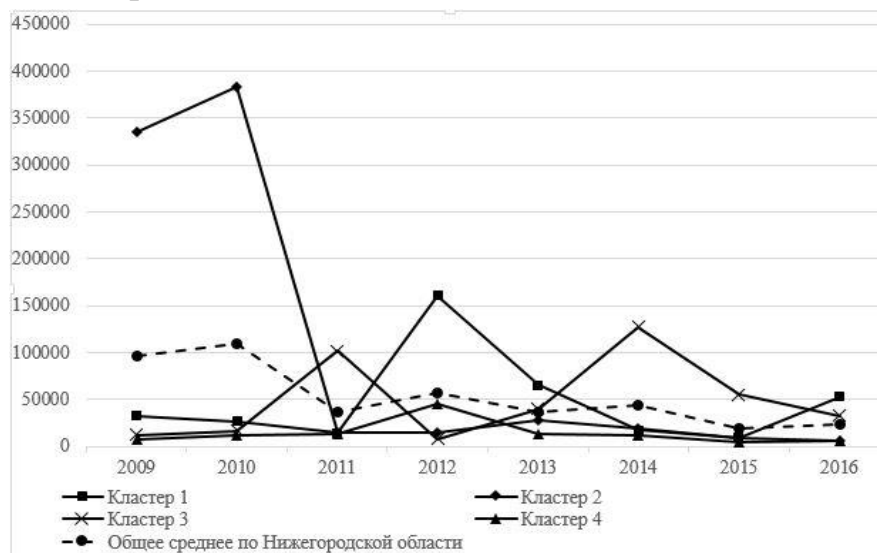


Рис. 2. Динамика объема инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в расчете на 1 жителя (рублей) в 2009–2016 гг.

Рис. 2 показывает, что в муниципальных образованиях кластера № 2 с 2010 по 2011 гг. произошел резкий спад показателя ХЗ – объема инвестиций в основной капитал. В свою очередь, в 2012 г. значение данного показателя достигает своего максимума (160 000 руб.) в муниципальных образованиях кластера № 1. В муниципальных образованиях кластера № 3 значения этого показателя находятся на уровне его общих средних значений по Нижегородской области.

Проведенное исследование позволило определить особенности динамики деятельности предприятий и организаций в муниципальных образованиях Нижегородской области. Полученные результаты свидетельствуют об их неравномерном характере деятельности. Результаты работы представляют практический интерес для принятия управленческих решений с целью реализации комплекса мер, способствующих экономическому развитию Нижегородской области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Электронный ресурс: http://www.wiki-prom.ru/region/nigegorodskaya_oblast.html
2. Электронный ресурс: <https://minec.government-nnov.ru/>

3. Электронный ресурс: <http://planetcalc.ru/250/>

4. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского университета, 2012. 135 с.

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ КОРРУПЦИИ ОБМЕНА ПОПУЛЯРНОСТИ НА ВЗЯТКУ

Чердакова Д.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Работа посвящена рассмотрению моделирования коррупции как социально-экономического и политического явления. Цель работы состоит в изучении математической модели коррупции на основе «модели обмена популярности на взятку» Г. Фейхтингера и Ф. Уирла [3].

Современная государственная политика в качестве одного из приоритетных направлений деятельности указывает противодействие коррупционным механизмам, имеющим место в различных сферах жизнедеятельности общества. Поэтому исследование коррупции, механизмов для её своевременного обнаружения и предотвращения является актуальной проблемой.

Понятие коррупции широко применяется в современном мире. Но несмотря на это, до сих пор не существует общепринятого и единого определения для этого явления в силу его сложности и многогранности. Термин «коррупция» имеет латинское происхождение от слов *corruptio*, что означает подкуп, продажность.

Одной из наиболее популярных моделей коррупции является «модель обмена популярности на взятку», которая была предложена австрийскими математиками Густавом Фейхтингером и Францем Уирлом [3].

Модель рассматривает коррупцию в верхнем уровне власти, где популярность политиков играет важную роль и подвержена влиянию различных рисков. Политики могут непосредственно не получать каких-либо взяток самостоятельно, но при этом они всецело зависят от поддержки двух групп: бюрократов и населения; коррупция обеспечивает поддержку бюрократии, но наносит вред популярности среди народа. Таким образом, политик должен найти компромисс между поддержкой народа и

коррупционностью бюрократов, и этот компромисс может представлять собой весьма сложные модели.

Обозначим функцию $V(P)$ как функцию полезности политика, которая охватывает все виды выгод от популярности P , при этом $V(P)$ может принимать отрицательные значения, если общественное одобрение падает ниже определенного уровня, а $U(c)$ как функцию полезности политика от коррупции в виде взяток и других незаконных финансовых переводов c [2].

Формально, политические деятели, как рациональные агенты максимизируют межвременную полезность, не только от популярности, но и от коррупции в том числе. Эти два вида функций полезности являются отделимыми, $U(c) + V(P)$, для упрощения анализа обе функции считаются возрастающими и вогнутыми: $U' > 0, U'' < 0; V' > 0, V'' \leq 0$. Считается, что взятки c могут быть отрицательными, в связи с чем политик принимает все необходимые меры против повсеместного распространения коррупции в целях поддержки определенного уровня популярности.

Таким образом, модель представляет собой следующую задачу оптимального управления:

$$\max_{\{c(t)\}} \int_0^{\infty} e^{-rt} [U(c(t)) + V(P(t))] dt, \quad (1)$$

$$\frac{dP(t)}{dt} = g(P(t)) - f(K(t)), \quad P(0) = P_0, \quad (2)$$

$$\frac{dK(t)}{dt} = c - \delta K(t), \quad K(0) = K_0. \quad (3)$$

Максимизация целевой функции полезности (1) производится с учетом двух ограничений. Во-первых, согласно (2) популярность $P(t)$ представляет собой динамический процесс, на который оказывает отрицательное воздействие размах коррупции $K(t)$, то есть доля коррумпированных политиков. Во-вторых, функция $g(P(t))$ имеет произвольный вид, но является вогнутой, то есть $g''(P(t)) < 0$, а функция $f(K(t))$ отражает потерю популярности в зависимости от уровня накопленных случаев коррупции $K(t)$, и удовлетворяет условиям $f'(K(t)) > 0, f''(K(t)) \geq 0$. Считается также, что c отражает долю дохода политика от коррупционной деятельности, а $\delta \geq 0$ - степень информированности населения о случаях коррупции.

Дальнейший анализ поставленной оптимизационной задачи основан на принципе максимума Понтрягина [1]. Сопряженная система имеет вид:

$$\frac{d\theta_P(t)}{dt} = \theta_P(t)\{r - g'(P(t))\} - V'(P(t)), \quad (4)$$

$$\frac{d\theta_K(t)}{dt} = \theta_K(t)\{r + \delta\} + \theta_P(t)f'(K(t)). \quad (5)$$

Условия трансверсальности:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} e^{-rt} \theta_P(t) P(t) = 0, \quad (6)$$

$$\lim_{t \rightarrow \infty} e^{-rt} \theta_K(t) K(t) = 0. \quad (7)$$

Осуществляется замена элементов управления функцией h для рассматриваемых “внутренних” решений задачи:

$$c = h(\theta_K), \quad h' = -\frac{1}{v''(c(t))} > 0.$$

Тогда условия оптимальности приводят к следующей системе канонических уравнений в состоянии (P, K) с сопряженными переменными (θ_P, θ_K) :

$$\frac{dP(t)}{dt} = g(P(t)) - f(K(t)), \quad (8)$$

$$\frac{dK(t)}{dt} = h(\theta_K) - \delta K(t), \quad (9)$$

$$\frac{d\theta_P(t)}{dt} = \theta_P(t)\{r - g'(P(t))\} - V'(P(t)), \quad (10)$$

$$\frac{d\theta_K(t)}{dt} = \theta_K(t)\{r + \delta\} + \theta_P(t)f'(K(t)). \quad (11)$$

Для исследования рассматриваются квадратичные функции полезности $(V(P(t)), U(c(t)))$, линейная функция затрат $f(K(t))$ и функцию логистического разбрасывания $g(P(t))$ следующего вида [2,3]:

$$U(c(t)) = uc(t) - \frac{1}{2} \alpha c(t)^2, \quad u > 0, \quad \alpha > 0, \quad (12)$$

$$V(P(t)) = vP(t) - \frac{1}{2} \beta P(t)^2, \quad v > 0, \quad \beta \geq 0, \quad (13)$$

$$f(K(t)) = aK(t), \quad a > 0, \quad (14)$$

$$g(P(t)) = P(t)(1 - P(t)). \quad (15)$$

В рамках исследования считается, что $\delta = 0$, при этом $c_\infty = 0$ и в равновесии нет коррупции, а также $V''(P(t)) = -\beta = 0$.

Таким образом, имеем следующую систему дифференциальных уравнений:

$$\frac{dP(t)}{dt} = P(t) - P(t)^2 - aK(t), \quad (16)$$

$$\frac{dK(t)}{dt} = \frac{u - \theta_K(t)}{\alpha} - \delta K(t), \quad (17)$$

$$\frac{d\theta_P(t)}{dt} = \theta_P(t)\{r - 1 + 2P(t)\} - v + \beta P(t), \quad (18)$$

$$\frac{d\theta_K(t)}{dt} = \theta_K(t)\{r + \delta\} + \theta_P(t)a. \quad (19)$$

Для исследуемой системы можно рассматривать два полярных политических режима: демократию и диктатуру. Параметр δ , который отвечает за режим, установившейся в обществе, характеризует информированность населения о фактах коррупционной деятельности. Если $\delta = 0$, имеет место диктаторский режим, в противном случае можно говорить о режиме в большей или меньшей степени близком к демократическому.

При различных значениях решающих параметров модели, а именно при изменении v — значимости популярности, r — ставки процента и a — предельного влияния совокупной коррупции на популярность, в зависимости от политического режима могут наблюдаться предельные устойчивые циклы.

Таким образом, в работе представлено описание общей методики аналитического исследования математических моделей на примере модели Густава Фейхтингера и Франца Уирла. Выбранная для подробного изучения модель позволяет сформулировать ряд выводов относительно уровня коррупции и факторов, оказывающих на него влияние. В рамках работы показано, что моделирование коррупции является необходимым этапом при изучении проблем экономического развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кузнецов Ю. А. Оптимальное управление экономическими системами: Учебное пособие. – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2008. – 449 с.
2. Левин, М. И., Цирик М.Л. Коррупция как объект математического моделирования.// Экономика и математические методы. 1998. Т. 34, вып. 3.
3. Feichdngr G., Wirl F. On the Stability and Potential Cyclicity of Corruption in Governments Subject to Popularity Constraints // Mathematical Social Sciences. 1994. № 28.

СРАВНЕНИЕ СТРУКТУР ВЕРТИКАЛЬНОЙ СЕПАРАЦИИ И ВЕРТИКАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ЭНДОГЕННО РАСТУЩЕЙ ЭКОНОМИКЕ

Щукина А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В большинстве последних исследований описывалась, главным образом, макроэкономическая политика при наличии несовершенной конкуренции на рынке конечных товаров, рассматривалась связь между степенью монополизации рыночной власти и экономическим ростом, однако, взаимосвязь промышленной структуры и экономического роста не была изучена. Исследования, посвященные вертикальной интеграции, проводились в рамках частичного равновесия, и, следовательно, в них не учтено взаимодействие рынка товаров и других рынков. Более того, анализ проводился в рамках одного фиксированного периода, и, следовательно, накопление капитала полностью игнорируется. Соответственно, ответ на вопрос, может ли производственная структура контролировать экономический рост, отсутствовал.

Целью работы является создания модели, включающей экстерналии накопления капитала, корректирующиеся на практике, при структуре вертикального разделения и вертикальной интеграции. Данная модель используется для проведения системного анализа, который помогает выявить наличие взаимосвязи экономического роста с типом промышленной структуры.

Проблема создания эффективных вертикально-интегрированных структур является одной из актуальных для современной российской экономики, особенно в контексте задачи удвоения ВВП, обеспечения экономической безопасности и решения масштабных социальных задач. В связи с этим возникает необходимость в определении экономического содержания вертикальной интеграции, выявлении ее преимуществ перед вертикальным разделением, условий её эффективности и её влияния на развитие национальной экономики.

Вертикальное разделение и вертикальная интеграция являются двумя ключевыми видами промышленных структур. В общем случае, цена товара в вертикально разделенной области промышленности выше, чем в вертикально интегрированной отрасли. Причина этого заключается в том, что в отрасли с вертикальной интеграцией возможно избежать двойного искажения цен,

которое появляется при структуре вертикального разделения, когда и добывающие, и перерабатывающие фирмы добавляют свою собственную маржу на себестоимость на каждом этапе производства. Вертикальная интеграция нацелена на достижение максимальной прибыли и эффективности от сотрудничества, фирмы с добывающим и перерабатывающим производством мотивированы на объединение в вертикально интегрированное предприятие.

В статье описана производственная сторона экономики, включающая два сектора: совершенно конкурентный рынок конечных товаров и монополично конкурентный рынок промежуточных товаров. Строится простая модель эндогенного роста, обучающаяся в процессе накопления капитала в условиях структур вертикальной сепарации и вертикальной интеграции, проводится сравнение эффективности макроэкономических показателей таких, как сбалансированный темп роста, уровень занятости, экономический рост и социальное благосостояние. Далее рассматривается, как социальный планировщик для достижения социального оптимума устанавливает величину подходящих налоговых ставок на трудовые ресурсы и на капитал для устранения искажений, обусловленных несовершенством рынка при обеих структурах. Описываются два расширения базовой модели. Первое расширение заключается в том, что монопольная власть исходит со стороны предложения, а не со стороны спроса, а второе расширение – во включении в модель производственных государственных расходов. Затем определяется, являются ли полученные аналитические результаты относительно оптимальных подходящих налоговых ставок на трудовые ресурсы и на капитал обоснованными при каждом расширении.

В данной статье обоснованы преимущества выбора стратегии вертикальной интеграции с систематизацией основных подходов к изучению данной проблемы. Приводится различие в эффективности деятельности интегрированных и неинтегрированных компаний, которое является ключевым моментом в рассмотрении вопроса об оптимальном пути развития крупных компаний. Результаты этого исследования можно условно разделить на три части.

Во-первых, при структурах и вертикальной сепарации, и вертикальной интеграции сбалансированные темпы роста имеют обратную зависимость от степени монополизации власти. Доказано, что при режиме вертикальной сепарации сбалансированное благополучие ниже, чем при режиме вертикальной интеграции.

Во-вторых, структура вертикальной интеграции ведет к более высокому уровню постоянной занятости, чем структура вертикальной сепарации. Поскольку цена товара в неинтегрированной промышленности выше, чем в интегрированной, неинтегрированное предприятие производит меньше продукции, тогда и спрос на капитал, и норма возврата капитала при режиме вертикальной сепарации меньше, чем при режиме вертикальной интеграции. Следовательно, сбалансированный темп роста при режиме вертикальной сепарации меньше, чем при режиме вертикальной интеграции.

В-третьих, поскольку структура вертикального разделения, при которой рынки как добывающей, так и обрабатывающей промышленности характеризуются несовершенной конкуренцией, приводит к двойному искажению цен, оптимальные ставки субсидирования на доходы от трудовых ресурсов и доходы от капитала при структуре вертикальной сепарации выше, чем при структуре вертикальной интеграции.

Наконец, при наличии дополнительных экстерналий от производственных государственных издержек правительство может взимать положительные подоходные налоги как на трудовые ресурсы, так и на капитал, если степень влияния экстерналий производственных государственных издержек достаточно высока.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1) Bonanno G., Vickers J. Vertical Separation // Journal of Industrial Economics. – 1988. – V. 36, pp. 257-265.
- 2) Chin C. The Growth and Welfare Effects of Vertical Separation versus Vertical Integration // Journal of Economics and Management. 2014, Vol. 10, No. 2, pp. 117–127.
- 3) Hart O., Tirole J. Vertical Integration and Market Foreclosure // Brookings Papers on Economic Activity. – 1990. – pp. 205-276.
- 4) Shaw M.F., Chang J.J., Lai C.C. (Non)optimality of the Friedman rule and optimal taxation in a growing economy with imperfect competition. // Economics Letters. 2006, Vol. 90, pp. 412–420.
- 5) Shu-hua Chang, Ching-chong. Lai Vertical separation versus vertical integration in an endogenously growing economy. // International Review of Economics and Finance. 2016, Vol. 44, pp.359-380.

ЗАДАЧА ОПТИМИЗАЦИИ ПЕРЕРАБОТКИ МУСОРА С ЦЕЛЬЮ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ

Шошина М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Цех по переработке мусора перерабатывает 2 вида отходов: пластиковые и алюминиевые[1]. Станки по переработке отходов работают на электричестве, причем среднее по предприятию количество электроэнергии, которое потребляется одним таким цехом превышать нежелательно. К тому же при переработке 1 кг отходов каждого вида происходит износ станка, который приводится ниже для каждого вида отходов в стоимостном выражении и суточную норму которого тоже превышать нельзя [2]. Нормы расходов производственных ресурсов и их количественные ограничения в стоимостном выражении даны в табл.1.

Таблица 1

Нормы расходов производственных ресурсов и их количественные
ограничения в стоимостном выражении

Отходы	Расходы ресурсов на переработку 1 кг отходов в стоимостном выражении (руб.)		Суточные нормы расхода ресурсов в стоимостном выражении (руб.)
	Пластиковые	Алюминиевые	
Электроэнергия	4	2	3750
Износ станков	2	3	1800

Максимальное количество переработанных отходов, которое может выдать цех в сутки - 600 кг.

Оптовая цена за 1 кг переработанного пластика 10 руб., а за кг переработанного алюминия 40 рублей. Какое количество переработанных отходов каждого вида должен выдавать цех, чтобы получить максимальную прибыль?

Для решения данной задачи применим линейное программирование [3]. Линейное программирование – наука о методах исследования и отыскания экстремальных значений линейной функции, на неизвестные которой наложены линейные ограничения. Математическая модель задачи [4]:

Пусть X_1 – кол-во переработанных пластиковых отходов в кг, X_2 – кол-во переработанных алюминиевых отходов в кг, тогда получаем задачу линейного программирования на максимизацию прибыли, где $L(X)$ – функция прибыли:

$$L(X) = 10X_1 + 40X_2 \rightarrow \max$$

$$\begin{cases} 4X_1 + 2X_2 \leq 3750 & (1) \\ 2X_1 + 3X_2 \leq 1800 & (2) \\ X_1 + X_2 \leq 600 & (3) \end{cases}$$

$$X_1 \geq 0; X_2 \geq 0$$

Так как задача имеет только две неизвестных, решим её графически (рис.1).

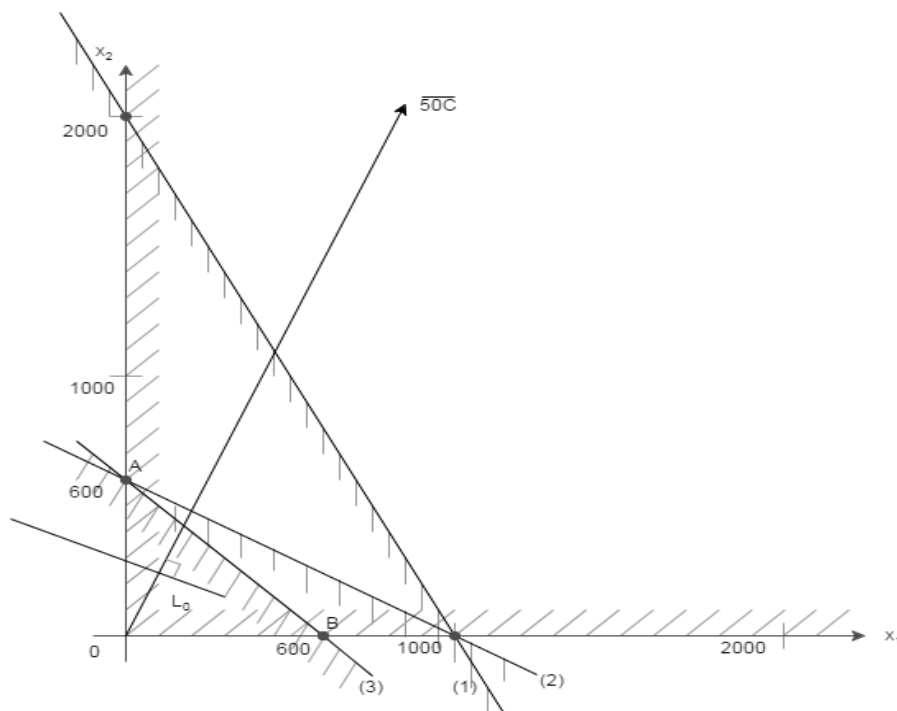


Рис.1 Графическое решение задачи

Областью допустимых решений задачи является область OAB, $50C$ – вектор, обозначающий направление градиента функции прибыли, линия L_0 – линия уровня. Точка максимума – точка A (0;600), которая лежит на оси X_2 .

Максимальная суточная прибыль, которую может выдать цех:

$$L_{\max} = 40 \cdot 600 = 24000 \text{ рублей/сутки.}$$

Таким образом, при данных ресурсах максимальная прибыль 24000 рублей в сутки, для этого цех должен выпускать 600 кг переработанных алюминиевых отходов, а пластиковые отходы перерабатывать для него невыгодно вообще.

Для оценки дефицитности ресурсов составим двойственную задачу:

$$\begin{aligned}
 S(Y) &= 3750Y_1 + 1800Y_2 + 600Y_3 \rightarrow \min \\
 \begin{cases} 4Y_1 + 2Y_2 + Y_3 \geq 10 \\ 2Y_1 + 3Y_2 + Y_3 \geq 40 \end{cases} \\
 Y_{1,2,3} &\geq 0
 \end{aligned}$$

Из второй теоремы двойственности о связи решений исходной и двойственной задачи получаем:

$$Y_{opt}(0;10;10);$$

Проверка:

$$S(Y) = 3750 \cdot 0 + 1800 \cdot 10 + 600 \cdot 10 = 24000 \text{ рублей.}$$

Таким образом, экстремальные значения функций цели исходной и двойственной задачи совпали, значит двойственная задача решена верно. $Y_1=0$, значит, первый ресурс – электроэнергия особой ценности не представляет, а представляют ценность второй и третий ресурсы – износ станков и их производительность [4].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дорожкин А.В., Подчищаева О.В. Пути повышения инвестиционной привлекательности в Нижегородской области // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10 (ч.2). С .212-217.
2. Подчищаева О.В., Дорожкин А.В. Индивидуальные модели риска в страховании // Экономика и предпринимательство. 2017. № 1 (78). С .1201-1204.
3. Красс М.С., Чупрынов Б.П. Основы математики приложения в экономическом образовании // М.: Дело, 2008.
4. Подчищаева О.В., Бурова М.С. Максимизация прибыли организации при рыночном изменении цен на её продукцию // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 21 (324). С. 61-64.

Секция 13. ПРАВО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ВОЗМОЖНЫЕ МЕРЫ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЁЖИ К ЗАНЯТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Горячева Е.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В соответствии с данными Федеральной службы государственной статистики, число занятых в сфере предпринимательской деятельности в Российской Федерации в 2014 г. по сравнению с 2008 г. снизилось с 8314000 человек до 5645700 [1]. В этой связи органам власти необходимо создавать условия, благоприятствующие привлечению в сферу бизнеса всех заинтересованных субъектов, в том числе молодых людей [2], так как молодёжное предпринимательство является важным направлением развития бизнеса в Российской Федерации [3].

В данной сфере уже предпринимаются определённые меры. Например, в постановлении Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 316 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» говорится о том, что до 31 декабря 2020 г. необходимо создать единую систему государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в области молодёжной предпринимательской деятельности [4].

В Российской Федерации существует проблема несовершенства способов правовой защиты бизнеса, которая препятствует привлечению молодых людей в эту сферу занятости. Данная проблема актуальна, потому что в настоящее время совершается множество правонарушений, где предприниматели являются потерпевшей стороной, но это можно предотвратить с помощью внесения изменений в законодательство Российской Федерации. Нужно отметить, что 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]. Но в правовом регулировании способов защиты предпринимательской деятельности в Российской Федерации по-прежнему

имеются недостатки. Так, среди государственных и муниципальных служащих распространены такие правонарушения, как несвоевременная выплата предпринимателям сумм денежных средств согласно государственным и муниципальным контрактам [7].

В определенных субъектах РФ игнорируются должностными лицами судебные решения по поводу обязанности выплатить предпринимателям суммы денежных средств согласно государственным и муниципальным контрактам. И это, несмотря на то, что ст. 315 Уголовного кодекса Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017) 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].

Чтобы решить данные проблемы, 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 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 30.10.2017)
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 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017).

Данные меры будут дисциплинировать должностных лиц относительно выплаты вознаграждений индивидуальным предпринимателям, а также усилят 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: 1.11.2017 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: 1.11.2017 г.)

6. Съезд «Деловой России» Президент России [Электронный ресурс]. URL: kremlin.ru/events/president/news/53112 (дата обращения: 1.11.2017 г.)

7. Рабочая встреча Владимира Путина с Генеральным прокурором Юрием Чайкой [Электронный ресурс]. URL: allpravda.info (дата обращения: 1.11.2017 г.) 8. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017).

К ВОПРОСУ О ВЫБОРЕ ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Мельников Д.О.

Нижегородский государственный университет им.Н.И. Лобачевского

По состоянию на октябрь 2017 года в нашей стране насчитывается более 7.5 млн. коммерческих юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. [1] Данная сфера в ближайшие несколько лет начнёт активно развиваться. Способствовать этому будет начавшийся рост экономики в стране [2], а также государство, которое ставит перед собой задачу развития предпринимательства в России. [3]

Ключевым вопросом начинающего предпринимателя является выбор организационно-правовой формы ведения бизнеса. Можно говорить о том, что такой выбор не является лишь формальностью, а является, по сути своей, «фундаментом» бизнеса, определяющего его способность функционировать и развиваться на конкурентном рынке.

Действующее гражданское законодательство предлагает предпринимателю вести бизнес в форме индивидуального предпринимателя или в форме юридического лица. Но также можно говорить об ещё одной не правовой, но фактически существующей форме ведения бизнеса — нелегальной. У каждой формы есть свои особенности, рассмотрим их подробнее.

Реальная практика показывает, что граждане достаточно часто выбирают нелегальный способ ведения бизнеса. По данным Ассоциации

дипломированных сертифицированных бухгалтеров теневая экономика в России составляет 33,6 трлн. руб. или 39% от ВВП страны за 2016 год. [4] Ведение бизнеса без регистрации является наиболее простой формой, поскольку не требует никакой регистрации, банковский счет остается личным, а бухгалтерская отчетность не проверяется компетентными органами. Но, несмотря на это, можно говорить о том, что данная форма совершенно неприемлема для ведения бизнеса по нескольким причинам. Во-первых, заключение различных договоров, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности, становится почти невозможным, поскольку редкий контрагент захочет нести связанные с заключением такого договора имущественные, репутационные и иные риски. Во-вторых, за незаконное предпринимательство предусмотрена ответственность. За осуществление предпринимательской деятельности без регистрации предусмотрена административная ответственность в виде штрафа в размере от 500 до 2000 рублей [5], а в случае, если такая деятельность сопряжена с извлечением дохода в крупном или особо крупном размере, минимальным наказанием станет штраф в размере нескольких сотен тысяч рублей [6].

Наиболее оптимальной формой для мелкого бизнеса станет ИП. В юридической литературе под предпринимательской деятельностью гражданина понимается «самостоятельная деятельность, осуществляемая непосредственно гражданином, зарегистрированным в качестве индивидуального предпринимателя в установленном законом порядке, на свой риск, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг без образования в этих целях юридического лица» [7].

Для регистрации ИП гражданину следует обратиться в территориальную инспекцию Федеральной налоговой службы по месту жительства или пребывания с тремя документами: заявление о регистрации, копия паспорта гражданина РФ, квитанция об уплате гос. пошлины. Срок регистрации составляет не более трех рабочих дней [8].

Помимо простой процедуры регистрации, очевидным плюсом ИП является элементарный вывод денег. Прибыль можно сразу переводить на личный счет в банке, для этого не требуются сложные операции, которые необходимы для юридических лиц.

Стоит также заметить, что взносы для ИП в пенсионный фонд и фонд обязательного медицинского, если его доход в отчетный период не превышает

300000 рублей, привязаны к МРОТ [9] и чаще получаются сравнительно небольшими, чем если бы уплачивались в виде процента от дохода.

И наконец ИП проще ликвидировать. Для этого лицу необходимо обратиться с заявлением о прекращении физическим лицом деятельности в качестве индивидуального предпринимателя в соответствующий орган налоговой службы.

Однако индивидуальное предпринимательство обладает и существенными минусами. Во-первых, очень сложно привлечь инвестиции, поскольку ИП не позволяет вести бизнес в долях. Во-вторых, индивидуальный предприниматель обладает неограниченной ответственностью, он отвечает по долгам всем своим имуществом.

В России по состоянию на октябрь 2017 года около 3777000 коммерческих юридических лиц, из них около 3641000 составляют общества с ограниченной ответственностью. Доля остальных коммерческих юридических лиц вместе взятых составляет менее 6%. [1] Таким образом, можно говорить о том, что основной формой ведения бизнеса в России посредством юридического лица является общество с ограниченной ответственностью. Поэтому стоит подробнее остановиться именно на данном юридическом лице.

Главное преимущество общества с ограниченной ответственностью перед ИП заключается в том, что оно позволяет вести бизнес в долях. Это даёт возможность в первую очередь привлекать инвестиции и заниматься бизнесом совместно.

Также ответственность ООО ограничена, то есть его учредители несут риск убытков, связанных с деятельностью юридического лица, только в пределах стоимости принадлежащих им долей.

Среди недостатков общества с ограниченной ответственностью можно выделить:

- a. Сложность ведения бухгалтерской и иной отчетности. Для юридических лиц предусмотрен более широкий спектр отчетности, составление которой несет в себе дополнительные расходы.
- b. Сложнее выводить прибыль. Не чаще чем раз в квартал участники ООО имеют право принимать решение о распределении прибыли между участниками. [10]
- c. Сложная и долгая процедура ликвидации. Она предусматривает уведомление кредиторов о ликвидации юридического лица не менее чем за два месяца.

Выбирая форму ведения бизнеса предприниматель должен исходить из особенностей своего дела. Индивидуальное предпринимательство идеально подходит для сравнительно мелкого бизнеса не связанного с большими финансовыми рисками, для которого не требуется привлечение больших инвестиций. Единственный доступный инструмент инвестиций для ИП — договор займа или банковский кредит. Оба эти инструмента не позволяют эффективно развивать бизнес, поскольку несут в себе дополнительные издержки в виде выплаты процентов.

Намного легче и удобнее привлечь инвестиции в ООО. Инвестор взамен своих денег получает долю в уставном капитале фирмы, которая позволяет ему участвовать в управлении обществом. Также ООО предусматривает создание специальных органов управления. Таким образом, можно сказать о том, что общество с ограниченной ответственностью подходит для относительно крупного бизнеса или которому для развития требуются инвестиции, либо связанного с большими финансовыми рисками.

Список литературы:

1. Вестник государственной регистрации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestnik-gosreg.ru/> (Дата обращения 21.11.2017)
2. Национальные счета: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/kv/tab5.htm (Дата обращения 21.11.2017)
3. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года (новая редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/news/18119/> (Дата обращения 21.11.2017)
4. Россия вошла в пятерку стран с крупнейшей теневой экономикой :: Экономика :: РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/30/06/2017/595649079a79470e968e7bff> (Дата обращения 21.11.2017)
5. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. От 30.10.2017) // "Собрание законодательства РФ", 07.01.2002, N 1 (ч. 1), ст. 1.
6. "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. От 29.07.2017) // "Собрание законодательства РФ", 17.06.1996, N 25, ст. 2954
7. Тихомиров М.Ю. Индивидуальный предприниматель: правовое положение и виды деятельности. М.: Издательство Тихомирова М.Ю., 2005. С. 38 — 39.
8. Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ (ред. от 30.10.2017) "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" // "Собрание законодательства РФ", 13.08.2001, N 33 (часть I), ст. 3431
9. "Налоговый кодекс Российской Федерации" от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. От 14.11.2017) // "Собрание законодательства РФ", N 31, 03.08.1998, ст. 3824

ПРОБЛЕМА САМОЗАНЯТОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Митронина М.С.

Нижегородский государственный университет им.Н.И. Лобачевского

Вопрос об определении правового статуса и легализации деятельности самозанятых обсуждался давно. Еще в конце декабря 2013 года президентом РФ было дано поручение правительству определиться с правовым статусом «самозанятых» граждан. Данная необходимость обусловлена тем, что указанная категория лиц не делает пенсионных отчислений, у них отсутствует возможность законно участвовать в гражданском обороте, защищать свои права в суде. Так же это связано с недополучением денежных средств бюджетом из-за «теневой» деятельности самозанятых. По некоторым данным совокупные потери бюджетов ежегодно составляют более 1,2 млрд рублей.

Кто же такие «самозанятые»? На данный момент понятие до сих пор находится в разработке. Минюстом предложено следующее определение - «самозанятые – граждане, отвечающие следующим критериям:

физические лица, самостоятельно осуществляющие на свой риск направленную на систематическое получение прибыли деятельность по оказанию услуг, выполнению работ для физических лиц, основанную исключительно на личном трудовом участии, в том числе во время, свободное от исполнения обязанностей по трудовому договору;

не зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей;

достигшие 16-летнего возраста;

представившие уведомления об осуществлении указанной деятельности в налоговый орган в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Не так давно в СМИ появлялись различные будоражившие общественность сообщения с предложениями по решению проблемы вывода из тени самозанятых – запретить выезд за границу, ввести налог «на тунеядство», лишить их полисов обязательного медицинского страхования. Однако сами законодатели, в конечном итоге, приходили к выводу, что это не только не решит проблему «теневи́ков», но данные положения противоречат Конституции РФ.

В октябре стало известно, что в Совете Федерации РФ рассматривается вопрос о введении патента на самозанятую деятельность. Планируется, что средняя стоимость патента составит 20 000 рублей в год. Так же, самозанятые помимо патента будут уплачивать страховые взносы по пониженной ставке — 5% МРОТ в месяц, из которых 3% пойдет в ПФР и 2% в ФФОМС. Данная мера, как введение патента, видится более благоразумной, нежели предложения о различных запретах и ограничениях прав. В случае получения патента у самозанятых граждан появится возможность на законной основе заключать соглашения и договоры, рекламировать свою деятельность и отстаивать свои интересы в суде.

На сегодняшний день возможность получения патента имеется у 3 категорий самозанятых - репетиторов, лиц, осуществляющих присмотр и уход за детьми, больными лицами, лицами, достигшими возраста 80 лет, иными лицами, нуждающимися с постоянным посторонним уходе по заключению медицинской организации и у домработниц. В ближайшее время планируется дополнить список и внести в него фотографов, водителей, переводчиков. Субъектам РФ по окончании 2017 года будет предоставлено право по своему усмотрению расширять перечень самозанятых.

Так, например, в Рязанской области был принят закон от 3.11.2017 № 77-03, который дополнил федеральный перечень. В список видов деятельности, разрешенных для самозанятых граждан, были включены следующие услуги:

- парикмахерские услуги на дому;
- по маникюру и педикюру на дому;
- по пошиву одежды по индивидуальному пошиву одежды на дому;
- услуги фотографа;
- по ремонту автомобилей;
- по ремонту и обслуживанию бытовой и компьютерной техники на дому;
- по ремонту помещений.

Налоговым кодексом данным лицам предоставлены налоговые каникулы, которые составляют 2 года. По истечении срока налоговых каникул, то есть в 2019 году, самозанятые граждане будут должны или зарегистрироваться в качестве ИП и продолжить деятельность, или прекратить деятельность, которая к тому времени будет расцениваться как незаконная.

На начало года число зарегистрировавшихся составляло всего 40 человек. По состоянию на 1 ноября 2017 года число самозанятых граждан, уведомивших налоговые органы о начале своей деятельности по данным ФНС составляет 739

(граждане РФ-631+иностранцы граждане 108). Так же 20 граждан изъявили желание прекратить деятельность по оказанию услуг.

Если учесть, что согласно экспертным оценкам количество самозанятых по стране составляет от 15 до 22 миллионов россиян, то можно сделать вывод, что самозанятые, по сути, не стремятся заявлять о своей деятельности.

На данный момент непонятно по каким критериям законодатель будет причислять граждан к категории самозанятых. Возможно, таким критерием станет род деятельности, осуществляемой гражданином. Неразрешенным остается и вопрос о том, каким образом будут выявлять таких граждан, и какая санкция будет применена к тем, кто не пожелает выйти из «тени».

Таким образом, вопрос регулирования самозанятого населения все еще остается открытым в законодательной сфере и требует разрешения до вступления изменений в силу.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая. Федеральный закон от 05.08.2000 года № 117-ФЗ (ред. от 27.11.2017)// Собрание законодательства РФ.–2000. - № 32. - ст. 3340
2. Федеральный закон О внесении изменений в статью 2 Закона Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации» [Электронный ресурс]: - Режим доступа: URL: <http://regulation.gov.ru/projects#npa=66723>
3. В Рязанской области стало больше видов деятельности для самозанятых граждан [Электронный ресурс]: - Режим доступа: URL: <https://ip-samozanyat.com/news/v-rjazanskoj-oblasti-stalo-bolshe-vidov-deyatelnosti.html#more-209>
4. Статистика по самозанятым гражданам[Электронный ресурс]: - Режим доступа: URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/selfemployed/

ПРАВОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ РАБОТНИКОВ, НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Репнёва А.М.

Нижегородский государственный университет им.Н.И. Лобачевского

В современном обществе мы часто сталкиваемся с многочисленным нарушением прав лиц, поступающих на работу и работников. От конфликтных ситуаций с работодателями не застрахован ни один работник. Конфликтная ситуация может произойти с поступающим на работу, работающим сотрудником, так и уволенным. Такие ситуации можно решить мирным путём,

но случаются и исключения, поэтому трудовым законодательством работнику предоставлен достаточно широкий круг вариантов защиты трудовых прав.

Понятие «защита трудовых прав работника» можно рассматривать как в широком смысле, так и в более узком.

В узком понимании «защита трудовых прав работника» - обеспечение трудовых прав работников и их защита при нарушении данных прав работодателем [1].

Однако, в широком смысле под защитой трудовых прав следует понимать реализацию защиты прав в трудовой сфере деятельности компетентными органами власти по разрешению споров между работником и работодателем [1].

Основной целью защиты трудовых прав является восстановление прав работника, в области трудового права, а также воспрепятствование совершению правонарушений, со стороны работодателя.

В своей работе, мы хотим подробно рассказать о возможностях и показать различные способы защиты прав лиц, поступающих на работу, и действующих работников.

Итак, раздел XIII Трудового кодекса РФ посвящен защите трудовых прав и свобод граждан, рассмотрению и разрешению трудовых споров. Кроме того, закон устанавливает ответственность за нарушение трудового законодательства.

Статья 352 ТК РФ регламентирует нам основные способы защиты прав работников. К ним относятся:

- самостоятельная защита трудовых прав;
- защита трудовых прав и законных интересов работников профессиональными союзами;
- государственный контроль за соблюдением трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права;
- защита трудовых прав лиц, поступающих на работу и работников в судебном порядке [4].

Проблема защиты трудовых прав и свобод в России актуальна в последнее время. В связи переходом от плановой экономики к рыночной, уровень защищенности лиц наемного труда значительно снизился. Особенно это явно прослеживается у работников, состоящих в трудовых отношениях с частными фирмами и организациями. Бывает так, что работодатели задерживают выдачу заработной платы, навязывая работникам свою волю, понуждают их к какой-либо деятельности, тем самым нарушая требования законов и ущемляя их трудовые права. Поэтому работники довольно нередко используют такой способ защиты своих трудовых прав, как самозащита [3]

Самозащита трудовых прав – это инициатива работника, направленная на охрану своей жизни, здоровья и трудовых прав, с обращением в государственные органы контроля и надзора по соблюдению трудового законодательства или без него. Основной целью самозащиты является защита своих собственных индивидуальных прав в ходе трудовой деятельности работника [2].

Данный способ защиты трудовых прав работников, упомянут впервые в Трудовом кодексе РФ.

Таким образом, самозащита осуществляется работником при совершении непосредственно активных действий, вследствие которых возникают отношения по защите трудовых прав. При этом действия, совершаемые работниками, официально не оформляются, а трудовые отношения осуществляются без участия каких-либо органов. Ч. 2 ст. 379 ТК РФ, предполагает единственную форму защиты трудовых прав гражданина – отказ от выполнения трудовых обязанностей.

Итак, практика показывает, что самостоятельная защита работниками своих трудовых прав и законных интересов часто предшествует рассмотрению индивидуальных трудовых споров, но является достаточно эффективной мерой воздействия, поэтому, не случайно ФЗ № 90-ФЗ от 30. 06. 2006 ставит в статье 352 ТК РФ этот способ на первое место, подчеркнув тем самым его приоритет перед другими способами защиты прав работников [6].

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что работник вправе, самостоятельно защищать свои права, нарушенные работодателем, опираясь ТК РФ, а также другие нормативно-правовые акты, взаимодействующие с такой отраслью права как трудовое право.

Кроме самозащиты, существует и другой способ защиты прав работников.

Федеральным законом от 12.01.1996 N 10-ФЗ "О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности" устанавливает, что профсоюзы имеют право на осуществление надзора за соблюдением работодателями, должностными лицами законодательства о труде в организациях, в которых работают члены данного профсоюза, и имеют право требовать устранения выявленных нарушений.[5]

Люди часто встречаются с различными трудовыми конфликтами, и как показывает практика, работники и работодатели зачастую прибегают к деятельности профсоюзов по решению данных споров. Если сравнивать деятельность профсоюзов в России и европейских странах, то профсоюзное движение нашей страны находится лишь на начальном этапе его развития. Одна

из главных причин, на наш взгляд, – отсутствие профсоюзов во многих организациях и компаниях страны, поскольку это невыгодно работодателям. Во-первых, сама сущность профсоюзов требует соблюдение трудового законодательства. Во-вторых, для создания профсоюза необходимо материально-техническое обеспечение деятельности. Работодатель обязан предоставить определенное помещение для работы профсоюзов, а также для хранения информации. Очевидно, создание профсоюза это лишние затраты для работодателя. [5]

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что в последние годы в России работа профсоюзов не столь эффективна как хотелось бы, и поэтому необходимо немедленно решать данную проблему.

Другим органом, осуществляющим защиту прав работников, является Федеральная служба по труду и занятости населения и его территориальные органы. В настоящее время главный орган государства, деятельность которого связана с защитой трудовых прав работников - Роструд РФ. На основании статистики, Роструд в настоящее время не имеет возможности эффективно реагировать на массовые нарушения трудовых прав работников. Существуют определенные объективные причины, почему все это так происходит в действительности. Начнем с того, в нежелании работников обращаться в органы надзора и контроля.

Именно поэтому, достаточно низко оценивается работа Федеральной инспекции труда (примерно 5% эффективности деятельности, согласно статистике Всероссийского центра изучения общественного мнения).

Необходимо отметить, что в ФЗ от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» (Закон № 294-ФЗ) сказано, что Роструд вправе проводить как плановые, так и внеплановые проверки [7].

К сожалению, в настоящее время работники все реже и реже обращаются за помощью в Роструд. Многие считают, что это лишняя волокита с документами. Часто случается, что работники не хотят портить отношения со своими работодателями, поэтому просто покидают рабочее место, никак не защитив свои права.

Помимо государственных органов, осуществляющих защиту прав работников, в организациях на основании статьи 384 ТК РФ, создаются комиссии по трудовым спорам. Работник вправе обратиться в комиссию в

трехмесячный срок со дня, когда он узнал или должен был узнать о нарушении своего права.

Тем не менее самым действенным способом защиты трудовых прав работников по праву считается судебная защита. Порядок рассмотрения дел по трудовым спорам в судах определяется гражданским процессуальным законодательством РФ.

Итак, работник может быстрее добиться восстановления нарушенных трудовых прав, обращаясь в КТС для решения проблем в области трудового права.

Таким образом, защита трудовых прав работников является, несомненно, злободневной проблемой, поскольку в последние годы происходит значительное количество грубых нарушений трудовых прав граждан. К сожалению, случаи незаконных увольнений, несвоевременной выплаты зарплаты и направление работников в вынужденные неоплачиваемые отпуска приобрели массовый характер. Во многих коммерческих организациях и компаниях трудовые отношения не оформляются в порядке, соответствующем закону.

Защита трудовых прав лиц, поступающих на работу, и работников может стать эффективной лишь в том случае, если законодатель сделает верховенство прав и свобод граждан в Конституции РФ, приоритетной ценностью перед всеми иными правами и будет реализовываться в ходе любой государственно-правовой деятельности.

Список литературы:

1. Орловский Ю.П. Трудовое законодательство: актуальные вопросы: практическое пособие. – 2012. С.126-130.
2. Маврина, С.П., Хохлова Е.Б. Трудовое право России: Учебник / Под ред. С.П.Маврина, Е.Б. Хохлова. М.: Норма, 2012. С. 326.
3. Лебедев, В.М. Трудовое право: Учебник / под ред. В.М. Лебедева. М.: Норма: ИНФРА-М, 2011. С. 154.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.12.2001) (ред. от 29.12.2010) // Справочная правовая система Консультант плюс.
5. ФЗ от 12.01.1996 № 10 «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности» (ред. от 22.12.2014) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 3. – Ст. 148; Российская газета. – 2014. – № 296.
6. ФЗ № 294-ФЗ от 26.12. 2008 «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля».

7. ФЗ № 90-ФЗ от 30. 06. 2006 «О внесении изменений в трудовой кодекс Российской Федерации, признании недействующими на территории Российской Федерации некоторых нормативных правовых актов СССР и утратившими силу некоторых законодательных актов (положений законодательных актов) Российской Федерации».

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОГОВОРА КУПЛИ-ПРОДАЖИ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ

Солина М.В.

Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского

В настоящее время гражданское законодательство называет в качестве отдельных видов договора розничной купли-продажи: договор продажи товара по образцам, дистанционный способ продажи товара (статья 497 ГК РФ); продажа товара с использованием автоматов (498 ГК РФ); продажа товара с условием о его доставки покупателю (499 ГК РФ), и другие. Вместе с тем, дистанционный способ купли-продажи на сегодняшний день пользуется наибольшей популярностью среди потребителей и является одним из перспективных направлений бизнеса.

Нормативно-правовое регулирование такого способа передачи товара покупателю регулируется Гражданским кодексом РФ, Законом РФ «О защите прав потребителей», Постановлением Правительства «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом». Отдельными источниками содержащими правила исполнения такого договора содержатся в Федеральном законе «О рекламе», Федеральном законе «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Кроме того, Роспотребнадзор в свих письмах, содержит отдельные разъяснения связанные с исполнением договора розничной купли-продажи.

При этом, каждый нормативно-правовой акт дает собственное наименование дистанционного способа продажи. Так, например, в Стратегии развития торговли, дистанционный способ продажи именуется дистанционной торговлей. В Гражданском Кодексе РФ и Законе РФ "О защите прав потребителей" такой способ реализации товара именуется дистанционным способом продажи.

Неоднозначное толкование, может расцениваться, как признание законодателем розничной реализации товара дистанционным способом в качестве отдельного самостоятельного вида торговли. Причем, нет единства

мнений и в науке гражданского права. Так, А.В. Величковский говорит о том, что дистанционная торговля - это «любая реализация товара, которая исключает возможность непосредственного ознакомления с продукцией и прямое общение с продавцом». В.В. Шелихов и О.О. Громова считают, что дистанционная торговля является «одной из форм внемагазинной розничной продажи товаров путем их рассылки и доставки по индивидуальным заказам покупателей по указанным ими адресам».

В Законе РФ «О защите прав потребителей» под дистанционным способом купли продажи понимается: «продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора». Именно этого определения на мой взгляд и нужно придерживаться.

Исходя из самого определения розничной купли-продажи товара дистанционным способом вытекает, что заключение указанного договора, а также его исполнение имеет свои специфические признаки. Например, специфическим признаком дистанционной купли-продажи является то, что покупатель не может оценить надлежащим образом качество приобретаемого товара. Заключение сделки осуществляется путем акцепта покупателя на публичную оферту продавца. В соответствии с п. 2 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» покупателю должна быть предоставлена информация об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании продавца, о цене и условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора. При этом, на практике достаточно сложно соблюдение указанных требований продавцами, соответственно, исполнение указанных требований нередко не исполняются продавцами.

Как отмечает Л.У. Махонина «около 80 % реального товарооборота при дистанционной торговле приходится на анонимных продавцов, в связи с чем информация о продавце вообще не представляется или представляется в виде абонентского ящика, что не позволяет идентифицировать продавца и определить надлежащего ответчика по делу». Данный факт свидетельствует о

том, что зачастую потребитель не может воспользоваться своими правами с целью предъявить претензии по поводу качества товара.

Более того, остаётся не урегулированным вопрос несоответствие качества товара (комплектности, цвета, модели), который предлагается в интернет-магазине и который впоследствии получает потребитель. Информация о качества товара зачастую предоставляется просто в недостаточном объеме или является недостоверной. Поэтому, при покупке товара дистанционным способом, покупатель поставлен в такое положение, при котором покупателю необходимо детально изучать информацию о продавце (прежде всего адрес его регистрации), что не может ни сказаться на эффективности развития дистанционной торговли.

Можно сделать вывод, что сама предпринимательская деятельность продавцов должна подлежать более детальному правовому регулированию, поэтому в первую очередь необходимо предусмотреть обязательную регистрацию своего интернет магазина в порядке государственной регистрации, а также обязательную регистрацию в сети Интернет с введением своих паспортных данных.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ(ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2017)// "Российская газета", N 238-239, 08.12.1994.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 01.05.2017) "О защите прав потребителей"// "Российская газета", N 8, 16.01.1996.
3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.03.2017) "О рекламе"// "Российская газета", N 51, 15.03.2006
4. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016)// "Собрание законодательства РФ", 04.01.2010, N 1, ст. 2.
5. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом"// "Собрание законодательства РФ", 08.10.2007, N 41, ст. 4894
6. <Письмо> Роспотребнадзора от 12.10.2007 N 0100/10281-07-32 "О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом"// "Документы и комментарии", N 22, 12.11.2007
7. Приказ Минпромторга России от 25.12.2014 № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015- 2016 годы и период до 2020 года» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».
8. Величковский А.В. Возврат товаров по договору розничной купли- продажи // Гражданское право. 2011. № 1. С. 103-105.

9. Махонина Л. У виртуального продавца – виртуальное качество // ЭЖ-Юрист. 2011. № 46.

10. Фролов И.В. Некоторые аспекты правового регулирования дистанционной торговли в России // Вестник РГГУ: Сер. «Юридические науки». 2016. № 9. С. 189-195.

Секция 14. КУЛЬТУРА И ПСИХОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

«РОДИТЕЛЬСКИЙ ДОМ – НАЧАЛО НАЧАЛ» (РОЛЬ СЕМЬИ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ ИЛЬИ ИЛЬИЧА ОБЛОМОВА – ЗАГЛАВНОГО ГЕРОЯ РОМАНА И.А.ГОНЧАРОВА)

Бацманова В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Ребенок учится тому,
Что видит у себя в дому,
Родители в пример ему.
Себастьян Брандт

Человек – существо социальное. На формирование его личности оказывает влияние всё его окружение, но важная роль в становлении жизненных принципов и этических ценностей принадлежит семье, родному дому, где человек появился на свет, воспитывался и вырос в физическом и нравственном отношении. Родительский дом, питающий нас духовно на протяжении всего жизненного пути, обеспечивает нам моральную поддержку, делает нас смелее и увереннее в себе. Дома мы ощущаем связь с предшествующими поколениями, перенимаем от них житейский опыт, в любой момент можем посоветоваться или попросить оказать помощь. Для каждого из нас родительский дом, наполненный атмосферой уюта, тепла, любви и доброты, является нравственным фундаментом, на котором произрастают все лучшие духовные качества личности.

Подтверждение моей точки зрения можно найти в романе «Обломов». И.А.Гончаров изображает истоки формирования натуры заглавного героя, лежащие в его детстве, проведенном в родительском доме. Автор показывает, как в сонном царстве лени и покоя сложился апатичный и бездеятельный характер Ильи Ильича. Детство Илюша провел в окружении сверхзаботливой маменьки, которая ограждала его от любых попыток проявления самостоятельности. Когда мальчик, бойкий и резвый от природы, хотел сам натянуть чулочки или умыться, его останавливали словами: «А Васька, а

Ванька, а Захарка на что?» [1, 119]. Таким образом, стараниями родителей Илюша научился ничего не делать и стал жить спокойно. Ребенок видел, как отец целыми днями сидел у окна и только раздавал дворовым указания, без которых они вполне могли обойтись, а маменька все время заботилась о приготовлении пищи, обсуждала меню или давала крепостным крестьянам задания, и постепенно становился похожим на своих родителей, которые весь день только раздавали дворовым указания, заботились о еде и много спали. Он видел, как существуют взрослые – ничем не интересуясь и избегая всяких случайностей – и понял, что нужно жить именно так, научился ничего не делать, стал целыми днями лежать на диване, мечтать и молиться. Подобно тому как Илья Иванович так и не отправил письмо Филиппу Матвеевичу, Илья Ильич тоже не ответил на письмо управляющего о преобразованиях в имении.

Параллели прослеживаются и в читательских пристрастиях отца и сына. Илья Иванович иногда читал, хотя ему было все равно, что читать, считая чтение роскошью, «таким делом, без которого легко и обойтись можно» [1, 115]. Он читал все книги «с равным удовольствием», «не выбирая, что попадется» [1, 115]. Илья Ильич «изредка, по указанию Штольца, пожалуй, и прочитывал ту или другую книгу, но не вдруг, не торопясь, без жадности, а лениво пробегал глазами по строкам» [1, 54]. Старик Обломов, как и многие тогда, «почитал сочинителя не иначе как весельчаком, гулякой, пьяницей и потешником, вроде плясуна» [1, 116]. Илья Ильич Обломов пламенно доказывает литератору Пенкину, что в современной литературе «жизни-то нет ни в чем: нет понимания ее и сочувствия, нет того, что там у вас называется гуманизмом» [1, 25]. В искусстве, по его представлениям, должны проявляться человечность и любовь. Обломов, как и отец, читал книги, газеты, если они попадались ему под руку, хотя порой и был способен увлечься новой книгой. Но увлечение быстро проходило, книга оставалась недочитанной, непонятой, и «он уже никогда не возвращался к покинутой книге» [1, 53].

Еще одной причиной, породившей апатичный характер Обломова, было негативное влияние сказок, прочитанных Илюше в родительском доме. В них герою помогала осуществить его мечты фея, золотая рыбка или щука. В бесконечные зимние вечера няня нашептывала ему сказки «о какой-то неведомой стороне, где нет ни ночей, ни холода, где все совершаются чудеса, где текут реки меду и молока, где никто ничего круглый год не делает, а день-деньской только и знают, что гуляют все добрые молодцы, такие, как Илья Ильич, да красавицы, что ни в сказке сказать, ни пером описать» [1, 98]. «Взрослый Илья Ильич хотя после и узнает, что нет медовых и молочных рек,

нет добрых волшебниц, хотя и шутит он с улыбкой над сказаниями няни, но улыбка эта неискренняя, она сопровождается тайным вздохом: сказка у него смешалась с жизнью, и он бессильно грустит подчас, зачем сказка не жизнь, а жизнь не сказка. ... его все тянет в ту сторону, где только и знают, что гуляют, где нет забот и печалей; у него навсегда остается расположение полежать на печи, походить в готовом, незаработанном платье и поесть на счет доброй волшебницы» [1, 99].

Однако не следует думать, что жизнь в родительском доме сформировала только отрицательные качества Обломова. С детства Илюша был окружен безграничной любовью и лаской, что способствовало становлению доброты и гуманности, чистоты и кротости в его характере. Именно этими качествами герой привлекает своих друзей и многочисленных посетителей, которые отмечают его богатую натуру, «внутреннюю вулканическую работу пылкой головы, гуманного сердца» [1, 58], полную «всеобщих человеческих скорбей» [1, 57] душу. «... в нем дороже всякого ума честное, верное сердце! ...никогда Обломов не поклонится идолу лжи, в душе его всегда будет чисто, светло, честно... Это хрустальная, прозрачная душа; таких людей мало; они редки; это перлы в толпе!» [1, 390-391] — говорит о нём Штольц. Все эти положительные качества Ильи Ильича были заложены во время жизни в родном доме. Воспоминания о давно умершей матери заставляют героя затрепетать «от радости, от жаркой любви к ней» [1, 90]. Она любила своего сына страстно и безмерно, и это сформировало его «голубиную нежность» [1, 391], поэтому к нему тянутся все окружающие, и всех он одаряет вниманием и заботой.

Таким образом, не только крепостное право, но и мир народной мудрости, заключенный в фольклоре, формируют характер сказочного ленивца Обломова, живущего, как былинный Илья Муромец, спокойно и несуетно. Поэтичность русской патриархальной природы рождает в нем мечтательность и чистоту нравов, стремление к высокому идеалу и внутреннее чувство свободы. В его представлении о счастье нет места лицемерию, лжи и фальши. Жизнь в деревне, в кругу семьи, любимых жены и детей, друзей, на фоне прекрасной природы и романтической обстановки (книги, ноты, рояль, изящная мебель) — вот рай, в который стремится попасть Обломов, сохранивший в мире живых «мертвецов, спящих людей» [1, 146] «хрустальную, прозрачную душу» [1, 391], «честное, верное сердце» [1, 390], к которому не пристали ни грязь, ни фальшь, ни ложь. Поэтому можно говорить о разностороннем воздействии устоев семьи на формирование характера Обломова, члены которой, каждый по-своему, повлияли на становление личности Ильи Ильича.

В заключение хочется еще раз отметить, что роль родного дома в развитии ребенка невозможно переоценить. Близкие родственники оказывают решающее влияние на формирование духовного мира растущего человека, воспитывая личным примером и собственным отношением к людям и миру. Каждому необходима связь с предками, способствующая духовной уверенности в своих силах и одающая нас добротой, теплом и нравственной стойкостью. Имея родной дом, где тебя ждут, любят и дарят доброту и ласку, любой чувствует себя уверенным в своих силах, смелым и душевно богатым. Поэтому, если люди будут стараться прививать своим детям гуманистические нравственные принципы, то жизнь новых поколений станет лучше.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гончаров И.А. Обломов // Гончаров И.А. Собрание сочинений: В 6 томах. Т. 4. – М., ГИХЛ, 1959. – С. 7-411.

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА

Босецкая И.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рациональное координирование поведения человека, включенного в рабочий процесс, в нынешней экономической реальности играет едва ли не ключевую роль в обеспечении высокого уровня конкурентоспособности экономических объектов, различного уровня.

Вопрос инновации в области управления персоналом, без сомнения стоит в ранге приоритетных задач у большинства Российских компаний. Пересмотр методов управления человеческими ресурсами, не отвечающих состоянию внешней среды, становится одним из существенных признаков современной общества. Исследование возрастных особенностей мотивации трудовой деятельности, в этой связи приобретает особую значимость.

Цель профессионализации систем управления персоналом состоит в обеспечении скоординированного формирования конкурентоспособного трудового потенциала.

Трудовое поведение представляет собой комплекс интенсивных действий работника связанных с применением им профессиональных способностей по отношению к целям и намерениям.

Мотивационный механизм трудового процесса, представляет собой особую конструкцию, в которой постоянно взаимодействуют внутренние и внешние факторы. Именно они направляют поведение человека на достижение определенной цели.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. М.: Наука, 1990.
2. Крайг, Г.Д. Психология развития / Г. Крайг, Д. Бокум. – СПб.: Питер, 2004.
3. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Смысл, 2004.
4. Маслоу, А.Х. Мотивация и личность / А.Х. Маслоу. – СПб.: Питер, 2011.
5. Прохорова, М.В. Эффективная система оплаты труда: разработка и внедрение / М.В. Прохорова. М.: Омега-Л., 2008.
6. Ядов В.А. Мотивация труда: проблемы и пути развития исследований // Советская социология. М., 1982. Т. 2.

ВЛИЯНИЕ ДЕНЕГ НА ДУХОВНУЮ ЖИЗНЬ ОБЩЕСТВА

Васина Е.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Что такое деньги? Деньги - это особый товар, являющийся всеобщим эквивалентом стоимости других товаров и услуг. Конечно же, в настоящее время люди не могут представить свою жизнь без денег. Они стали неотъемлемой частью экономики, культуры и мира в целом. В научной литературе деньги исследуются в двух направлениях: 1) как экономический фактор, влияющий на рыночные и общественные процессы; 2) как социальное явление, результат усложнения социальных отношений и связей. Экономическая роль денег в рыночной экономике состоит в том, что человечество экономит большое количество ресурсов, которое оно могло бы потерять при совершении товарообмена. Именно деньги являются катализатором экономического прогресса общества. Наличие всеобщего эквивалента позволяет субъектам рынка относительно просто составлять количественные пропорции в товарообменных операциях. В экономике выделяют следующие функции денег: средство обращения, средство накопления, мера стоимости. С развитием глобализации понятие денег всё чаще

мыслится в экономической интерпретации в качестве финансов. Финансы – это денежные отношения, возникающие в процессе хозяйственной деятельности.

Несомненно, появление денег дало толчок для развития не только экономических отношений и связей, но и социальных. Социология указывает на такие функции денег, как историко-культурологическую, статусную, социально-стратификационную, регулятивно-поведенческую, конфликтогенную, нравственную [1]. Рассмотрим подробнее нравственную функцию денег.

Нравственная функция в своей реализации довольно противоречива. Деньги, с одной стороны, разжигают подлые чувства людей: корысть, злость, недоверие, жадность, стремление обогатиться любой ценой, вплоть до преступлений, и ведут к коррупции и к масштабной криминализации общества. В современном мире мы можем всему дать цену, будь то товар или услуга. А порой у людей настолько сильно затуманивается рассудок, что они считают, будто можно соизмерить счастье или любовь с каким-либо количеством денег.

Можно наблюдать, как у многих современных людей главной жизненной целью становится желание заработать как можно больше денег, чтобы купить всё, что захочется. В этой погоне за деньгами люди иногда упускают моменты из своей жизни, которые уже никогда не повторятся. Так, например, молодая женщина, обладая стремлением построить карьеру и добиться успеха и хорошего заработка, не видит, как растёт её ребёнок. Сейчас стало модным нанимать для детей няню, но чужая женщина не может привить к ребёнку ту ласку и любовь, что должна дать мама. Итак, мы видим, что духовные ценности человека утратили своё первоначальное значение и отошли на второй план.

С другой стороны, деньги являются стимулом деловой активности и экономической свободы, трудового поведения человека, основой развития его мыслительных способностей. Так и известный немецкий социолог Георг Зиммель в своей работе «Философия денег» рассматривал деньги как интеллект, развивающийся параллельно с ростом свободы и возрастанием индивидуализации членов социальных групп [2].

Деньги также влияют на мировоззрение человека, поэтому взгляды на жизнь у бедного и богатого – разные [3]. Богатые люди считают, что они сами могут решить, что будет в их жизни, и какой она станет, а бедные, наоборот, думают, что они не имеют возможности изменить свою судьбу и статус. Люди с хорошим достатком умеют рисковать, надеяться на себя, они не боятся терпеть неудачи и проигрывать, а другие считают себя неудачниками и не пытаются реализовать свои мечты и планы, ожидают помощи со стороны.

Культурологическая интерпретация денег связана с их «качественной ценностью», пренебрежение которой приводит к противопоставлению экономики культуре. Нельзя всё измерить деньгами, поэтому стоит производить моральную оценку происходящих в мире процессов. Считается, что культура даёт предпосылки для формирования отношения человека к деньгам, но и сам человек с деньгами формирует культуру. Например: сегодня на радио, по телевизору, в интернете можно услышать много бессмысленных и безвкусных песен. Однако некоторым людям нравится эта музыка, поэтому можно сказать, что этот тип музыки формирует своего слушателя, то есть культура формирует человека. С точки зрения экономических отношений складывается ситуация, когда на рынке повышается спрос на такие песни, поэтому певцам и композиторам приходится сочинять и исполнять плохие песни, но которые востребованы и приносят доход, в этом случае деньги формируют культуру.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что деньги имеют тесную взаимосвязь с нравственными принципами, мировоззрением, культурой. Деньги посредством рыночных механизмов могут способствовать деградации духовной жизни общества, но с другой стороны, правильное использование денег приведёт к росту и улучшению массовой культуры и других духовных составляющих общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Силласте Г.Г. Социальные функции денег в условиях экономических реформ / Г.Г. Силласте // Денежные реформы в России: История и современность: Сборник статей. – М.: Древлехранилище. – 2004. – 280 с.
2. Зиммель Г. Философия денег / Г. Зиммель // Избранное. Проблемы социологии. – Режим доступа: <http://profilib.com/chtenie/59862/georg-zimmel-izbrannoe-problemysotsiologii.php>
3. Мировоззрение бедного и богатого человека. – Режим доступа: <https://self.wikireading.ru/13311>

УСЛОВИЯ ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ ПОДРОСТКА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Городнова Т.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном обществе чрезвычайно актуальна проблема личностного развития подрастающего поколения. Развитие общественных отношений, многообразие социальных изменений в стране требуют умения адаптироваться к новым условиям, проявлять самостоятельность, инициативность, интеллектуальную активность, ответственность, что является неотъемлемыми качествами развивающейся личности.

В педагогической и психологической науке растет внимание к аспектам личностного развития детей. Однако благоприятные условия для такого развития раскрыты и обобщены ещё недостаточно. Попытаемся в какой-то мере восполнить этот пробел.

Процесс личностного развития Л.С. Выготский определял как процесс построения сложных психологических систем – процесс синтеза высших психических функций человека, опосредованный совокупностью внутренних и внешних условий, названной им социальной ситуацией развития [1].

Внутренние условия и источники развития - личностное здоровье, внутренние желание и стремление развивать себя (в особенности потребность в самоактуализации), проявляющиеся в активном личностном росте [2].

Внешние условия и источники развития личности - воспитание родителей, влияние социальных институтов (детский сад, школа, ВУЗ и т.д.), непосредственное окружение, требования профессионального роста.

Целью предлагаемой статьи является рассмотрение и анализ внешних и внутренних условий развития личности детей подросткового возраста.

Подростковый период - время перехода на качественно новый уровень самосознания. В культурно-исторической концепции Л. С. Выготского самосознание является основным моментом развития личности [1]. По мнению Л. И. Божович, подросток, вступая на новый этап развития, проявляет потребность познать самого себя (исследовать свои психические процессы и личностные особенности), у него развивается стремление к самоутверждению и самовоспитанию [3]. Подросток ищет себя, сопоставляя со сверстниками и взрослыми. В его психологическом развитии происходят важные события: актуализация собственного «Я» и начало формирования мировоззрения. Он начинает понимать собственную ценность, уникальность и неповторимость. Фокус формирования самооценки подросток переводит с ориентации на оценки взрослых к собственным критериям оценивания своего поведения и личности в целом. Важным условием развития личности становятся развитие процессов сознания, самопознания, самовоспитания.

Подростковый возраст характеризуется ярко выраженной потребностью общения со сверстниками, сопоставлением себя с коллективом. По исследованию Д.И. Фельдштейна потребности в социально-ориентированной форме общения проявляется у 51% подростков, а случаи реального общения зафиксировано лишь у 13%. Наличие же стихийно-группового общения отмечено у 56% детей 11-15 лет при соответствующей потребности только у 15% [4]. Данные результаты говорят об отсутствии в обществе в достаточной мере детских организаций и самостоятельных объединений для реализации потребностей подростков в социализации. Такое положение осложняется дефицитом положительного влияния на детей таких институтов как семья, образовательно-воспитательные учреждения, средства массовой информации, учреждения культуры, оказывающие непосредственное влияние на направленность личностного развития. Нестабильность экономического и социального положения в стране, снижение духовных запросов вызвало трансформацию личностно-нравственных качеств людей. Это повлекло повышение числа проявлений цинизма и жестокости и в подростковой среде.

Наличия в обществе возможностей для воплощения стремления подростка в самореализации требует и его потребность в самоактуализации, являющейся необходимым условием развития личности. При динамичности, сложности и противоречивости современного мира важное значение приобретают высокий интеллект личности, волевые качества для развития и реализации способностей и талантов. От этого зависит благосостояние и успешное развитие общества в целом, а также уровень качества жизни. Соответственно актуальным является вопрос развития у школьников интеллектуальных и креативных возможностей для их самореализации в творческой и будущей профессиональной сфере деятельности. Поэтому изучение и создание условий, способствующих развитию познавательного интереса и воплощению интеллектуально-творческого потенциала личности, остаётся одной из актуальных проблем в российском образовании. В развитии творческих способностей обучающихся важно уделять внимание личностным факторам – интересам, мотивации, креативности, волевым качествам. Для определения интересов и способностей необходимо проводить соответствующие тренинги, профориентационное тестирование, что позволит выявить потенциал каждого ребёнка и склонности к той или иной сфере деятельности [5]. Раскрытие талантов ребёнка для их последующего развития становится важным направлением работы образовательных учреждений.

К благоприятным условиям, создаваемым в школе для развития личности, можно отнести комфортное самочувствие подростка в школьных коллективах, высокий уровень воспитательного потенциала у педагогов школы, применение разных видов совместной деятельности педагогов и школьников [6].

При самоактуализации важна потребность подростка в позитивном внимании, как со стороны самого себя, так и со стороны других людей. В соответствии с теорией К.Роджерса, для ребенка значимым является отношение близких людей, в особенности родителей. При озабоченности взрослыми только материальным благополучием, при недостаточном внимании созданию условий для психического здоровья ребенка, дети чувствуют себя отверженными. Подростку важно признание взрослыми его прав. Он ожидает понимания и поддержки своих стремлений и желаний. В условиях принятия, доверия и уважения со стороны значимых взрослых (безусловное позитивное внимание), формирующаяся Я-концепция ребёнка будет соответствовать его врожденным потенциальным возможностям [7]. Под принятием здесь понимается признание его безусловной ценности. Такие отношения создают ощущение безопасности, а чувство защищенности, вытекающее из любви и уважения, составляет важную часть помогающих отношений. Однако, если ребенку позитивное внимание оказывается с условием, например: «Если ты будешь хорошим, то буду тебя любить» (обусловленное позитивное внимание), тогда его Я-концепция будет в большей мере определяться социумом, чем его врожденными потенциальными возможностями. Если поведение подростка оценивается как недостойное, а он сам подвергается критике и негативной оценке, то возникают конфликтные ситуации. Он испытывает тяжелые внутренние переживания: тревожность, приводящую к защитным механизмам, чувство неполноценности и одиночества. В результате защитных реакций поведению может быть свойственна жестокость и антисоциальность.

Данный подход к воспитанию вовсе не характеризуется отсутствием дисциплины, необходимых форм ограничений и контроля поведения. Он означает создание условий, в которых ребенка ценят и любят просто за то, что он есть. Детям, воспитывающимся в такой атмосфере, свойственны способность к пониманию других, гибкость мышления, адаптируемость, уверенность в себе, уравновешенность, индивидуальность, креативность (склонность к созданию новых и эффективных идей и вещей) [7]. Таким образом, принятие, понимание подростка, создание с ним доверительных отношений способствует раскрытию его интеллектуально-творческого потенциала, что в свою очередь формирует основу для его становления как полноценно функционирующего взрослого.

Безусловное позитивное внимание к себе так же обеспечивает раскрытие естественной потребности к самоактуализации. Это способствует развитию цельности личности, которой присущи самоуправляемость и уверенность в себе, способность проявлять себя, понимать и принимать других людей, успешно и спокойно решать жизненные задачи.

Подводя итоги, отметим, что современные подростки оказались в непростом положении. С одной стороны их стремление к самоутверждению, самоактуализации, потребность в причастности к обществу стимулируется окружением, а с другой – конфликтует, во-первых, с недостатком понимания, уважения со стороны взрослого сообщества, которое не выделяет самостоятельность, общественную ценность растущего человека; во-вторых, с отсутствием достаточных условий для раскрытия и реализации духовного, интеллектуального и творческого потенциала. Данное несоответствие создаёт условия для замедления личностного развития подростков, мешает им занять активную социальную позицию в обществе. Нет сомнений в том, что эта проблема носит комплексный характер и ее нужно решать на социальном и психологическом уровнях. В социальном плане необходим комплекс мероприятий со стороны государства, а в психологическом отношении важно качество взаимоотношений с подростком в семье и школе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Выготский Л.С. Педология подростка // Собр. соч.: в 6 т. М.: Педагогика, 1984. Т. 4. 432 с.
2. <http://www.psychologos.ru/articles/view/mehanizmyzpt-usloviya-i-istochniki-razvitiya-lichnosti> (дата обращения: 05.11.2017).
3. Божович Л.И. Этапы формирования личности в онтогенезе// Божович Л.И. Избранные психологические труды. — М., 1995.
4. Фельдштейн Д.И. Особенности стадий развития личности на примере подросткового возраста // Хрестоматия по возрастной психологии: учеб. пособие для студ. М.: Ин-т практ. псих., 1996. С. 223–233.
5. Прихожан А.М., Толстых Н.Н. Подросток в учебнике и в жизни: кризис тринадцати лет // На пороге взросления: сб. Материалов. М.: МГППУ, 2011.
6. <https://infourok.ru/material.html?mid=61527> (дата обращения: 06.11.2017).
7. <http://psychojournal.ru/psychologists/341-karl-reansom-rodzhers-fenomenologicheskaya-teoriya-lichnosti.html#t> (дата обращения 03.11.2017).

ВОЛОНТЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР, ПОЗИТИВНО ВЛИЯЮЩИЙ НА АДАПТАЦИЮ ДЕТЕЙ-СИРОТ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ЖИЗНИ

Джафаров Эльтун Азер Оглу

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Волонтер, в переводе от латинского означает «доброволец». Доброволец выполняет широкий круг задач, которые включают в себя традиционные формы безвозмездной помощи, осуществляющиеся во благо общественности. Добровольцы осуществляют благотворительную деятельность. Волонтерская деятельность оказывает положительное влияние, как на формирование общества, так и психологически благополучное формирование самого волонтера как личности. Волонтерство является одним из значимых форм проявления социальной активности индивида не только в нашей стране, но и во всем мире. Начиная с 2006 г. постановлением Правительства РФ были утверждены основные направления государственной молодежной политики, одним из приоритетов которой названо системное вовлечение молодежи в общественную жизнь, развитие и поддержка молодежных инициатив, направленных на организацию добровольческого труда молодежи. Деятельность волонтера была в центре внимания отечественных и зарубежных психологов. Авторы, в частности Хаджи Алиев К.И. и Айгубов Л.С., в своих работах делают акцент на социальной активности волонтера, а деятельность волонтера рассматривается как способ проявления социальной активности. Исходя из выводов, сделанных по исследованиям волонтерской деятельности, можем подчеркнуть, что волонтерскую деятельность можно рассматривать как психолого-педагогический ресурс для приобретения участниками жизненного и практического опыта. Также можно подчеркнуть реализацию волонтерами нравственных ценностей и воспитание профессионально значимых личностных качеств. Термин «активность» широко используется в различных системах науки как самостоятельно, так и в качестве дополнительного в различных сочетаниях – активный человек, активная жизненная позиция, активное обучение.

Волонтерство - деятельность, основанная на взаимопомощи. Целью написания этой статьи является изучение влияния волонтерской деятельности на психологическое благополучие детей-сирот. Проблемы, возникающие с адаптацией детей-сирот к самостоятельной жизни, отсутствие у детей-сирот

необходимого практического и жизненного опыта и необходимость воспитания значимых личностных качеств наталкивают на необходимость внедрения их в волонтерскую деятельность. Сложности в адаптации выходцев из детского дома заставляют размышлять над причинами, приводящими к таким проблемам, а также над поиском решения этой проблемы. Трудности адаптации состоят в следующем:

После выхода из детского дома дети-сироты продолжают жить такими же группами из детей-сирот, не обустроиваясь при этом самостоятельно. После индивидуальной беседы с детьми из детского дома 1999-2000 года рождения было обнаружено явное негативное отношение детей-сирот к разделению общества детей такого же возраста на два фронта: «детдомовские» и «домашние». Таким образом, обществом происходит разделение детей на так называемых «детдомовских» и «домашних», что приводит к возникновению проблем в социальной адаптации детей-сирот. Получая отпор от общества, от так называемых «домашних» детей, дети сироты остаются одни в огромном мире, что и наталкивает их на нахождение «себе подобных» и продолжение жизни за границами детского дома группами из таких же детей-сирот, которые, в большинстве случаев находятся на одинаковом уровне интеллектуального развития.

Пассивность, был отмечен многими исследователями среди наиболее выраженных особенностей психологического развития воспитанников детских домов как один из наиболее тревожных и устойчивых признаков. При рассмотрении пассивности, обратим внимание на два понятия – на общение и на познавательную активность. Общение в этом случае понимается как взаимодействие двух или нескольких людей, в ходе которого они относятся друг другу как особые субъекты, и рассчитывают на такое же взаимное отношение к себе партнера. Общение осуществляется многочисленными способами, обеспечивая при этом передачу информации между людьми. Характерной чертой коммуникативных действий считается направленность на другого человека как на свой объект. Познавательная активность понятие синонимичное любознательности, активности к познанию другого человека, любопытство или внутренняя готовность к познавательной деятельности. Сниженная познавательная активность и пассивность характеризуют «детдомовских» детей.

Анализ работ, указанных в хрестоматии Мухиной В.С. «Лишенные родительского попечительства», по исследованиям особенностей общения со

взрослыми «детдомовских» и «домашних» детей позволило сделать следующие выводы.

1. «Домашние» дети более гибко строят свою коммуникативную деятельность, чем дети «детдомовские», полнее учитывая особенности поведения взрослого. Чутко реагируют на внимание, похвалу и порицание, в то время как «детдомовские» дети слабо различают оттенки отношения взрослого.

2. «Домашние» дети, по сравнению с «детдомовскими», намного быстрее вступают в контакт, гораздо интенсивнее общаются, обнаруживая, повышенную инициативность.

3. Инициативность детей зависит от активности взрослого, но инициативность «домашних» детей обратно пропорционально активности взрослого, а «детдомовских» прямо зависит от активности взрослого.

Для подтверждения гипотезы, о положительном влиянии волонтерской деятельности на социальную адаптацию, познавательную активность ребенка сироты было проведено небольшое исследование. В исследовании принимали участие 16 детей-сирот из детского дома группы «Постинтернат». Группа Постинтернат - это группа, состоящая из детей-сирот в возрасте 16-19 лет. В начале проводилась диагностика этих детей при помощи Теста ММРІ «Смил» в адаптации Л.Н.Собчик, которая состоит из 566 утверждений. Также нами был проведен Цветовой тест Люшера, относящийся к проективным методикам.

В результате исследования были выявлены следующие общие характеристики детей постинтернатной группы, некоторые из которых я выделю тут.

Таким образом, у детей-сирот постинтернатной группы было выявлено:

- 1) Снижение эмоционального подтекста межличностных контактов.
- 2) Эмоциональная отгороженность.
- 3) Потребность в большей эмоциональной вовлеченности.
- 4) Потребность в Общении.

Выявленные результаты натолкнули нас на создание программы по внедрению детей-сирот постинтернатной группы в волонтерскую деятельность, работа по которой на данный момент протекает успешно. Дети-сироты проявили заинтересованность во внедрении в волонтерские организации, в каждой из которых начали волонтерскую деятельность два ребенка постинтернатной группы. Такое разделение детей по волонтерским организациям способствует в первую очередь их взаимодействию с так называемыми «домашними» детьми, что в самостоятельной жизни

поспособствует их социальной адаптации и предотвратит образование групп из детей-сирот после выпуска из детского дома.

В сфере общения детей со сверстниками можно сделать следующие выводы:

Как говорили ранее, волонтерская деятельность способствует развитию активности к познанию мира, социальной активности, что подчеркивает необходимость внедрения «детдомовских» детей в волонтерскую деятельность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Научно-Исследовательская Работа, Есина С.А., Есина О.В., «Волонтерство как форма социальной активности молодежи».
2. «Лишенные родительского попечительства», Хрестоматия. Учеб. Л67 пособие для студентов пед. ун-тов и ин-тов/Ред.-сост. В. С. Мухина.—М.: Просвещение, 1991.—223 с
3. Абульханова - Славская К.А. Стратегия жизни. – М.: Изд-во «Мысль», 1991. – 160 с.

КОММУНИЗМ КАК ИСТОК ПОРОЖДЕНИЯ КУЛЬТУРНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ СМЫСЛОВ

Дорошин И.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Аннотация. Коммунизм определяется как общественный строй и вид идеологии. С этой точки зрения он достаточно хорошо изучен. Однако в стороне остаются вопросы, связанные с коммунистической психологией, влияющей на формирование особого культурного генотипа личности. Вопросы психологического «недовольства коммунизмом» также требуют своего рассмотрения и размещения в актуальном общественном контексте.

Ключевые слова: коммунизм, психология, культурология, эвристика, генотип.

Эвристический потенциал социологической трактовки такого сложного понятия, как «коммунизм» представляется сейчас исчерпанным. Однако его ретроспективный анализ представляется необходимым и даже неизбежным. Изучение коммунизма ведет к самопостижению русского человека, обращает его к истории, по поводу которой сейчас написано и наговорено много ложно-субъективного, особенно по отношению ко времени Советской эпохи. По сути,

коммунизм как часть национальной судьбы, предстает как открытый процесс. Таковым Арнольд Тойнби считал любые духовные операции, которые происходят в человеческой душе, трансформируясь в опыт и откликаясь различными проявлениями. Используя логику этого британского философа и социолога, можно считать, что коммунизм стал эпицентром раскола русской души и отразился в расколе общественной жизни [1,358].

Уже обозначенный исходный тезис задает психологический метауровень исследования коммунизма как современной психологической проблемы. В нашу задачу входит также рассмотрение субъект-объектной дихотомии коммунизма как пространства его идей и как поле возникновения особого типа людей, сформированных идеями коммунизма. Это подразумевает разговор о новом психологическом типе личности, с обновленными правилами и принципами бытия в государстве. Принять хотя бы во внимание пример СССР, где в жизнь был претворен главный принцип социализма: «От каждого – по способностям, каждому – по труду». Он заключал в себе заинтересованность членов общества в результатах труда, сочетал в себе личные и общественные интересы, а также служил стимулом подъема экономики и благосостояния народа. В этом заключалась цель социализма, как первой ступени к коммунизму, – полное удовлетворение растущих материальных и культурных потребностей народа путем непрерывного развития и совершенствования общественного производства.

Гносеологический подход к коммунизму раскрывает его идеалистическую сущность извечного народного стремления к общему благу. Марксизм трансформировал этот опыт в особый вид идеологии, распространившейся с 40-х гг. XIX века. Разрыв между общедоступной и политической компонентой коммунизма создал большой контекст его возможностей и причин их невоплощенности, а также массив понятийных интерпретаций, извративших суть феноменальных свойств коммунизма как особого нравственно-психологического состояния человечества.

Коммунизм как система реакций и действий человека, определяющих его жизненную мотивацию, изучен далеко не полностью, больше на описательно-биографическом уровне. Однако все три метода, признанные сегодня основой мотивационного поведения – принуждение, убеждение, побуждение - получили свое воплощение в практике коммунистического строительства и представляют большой интерес для социальной теории личности в современных условиях. Любопытно, что сегодня многие демократические общества, выстраивают свою политику на принципах коммунистического начала, заимствуют тот базис и

положения, которые были заложены классиками марксизма-ленинизма, при этом пренебрегая и призирая саму догму этой формации.

Концептуальные проблемы коммунизма, связанные с человеческой психикой, создают психоаналитический механизм «проекции» -артикуляция, приписывание другим и опровержение, о чем писал Ассен Игнатов в связи с судьбой знаменитого коммунистического «еретика» Николая Бухарина [2, 131]. Так коммунизм, интерпретируемый в «человеческом ключе», создает особый вид психологической антропологии, имеющей в наши дни актуальное звучание в связи с вопросом, куда идет человек. Идеология в таком ракурсе имеет не столь мобилизующую роль, сколько открывает горизонт универсальных ценностей, выступающих ориентирами личного и общественного поведения, а также отношения к миру и месту в нем отдельной личности.

Следовательно, в таком понимании коммунизм предстает как открытая система, порождающая все новые и новые смыслы, обретая научный статус не только в социологии, но и в психологии, культурологии, истории и др. Его теоретическая значимость не исчезает, а лишь обогащается все новыми проблемами. Для этого следует преодолеть социально-философский скептицизм в отношении завоеваний коммунистической мысли и признания его фундаментального основания иллюзией. Как отмечает Т.И. Ойзерман, прогрессирующее познание» способно преодолеть и не преодолеть собственную ограниченность [3, 14]. Сходная проблема стоит и перед теми, кто посвящает себя изучению влияния коммунизма на личность в её современном культурно-психологическом состоянии.

Предлагаемая публикация лишь обрисовывает круг проблем, связанных с этой широкой темой, разработке которой будет посвящено в дальнейшем отдельно научное исследование.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Тойнби А.Дж. Постижение истории. М.: Прогресс, 1991, 736 с.
2. Игнатов Ассен. Революция пожирает своих вундеркиндов. Случай Бухарина с психологической точки зрения // Вопросы философии ,2004, №6.С.131-147.
3. Ойзерман Т.И. Амбивалентность философии. М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2011, 400с.

«КАТЕГОРИЯ ВЕЖЛИВОСТИ, КАК ФАКТОР УСПЕШНОСТИ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ»

Евстратов Д.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Величайшие умы человечества задолго до сегодняшнего дня рассуждали о проблеме нравственности, от Сократа до Льва Толстого, а в частности проблеме вежливого поведения. В нашей статье я постараюсь показать то, что Вежливость влияет на успешность людей, особенно молодых. Обратимся к некоторым жизненным наблюдениям. В школе, мой друг мне рассказал историю о том, как он пытался добиться справедливости в рамках школьной системы оценок и исправить злосчастную «3» на «4», а то и на «5»! Он был воспитан, но по темпераменту практически чистый холерик и к тому ещё и скептик; думал, что всегда был прав и до конца стоял на своём. Подойдя к преподавателю, тогда это была математика, попробовал оспорить ее решение. Учитывая его описанный ранее характер, он начал ей упорно утверждать, что он прав, а она лишь часть этой несправедливой системы, результат: испортил отношение с учителем, а оценка как была «3», так и осталась. Как итог, его модель поведения в той ситуации, а именно грубая и невежливая настойчивость, не привела ни к какому успеху, а даже наоборот.

Вспоминается другая история, которую на мастер-классе в Москве поведала Ирина Хакамада. Ее пригласили в ресторан. Она не знала цели, которую преследовал пригласивший её мужчина. Оказалось, что он упорно пытался её убедить в том, что она недальновидная и то, чем она занимается, бесполезная трата времени. С одной стороны, да, как минимум это неприятно, но она не стала доказывать ему -понимая, что это бесполезно, напротив, она вежливо спросила «а вы сами-то чем занимаетесь?». И вот тут он начал говорить взахлёб о своём бизнесе: он делал офисные помещения за 50% от выручки фирмы, но необычные, а в виде стеклянных шаров. Форма шара предполагала, что он платил только за землю, а не за воздух внутри шара. Таким образом, Хакамада нашла весьма интересный новый бизнес-контакт, просто вежливо поинтересовавшись, не проявляя своего эго.

Вот перед нами две истории с разными результатами. Таким образом, вежливость может являться ключом к успеху человека, особенно на общем фоне «тотальной необразованности» молодых людей.

«Значение категории вежливости». Обратимся к истории слова. Ожегов дает определение: «Соблюдающий правила приличия, воспитанный, учтивый». (ист. №1) Другими словами, вежливость можно представить, как единство трёх элементов, описанных Ожеговым, а именно, соблюдение правил приличия(этикет), воспитание и учтивость. Разберём каждое из них.

1. Правила приличия (этикет и мораль) - фундамент «внутреннего Мира человека». Без фундамента не построишь надежного дома. Всегда приятно общаться с человеком, соблюдающим правила приличия, он не оскорбит, будет тактичен и деликатен. Соответственно, когда такие люди о чём-то просят, им намного приятнее помогать.

2. Много о «питательной среде», родители играют основную роль в воспитании человека, а его стержень и основы формируются ещё до 7 лет. Об этом писали многие психологи и педагоги, в том числе и Макаренко А.С в своей «Книге для родителей». Воспитание человека показывает другим людям, насколько ему можно доверять, его меру личной ответственности и многие другие личностные факторы, сильно влияющие на отношение к нему. Особенно в вопросах коммуникации (общения), а мы знаем. 80 успеха-это правильно выстроенные коммуникации.

3. Учтивость, а другими словами уместность, быть к месту, учитывать обстановку. Важно, когда происходит учет интересов, дел и личного времени, но не стоит обращаться в маршрутке к людям: «Извините, извольте передать за проезд, если это вас не затруднит, мерси», а то ещё за городского сумасшедшего сочтут, поэтому важно осознавать где, как и с кем тыходишь в контакт.

Ожегов понимал вежливость, как единство правил приличия, воспитания и учтивости. Это позволяет другим людям чувствовать себя комфортнее, что их уважают, вызывающее их расположение к вам, а значит успешным коммуникациям. Вежливость – это не только красота, она имеет практическую сторону.

«Интеллигентность как проявление вежливости к людям и самому себе». Д.С Лихачёв, о проявлении вежливости у молодых людей, «Письма о добром и прекрасном». Во всех письмах красной нитью прослеживается тема вежливости. Основа в 12 письме «ЧЕЛОВЕК ДОЛЖЕН БЫТЬ ИНТЕЛЛИГЕНТЕН». В данном письме автор рассматривает вежливость как важную составляющую интеллигентности, позволяющую добиться позитивного восприятия окружающих. Он даёт следующее понятие интеллигентности: «Интеллигентность – это способность к пониманию, к

восприятию это терпимое отношение к миру и к людям». Автор отмечает далее: «Дело в том, что злобная и злая реакция на окружение, грубость и непонимание других – это признак духовной слабости, человеческой неспособности жить...». (1, с.5) Можно заметить, что несоблюдение правил вежливости показывает человека как духовно слабого и неспособного жить. «Приветливость и доброта делают человека не только физически здоровым, но и красивым. ... Лицо человека, искажающееся злобой, становится безобразным, а движения злого человека лишены изящества – не нарочитого изящества, а природного, которое гораздо дороже. Социальный долг человека – быть интеллигентным». (1, с.5) Рассуждая над этим высказыванием, волей-неволей начинаешь задумываться о связях между интеллигентностью понятия вежливости, но как воспримут человека красивого и приветливого и как воспримут человека, лицо которого «искажающееся злобой становится безобразным»? Дмитрий Сергеевич Лихачев упомянул также о том, что «приветливость и доброта» делают человека физически здоровым.

Но не менее важная тема поднимается академиком в письме восемнадцатом «О ВОСПИТАННОСТИ». Рассмотрим письмо семнадцатое «УМЕТЬ СПОРИТЬ С ДОСТОИНСТВОМ». Лихачёв отмечает: «Лучше всего проявляет свою воспитанность человек, когда он ведёт дискуссию, спорит, отстаивая свои убеждения. В споре сразу же обнаруживается интеллигентность, логичность мышления, вежливость, умение уважать людей и... самоуважение». На мой взгляд, менее грамотно и достойно вести дискуссию- прямой путь к личному успеху, и пример с Хакамада, это ярко подтвердил.

Таким образом, вежливость, как модель поведения человека, способствует личностному, физическому, и моральному развитию, позволяющая зарекомендовать себя с лучшей стороны при коммуникации с людьми.

Коммуникация- залог успеха человека, ну а если данными навыками будет обладать представитель молодёжи, то его перспективы увеличиваются в разы! Успех – это 80% коммуникации и 20% профессионализма, как справедливо заметил Дейл Карнеги. «Вежливость с точки зрения “Рисовой” и “Пшеничной” культуры» Ирина Хакамада, является представительницей соединения так называемой «рисовой» и «пшеничной» культур, как соединение Востока и Запада. В своей книге «Дао Жизни», она говорит о том, что «Коммуникация – 95% нашего успеха» (2, с.14), а также: «Летает тот, кто слушает и слышит, кто изучает среду и налаживает контакты, кто правильно задаёт вопросы и получает знания и связи легко и бесплатно. Лучше тот, кто,

храня себя, умеет пожать руку и выразить своё уважение.» (2, с.14). Вежливость -основа коммуникации, по ее мнению, «львиная доля» (95%) успеха, следовательно, «львиная доля» личного успеха каждого. В главе «ДАО КОММУНИКАЦИИ»: «... нужна терпимость к людям, не зацикливайтесь на себе; проблемы есть у всех, а не только у вас; включите интерес к людям». (2, с.59)

«Обсуждение вопроса категории вежливости на конференции TEDx» Селесты Хэдли на конференции TEDx в мае 2015. Темой её выступление было «10 способов стать хорошим собеседником», где она говорит: «Первое: не делайте несколько дел одновременно. И это касается не только ваших сотовых, а также других вещей, которые мы обычно теребим в руках. Не отвлекайтесь от беседы. Присутствуйте в разговоре ... Нельзя присутствовать наполовину.» Тем самым, отвлекаясь от разговора на что-то постороннее, мы поступаем невежливо по отношению к собеседнику, проявляем неуважение к нему. «Второе: не нужно важничать и умничать...». Как уже было сказано, снобизм отталкивает, отвращает и вынуждает терять контакты.[4]

Подводя итог вышесказанному, можно сказать, что вежливость – это не панацея: попросив миллион долларов, сказав просто «пожалуйста» вы его не получите, но, тем не менее, вежливость является крайне важным фактором при взаимодействии с людьми, позволяет открыть многие двери к успеху, особенно это важно для молодежи.

СПИСК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Д.С Лихачёв, «Письма о добром и прекрасном», Москва, Альпина Паблишер (2017), 1985 г.;
2. И.М. Хакамада «Дао жизни», Москва, Альпина Паблишер (2015), 2010 г.;
3. И.М Хакамада «От имиджа к стилю. В предвкушении себя.», Москва, Альпина Паблишер (2017), 2014 г.;
4. Конференция TEDx выступление Селесты Хэдли «10 способов стать хорошим собеседником», май 2015 г., www.ted.com/talks/celeste_headlee_10_ways_to_have_a_b.. ;
5. Толковый словарь С.И Ожегова, Москва, АСТ (2017), 1949 г.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОТБОРА ПЕРСОНАЛА В ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»

Ермолаева О. Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях отбор квалифицированных специалистов является очень важной частью процедуры приема на работу. Конкурентоспособность абсолютно любого предприятия, а также его возможные перспективы на рынке труда в значительной степени определяются качеством работы его сотрудников. Создавая благоприятные условия для трудовой деятельности и хорошую систему мотивации труда персонала, каждое конкурентоспособное предприятие способствует развитию положительного настроя у рабочего коллектива, что в свою очередь позволяет ему выполнять свои трудовые обязанности аккуратно и добросовестно, с максимальным уровнем отдачи.

Отбор персонала считается неотъемлемой составляющей работы грамотного рекрутера. На данном этапе производится оценка деловых и личностных качеств одного или нескольких кандидатов, претендующих на вакантное место, принимая во внимание связанные с рабочей деятельностью требования, и выбор наиболее достойного этой должности. Первостепенной задачей HR-менеджера является удовлетворение спроса на персонал в численном и качественном отношении. С этой целью необходимо провести исследование и выяснить, где и когда потребуются работники для конкретной организации.

В данной статье рассмотрены особенности профессионального отбора персонала на примере организации Публичного Акционерного Общества «Ростелеком». Она представляет собой крупнейшую российскую телекоммуникационную компанию, областью деятельности которой является предоставление услуг региональной и спутниковой телефонии, посещение всемирной сети, цифрового телевидения и сотовой связи. HR-менеджер организации применяет разнообразные методы, направленные на всестороннюю оценку кандидатов, среди которых выделяют следующие: собеседование, анкетирование (включая on-line анкеты), тестирование и резюме.

Все вышеперечисленные методы необходимо применять в комплексе, поскольку ни один из вышеупомянутых методов поодиночке не предоставит полноценной информации, на основании которой можно принять правильное решение о приеме на работу. Вследствие чего надлежит дополнять результаты, полученные с помощью одного метода, данными, собранными при помощи других методов. Только в этом случае отобранные кандидаты будут в полной мере соответствовать установленным мерам отбора. Далее рассмотрим каждый метод более подробно.

Собеседование – это один из самых известных методов отбора персонала. Оно проходит как в формате диалога между HR-менеджером и соискателем, так и массовом формате, иначе говоря, с несколькими соискателями одновременно. Один или несколько претендентов на вакансию сообщают о мотивах, что движут их желанием работать именно здесь, а потенциальный работодатель, в свою очередь, рассказывает про условия и специфику работы, а также задает вопросы, непосредственно связанные с их профессиональной деятельностью. Настоящий метод превалирует над всеми остальными.

Анкетирование, как метод отбора, включает стандартные вопросы о кандидате: имя, фамилия, возраст, адрес, образование и прочие. Также в анкете допустимы вопросы о личных увлечениях и интересах с целью более подробного знакомства с соискателем. В настоящее время все большую популярность приобретают on-line анкеты за счет экономии времени и удобства в использовании.

Метод тестирования в основном проводится с целью выявления профессиональной подготовки претендента на вакансию. В то же время нередко специалисты по отбору предлагают пройти тесты на логику и интеллект.

Резюме – единственный метод отбора, который вступает в силу еще до личной встречи соискателя и работодателя. Это краткий рассказ кандидата о себе. Оно может быть составлено в свободной форме. Подробно изучив резюме, работодатель, в случае заинтересованности, приглашает соискателя на личную встречу. Необходимо отметить, что не только работодатель выбирает работника, но и работник выбирает работодателя. Иначе говоря, интересы обеих сторон должны быть учтены.

Исходя из всего вышесказанного, при проведении процедуры отбора персонала, высококлассному рекрутеру следует применять все методы в совокупности, при этом обращать особое внимание на профессиональные и личностные психологические характеристики соискателей. Выполнение этих несложных рекомендаций в будущем поможет обеспечить увеличение производительности труда на предприятии, и с большей вероятностью создаст надежную команду единомышленников. Серьезный подход к данному вопросу откроет огромные перспективы перед предприятием на рынке труда.

Несомненно, можно считать, что HR-менеджер – это профессия и призвание! Не зря существует мнение: "Кадры решают все".

НЕОБХОДИМОСТЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ И ОБЛАСТИ НА РЕГУЛЯРНОЙ ОСНОВЕ.

В.К. Зефирова

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Необходимо признать, что из всех видов транспорта, в настоящее время, лидирующие позиции занимает автомобильный транспорт. Во всем мире, также как и в Российской Федерации, автомобильный транспорт является универсальным, наиболее дешевым для пассажиров и эластичным, с точки зрения стоимости и использования человеческого капитала.

В настоящее время перевозка пассажиров автомобильным транспортом подразделяется на несколько видов, коммерческие перевозки автобусами свыше 8 мест, таксомоторные перевозки и общественный муниципальный транспорт. Анализу поведения водителей маршрутных такси было посвящено ряд научных работ, в числе которых хотелось бы обратить внимание на следующие: «Оценка профессиональной пригодности водителей пассажирского автотранспорта в условиях имитации дорожного движения» Шабалина О.А., Кудрин Р.А., Агазян А.Р., Тодоров А.Н., Дятлов М.Н. 2017 г., «Психологическое сопровождение деятельности водителей маршрутных такси» 2012 г., Морковкина Е.А., г. Астрахань. «Определение профессионально значимых качеств водителя, с помощью методов экспертной оценки» 2014 г., Гладышева Д.В., Комаров Ю.А. и др. Однако, исследования психологического состояния сотрудников муниципального общественного транспорта, требует особого внимания и дополнительных исследований.

В настоящее время во многих городах и муниципальных образованиях Российской Федерации, в том числе и в Нижнем Новгороде, идет активное перераспределение пассажиропотоков автобусных перевозок от индивидуальных предпринимателей и коммерческих организаций, в пользу администрации и Федеральных государственных предприятий муниципального транспорта.

В чем же принципиальная разница в психологическом восприятии водителей в коммерческих и в муниципальных государственных предприятиях? Для того чтобы ответить на этот вопрос, необходимо понять мотивацию индивидуального предпринимателя или водителя работающего с

собственником транспорта в тандеме, понимающего свою значимости и уровень ответственности в крупном муниципальном предприятии, с высокой текучестью кадров и со стабильно убыточной финансовой ситуацией (долги НПАП по Нижегородской области составляют более 700 млн. руб.). Кроме того, если режим труда и отдыха в коммерческом транспорте, позволяет уйти с маршрута, в любое время, в случае выполнения плана или усталости, то на муниципальном транспорте из-за более жесткого контроля, условия труда водителя носят более интенсивный характер, несмотря на достаточное законодательное регулирование в данной сфере.

Согласно Приказу Министерства транспорта Российской Федерации № 287 от 20.09.2015 г. утверждены профессиональные и квалификационные требования к работникам юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Однако систематическому психологическому сопровождению водителей на предприятиях муниципального транспорта уделяется, на наш взгляд недостаточное внимание.

Авторами статьи был проведен ряд встреч с представителями МП (Муниципальное предприятие) Нижегородпассажиравтотранс. Периодические исследования психологического состояния водителей проводятся в рамках регулярных и плановых медицинских обследований. Также нашими коллегами из ННГУ им. Н.И. Лобачевского проводилось ряд исследований в сфере изучения поведения водителей общественного транспорта. Однако, на регулярной основе, психологическое сопровождение или создание кабинета психологической разгрузки, на базе предприятия, создать не удалось.

Любой водитель, а особенно водитель общественного транспорта, отвечающий за жизнь пятидесяти, а то и сотни пассажиров, находясь в агрессивной среде, испытывает стресс. При этом необходимо отметить, что справляется со стрессом и проводить самодиагностику, в интенсивно растущем транспортном потоке, без специальной подготовки, практически невозможно. При этом стресс во время рабочего процесса, а именно перевозки пассажиров, может привести к агрессии водителя, что в свою очередь может привести к аварии. По статистике 60 % аварий, происходят по вине водителя, потерявшего концентрацию, в том числе из-за высокой эмоциональной напряженности. [1].

Мы согласны с авторами статьи «Социально-психологические детерминанты проявления агрессии водителями пассажирского транспорта на Российских дорогах»[2]. Согласно результатам их психофизиологического исследования, только 30 % из 1737 обследованных водителей школьных автобусов и пассажирского транспорта в г. Воронеж, соответствуют

оптимальным функциональным показателям сотрудника предприятия пассажирского транспорта. Снижение функциональных резервов связано с повышенной агрессивностью водителя. [1] Группой ученых было установлено, что причинами агрессивного поведения водителей являются неприятие себя, недоверие к другим, восприятие окружающего мира как опасного и неконтролируемого. Данное исследование можно экстраполировать и на Нижегородскую область, так как оба субъекта Российской Федерации схожи по таким показателям как площадь (596 квадратных километров и 402 квадратных километров), количество жителей (1 млн. 50 тыс. и 1 млн. 250 тыс.) и др. [3]. Следовательно данное исследование актуально и для нашего региона. Необходимо уделить данному исследованию и использованию его результатов на предприятиях муниципального общественного транспорта особое внимание.

Разумеется, необходимо отметить важную роль водителей-наставников на предприятиях муниципального транспорта. Остановим свое внимание на их функции. Водитель – наставник, наряду с профессиональной подготовкой водителя-ученика, включающую знакомство с маршрутом, оценку профессиональных качеств обучаемого и др., должен выполнять цементирующую функцию водительского состава предприятия. Водитель-наставник должен создавать положительный психологический климат на предприятии, равно как и другие члены коллектива, такие как начальник колонны, главный механик, медик и другие.

Актуальность профессионального психологического сопровождения работников пассажирского транспорта на регулярной основе, не подлежит сомнению. Нам представляется необходимым создание кабинетов психологической разгрузки, где возможно было бы отслеживать психологическое и эмоциональное состояния сотрудников, проводить групповые тренинги, осуществлять регулярные исследования, для совершенствования системы помощи водителям и другим работникам предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. «Психологическое сопровождение деятельности водителей маршрутных такси» 2012 г., Морковкина Е.А.
2. «Социально психологические детерминанты проявления агрессии водителями пассажирского транспорта на российских дорогах», Социальная психология и общество. No. 2/2013 г., Ермолаев В.В. , к.п.н., Макушина О.П. к.п.н., Четверикова А.И.
3. <http://comparecities.org/ru/compare/Voronezh-NizhnyNovgorod> (дата обращения 10.11.2017 г.)

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТУДЕНТОВ

Золотов Р. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире технологий и интернета у выпускников школ увеличились возможности получить высшее образование, и как следствие выросла конкуренция на рынке труда, то есть у студентов и выпускников должны быть сформированы определенные компетенции, обеспечивающие их конкурентоспособность. Но не все выдерживают конкуренции, потому что престижные и востребованные профессии предъявляют не только требования к профессиональным знаниям, но и к психологическим особенностям личности сотрудника, дающим возможность строить карьеру, помогать экономически развиваться и расти компаниям. Именно своевременные исследование психологических детерминант конкурентоспособности современных студентов позволят на практике повышать и оптимизировать их личностные особенности, особенно коммуникативную компетентность.

В Концепции модернизации образования, проблема формирования будущих конкурентоспособных специалистов обозначается Правительством Российской Федерации как одна из приоритетных и актуальных проблем, стоящих перед отечественным высшим образованием. В частности, Правительство Российской Федерации на законодательном уровне утвердило федеральную программу развития образования, «Об утверждении федеральной программы развития образования на 2016 – 2020 годы», где основными направлениями развития высшего образования стало повышение на рынке труда конкурентоспособности выпускников вузов.

Особенности современного общества предъявляют новые требования к личности, основанные на повышении ее конкурентоспособности. Конкуренция, как необходимое условие существования человечества и его неотъемлемая часть, заложенная в самой природе человека, способствует не только достижению целей, но и является процессом его самореализации и развития. Это связано с тем, что процесс конкуренции сопряжен с необходимостью постоянно усовершенствовать свои навыки, личностные качества, повышать статус, знания.

В связи с тем, что в настоящее время к обучающимся предъявляются достаточно высокие требования, связанные с ответственностью,

самостоятельностью принятия решений, активностью, способностью добиваться поставленных целей и совершать свой жизненный выбор, для благополучного протекания дальнейшей жизни каждого студента очень важно то, как он справляется и относится к ситуациям, происходящими с ним в процессе трудоустройства, профессиональной адаптации и построении карьеры. Высокая конкурентоспособность личности студента влияет на еще одну не менее важную сферу жизни человека, связанную с процессом самоактуализации, формирование и развитие в себе профессионала, что невозможно без раскрытия личностного потенциала.

В ситуации возрастающей конкуренции все чаще возникает необходимость повышения личной конкурентоспособности и разработки стратегий конкурирования в учебе, карьере и т.д. Конкурентоспособность личности является важным условием позволяющим одержать победу в конкурентной борьбе, в том числе, и в профессиональной сфере, так как требования работодателей становятся более жесткими и основными среди можно назвать:

- наличие высшего профессионального образования;
- знание персонального компьютера на уровне уверенного пользователя;
- высокоразвитые коммуникативные способности;
- развитое творческое мышление;
- умение работать в команде;
- стремлению к саморазвитию и самообразованию как в профессиональном плане, так и в личностном;
- самостоятельность;
- целеустремленность;
- адекватность и активность.

Успешность приспособления будущего специалиста к системе профессиональных и межличностных взаимоотношений, сложившихся в компании или организации с одной стороны, обеспечивает ему самому ощущение комфортности и удовлетворенности своим статусом и достижениями в профессиональной деятельности, а с другой стороны делает его наиболее конкурентоспособным при продвижении по карьерной лестнице. Поэтому очень важно уточнить, что развитая коммуникативная компетентность будущего специалиста является в этом случае наиболее важным из элементов его профессионального резюме на рынке труда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гуськова Н.Д. Роль организационной культуры вуза в системе управления конкурентоспособностью студента //
2. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. – СПб.: Питер, 2015. – 592 с.
3. Кови С.Р. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 396 с.

ВЛИЯНИЕ РЫНКА НА СОВРЕМЕННУЮ МОЛОДЕЖЬ: ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Зотов А.В

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В повседневной жизни мы привыкли сталкиваться с рынком разнообразных товаров как с обычным явлением. Для большинства людей ,рынок-совокупность процессов и процедур, обеспечивающих обмен между покупателями и продавцами отдельных товаров и услуг. Эта система распределена по всему миру, мы каждый день взаимодействуем с ней совершая определенные покупки. Стоит упомянуть ,что рынок-важнейшая для людей ,экономики и политики система ,которая регулирует множество процессов. Отсюда можно сказать, что без рынка жизнь современного человека трудно представима (в ее социальном понимании), получается, что рынок- спутник человека сопровождающий его по жизни .Время не стоит и рынок развивается ,предлагая потребителю совершенно новые товары и услуги., с другой стороны, растут, требуя удовлетворения, Так же и запросы потребителей все время растут, требуя их удовлетворения. Но ,к сожалению, в наше время происходит процесс ,когда рынок внедряется не только в повседневную ,но и в духовную жизнь человека ,ведь невидимая рука рынка зачастую влияет на наш выбор в определенной ситуации.

В настоящее время у нас в стране наблюдается сильное расслоение общества с точки зрения доходов, вещи начинают приобретать не естественную для них стоимость ,предметы роскоши становятся необходимым атрибутом “успешного” человека и ради них (успешности такого рода) человек подчас готов предать свою честь и достоинство. Один из горьких парадоксов современной жизни :В то же время ,чем больше дорожают вещи ,тем меньше становится ценность человеческой жизни ,люди перестают работать над своим внутренним миром ,они работают на вещи ,которые по их мнению сделают их

успешнее . Это подхватили умные менеджеры и маркетологи ,которые, в свою очередь, стараются преувеличить значимость вещей для того, чтобы продать вещь дороже, выгоднее и в большем количестве . Рынок в огромной мере влияет на людей и их восприятие мира . Как отмечает современный исследователь, «Сегодня дело дошло до вытеснения этики из сферы интересов экономики, отклонившейся от общественных наук» (3, с.419). Особенно это касается молодых людей, сознание которых сформировано еще не полностью и вследствие этого легко поддается влиянию извне. За счет проникновения рынка во все сферы жизни молодежь попадает под влияние псевдоидеалов : об этом свидетельствует колоссальное по масштабам потребление, которое является структурообразующей составляющей современного общества, получившего название «общества потребления»; при этом важно понимать, что современный рынок делает ставку преимущественно на молодого потребителя, формируя у него именно потребительское сознание. Не менее, если не более важна проблема уничтожения тех многовековых незыблемых моральных основ, которые являлись фундаментом развития и человеческой личности и человеческого общества.

Сейчас в большом количестве рынок предлагает новые товары и стремясь их получить первыми, люди нередко переступают через черту человечности . Так ,недавно на рынке был представлен новый телефон ,очередь стала образовываться за 3 дня до старта продаж. В этой ситуации можно было наблюдать не лучшие человеческие качества :люди смогли показать свое истинное лицо :грубость, агрессивность, жадность ,кто-то привел ветерана, чтобы не стоять в очереди. Все закончилось тем ,что приехавшая в момент открытия группа молодых людей получила первые места в очереди ,видимо из-за своего авторитета или денежных средств.

Но в наше время бывают и другие очереди . Какое негодование было в соц сетях, по поводу поклонения поясу Богоматери. Люди из социальных сетей насмеялись над «темнотой», нерацональностью ,фанатизмом тех, кто стоял в этой очереди ,но люди стояли ради своих высших убеждений, ради веры, в отличие от очереди за телефоном, которая являлась следствием хорошо продуманного пиар хода. Получается ,что в современном мире молодые люди стоят перед выбором : на одной чаше весов - соблазнительные продукты и ценности общества потребления , на другой не вечные духовные ценности.

Рассуждая на эту тему, нельзя не вспомнить произведение Рэя Дугласа Брэдбери “451 градус по Фаренгейту”. Сюжет произведения совпадает с тем, что происходит в нашем мире. В книге говорится о падении моральных

ценностей современных людей до уровня примитивного потребления, молодые люди перестали думать самостоятельно ,за них все решал искусственный интеллект ,жизнь людей утратила свою ценность ,а отношение к подрастающему поколению стало наплевательское, На этом фоне начинается разрушительная война.

К сожалению сегодня , в условиях агрессии стран по отношению друг к другу ,вражды на почве национальных вопросов , расслоения по уровням дохода , падения традиционных моральных ценностей, наша жизнь приближается к сюжету этого произведения ,а конец для нас может быть не менее печальным. Это в очередной раз демонстрирует важность сохранения духовных ценностей и традиций, которые образуют духовные устои общества, способного к самосохранению и развитию ,нарушение которых

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рэй Дуглас Брэдбери "451 градус по Фаренгейту"США, Ballantine Books, 1953
2. Карл Гёнрих Маркс "Капитал" Германия , Отто Карл Мейснер, 1867
3. СедлачекТ. Экономика добра и зла . В поисках смысла экономики от Гильгамеша до Уолл-стрит.- М. Ад Маргинем Пресс. 2016. – 566с.

ГИМНАЗИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ГУБЕРНИИ В ПОРЕФОРМЕННЫЙ ПЕРИОД (1872-1878 г)

Ивлиева А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Научная новизна работы состоит в том, что в ней предпринята попытка через работу с документами фонда Нижегородской губернской мужской гимназии в Центральном архиве Нижегородской области, воссоздать историю гимнастического образования в Нижегородской губернии в пореформенный период (1872-1878 г). В ГКУ «Центральный архив Нижегородской области» (ЦАНО) сохранилось много документов, касающихся обучения гимназистов, это, прежде всего:

7. Экзаменационные списки учеников гимназии 1870-1878 годов;
8. Многочисленные ведомости об успехах и поведении учеников Нижегородской гимназии за период с 1870 по 1878 год;
9. Классные журналы за отдельные годы;

10. Программы выпускных экзаменов;
11. Классные кондуитные журналы;

История Нижегородской губернской мужской гимназии

В 1870 году, в Нижнем Новгороде работали несколько средних учебных заведений: Нижегородская графа Аракчеева военная гимназия, переведенная из Новгорода Великого в 1866 году, Александровский дворянский институт, преобразованный с октября 1844 года в отдельный институт с гимназическим курсом и Нижегородская губернская мужская гимназия.

Нижегородская губернская мужская гимназия была открыта 12 марта 1808 года. Она была организована на основании «Устава учебных заведений» 1804 года на базе Главного училища существовавшего в Нижнем Новгороде с 1786 года. С 1808 года гимназия имела 4-годичный курс обучения, с 1828 года – 7-годичный, с 1875 года – 8-годичный. Устав гимназий 1864 года ознаменовал серьезную реорганизацию в системе гимназий, так как постановлял: «По различию предметов, содействующих общему образованию, и по различию целей гимназического обучения гимназии разделяются на классические и реальные».[1]

В Нижегородской гимназии в то время, после долгих споров на педсовете, остановились на классической системе образования, с обязательным изучением двух древних языков — латинского и греческого. Классические гимназии считались бессловными, там обучались дети всех состояний, без различия знания и вероисповедания. Тут были представители самых разных слоев населения: дети мещан, купцов, дворян, крестьян, священнослужителей, и дети чиновников.

I класс, поступление в гимназию

Благодаря распространению домашнего обучения будущие гимназисты могли иметь и имели знания выше первого класса, что было отражено в Уставе гимназий: «...Поступающие в I класс должны уметь читать и писать и знать первые правила арифметики[2]; ученики могут поступать прямо во II, III и даже в IV класс, если на испытании пред инспектором и старшими учителями докажут, что уже имеют достаточные сведения в тех частях наук, кои преподаются в нижних классах. Директор наблюдает, чтобы в I и II класс принимались дети не моложе 10 лет, а в III и IV – не моложе 12».[3]

Учились гимназисты 6 дней в неделю, исключая воскресные и праздничные дни. Урок в гимназии длился 60 минут. Обучение состояло из 8 предметов: Закон Божий, Русский язык и церковнославянский, Немецкий язык, Латинский язык, Математика, География, Естественная история, Чистописание.

Одежда учеников

Одежда учеников Нижегородской Губернской гимназии (по Уставу гимназий и прогимназий 30 июня 1871 года): «§ 29. Одежда учеников в гимназии и прогимназии составляют полукафтан тёмно-синего сукна однобортный, не достигающий до колен, застёгивающийся на 9 посеребренных гладких, выпуклых пуговиц, с 4 такими же пуговицами сзади по концам карманных клапанов, воротник (скошенный) и обшлага прямые одного сукна с мундиром, поверху воротника нашит узкий серебряный галун, а у обшлагов, где разрез, по две малые пуговицы. Шаровары тёмно-синего сукна. Пальто серого сукна, двубортное, офицерского образца, пуговицы такие же, как на мундире; петлицы на воротнике одинакового с кафтаном сукна, с белой выпушкой и пуговицей. Шапка – одинакового с полукафтаном сукна по образцу военных кепи, с белыми выпушками вокруг тульи и верхнего края околыша. На околыше над козырьком жестяной посеребренный знак, состоящий из двух лавровых листьев, перекрещивающихся стеблями, между которыми помещены прописные заглавные буквы названия города и гимназии... Сверх сего дозволяется носить: Башлык из верблюжьего сукна без галуна; и шинель серого сукна, по образцу военных, с воротником того же сукна»

Директором гимназии был Константин Иванович Садоков, выпускник Главного педагогического института в Санкт-Петербурге.

Поощрения и взыскания учеников

За нарушения дисциплины следовали взыскания, которые были строго регламентированы. Самым лёгким наказанием был вычет, потом последовательно шли: выговор, оставление без обеда, арест на воскресенье. Самым тяжёлым наказанием считалось исключение из гимназии без права поступления в другое учебное заведение.[4] В гимназии были установлены награды 3-х степеней для поощрения прилежания учеников.

7. Первая степень награды заключалась в книге с похвальным листом.

8. Вторая — в похвальном листе.

Третья — в похвальном отзыве

Заметим, что принятая тогда система оценки знаний и поведения была несколько отличной от современной:

Отметки по предметам

5 – отлично

4 – хорошо

3 – удовлетворительно

Поведение

5 – отлично

4 – хорошо

3 – добропорядочное

2 – не совсем удовлетворительное 2 – не совсем одобрительное
1 – вовсе не удовлетворительное 1 – худое

Знаменитые выпускники

В списке знаменитых выпускников Нижегородской гимназии много Всероссийских известных имён: энтомолог Карл Линдеман, геолог Дмитрий Иванов, изобретатель печатной машины Пётр Княгининский, астроном Константин Покровский, историк-медиевист Степан Ешевский, первый директор Высших женских курсов Константин Бестужев-Рюмин, философ Василий Розанов, писатель Мельников-Печерский, композитор Милий Балакирев.

Среди известных выпускников присутствует имя Савельева Александра Александровича почётного мирового судьи по Нижегородскому уезду Нижегородской губернии, видного деятеля земского движения, почётного опекуна Совета Нижегородского дворянского банка. Александр Александрович отличался примерным поведением, а так же закончил Нижегородскую мужскую гимназию с серебряной медалью.

Учёный – исследователь Александр Серафимович Гациский после своего обучения в мужской гимназии издал «Нижегородский сборник», в котором описал Нижегородский край и его экономический быт. Книги и статьи, Александра Серафимовича богаты информацией об экономике и культуре Нижегородской губернии XIX в. С ними был знаком В. И. Ленин; в наши дни они являются ценным источником информации для историков нижегородского края.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. (19 ноября 1864г.)//Журнал Министерства народного просвещения.–1864.- № 12.– С.45.
2. Правила для желающих определить детей в Нижегородскую гимназию, утверждённые попечителем Казанского учебного округа//Памятная книжка Нижегородской губернии на 1867 и 1868 г.- Вып. 1.- Н.Новгород. 1867.- С. 4.
3. Устав гимназий и училищ уездных и приходских, состоящих в ведомстве Университетов: С.Петербургского, Московского, Казанского и Харьковского (8 декабря 1828г.). – Полное собрание законов Российской империи. – Собр.П. –Т.III. – СПб.: Типография II отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии, 1830. – С. 1111.
4. ЦАНО(Центральный архив Нижегородской области). Ф.520. Оп.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ АДАПТАЦИИ ПЕРВОКУРСНИКОВ В СРЕДНЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Изотова М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На нынешнем уровне развития среднего профессионального образования одной из наиболее важных проблем является замедленная адаптация к обучению учащихся 1 курса. Этот период становится серьезным испытанием для вчерашних школьников из-за большого количества изменений, с которыми они сталкиваются. В течение первого года обучения складывается студенческий коллектив, происходит знакомство с преподавателями, формируются навыки и умения целесообразной организации умственной деятельности, осознается призвание к избранной профессии. Большинство первокурсников на первых этапах обучения испытывают трудности, связанные с отсутствием опыта самостоятельной учебной работы: они не умеют конспектировать лекции, работать с литературой, чтобы найти необходимые знания и анализировать информацию большого объема. У них недостаточно опыта публичных выступлений и проведения презентаций.

Время привыкания, связанное с изменением прежних стереотипов, может являться причиной относительно низкой успеваемости и трудности в общении. У одних учащихся выработка нового стереотипа проходит скачкообразно, у других – достаточно ровно. Несомненно, особенности этой перестройки связаны с характеристиками высшей нервной деятельности, однако социальные факторы имеют здесь большое значение. Знание индивидуальных особенностей студента, на основе которых строится система включения его в иные виды деятельности и новый круг общения, дает возможность избежать дезадаптационного синдрома, сделать адаптацию постепенной и психологически комфортной.

Понятие адаптации само по себе многогранно и имеет много трактовок в зависимости от сферы научного знания. Адаптация понимается и как условие и как процесс. Так, например, П.С. Кузнецов в своих работах рассматривает адаптацию именно как процесс: «Адаптация – это внутренне мотивированный процесс, характеризующий в конечном итоге принятие или непринятие развивающейся личностью внешних и внутренних условий существования, а также активность личности по изменению этих условий в желаемом

направлении». Таким образом, можно сказать, что адаптацией первокурсников будет считаться приспособление студента к новым формам, методам и технологиям учебно-воспитательной и социально-бытовой деятельности; а также контролю за качеством обучения. В связи с этим, важное значение приобретает тип образовательной среды, в которой создаются возможности для адаптации. Современная педагогическая наука определяет этот тип среды как адаптивный – она стремится, с одной стороны, максимально приспособиться к личности с ее индивидуальными особенностями, с другой – гибко реагировать на собственные социокультурные изменения. При неблагоприятном стечении обстоятельств и отсутствии своевременной психологической и педагогической поддержки учащиеся могут не преодолеть адаптационный барьер, что напрямую отражается на их академической успеваемости.

В психологическом плане проявлениями дезадаптации являются, прежде всего, низкая самооценка и высокая тревожность, а в особо сложных случаях у студентов могут развиваться депрессивные расстройства, делающие невозможным профессиональное и личностное развитие. Первокурсников, не справившихся с трудностями адаптационного периода, отличает безразличие к учёбе и общественной жизни, высокий уровень эмоционального напряжения, разочарование в выборе будущей профессии, отчуждение в общении со сверстниками и преподавателями. В сложившейся ситуации преодолеть указанные выше негативные проявления поможет своевременная психологическая и педагогическая поддержка. Первым этапом оказания психологической поддержки является диагностика индивидуальных особенностей развития личности и уровня ее адаптации в вузе. Оценивать стоит не только адаптационные способности, но и свойства, необходимые для освоения выбранной профессии. Следующим этапом организации деятельности, направленной на оказание психологического сопровождения образовательного процесса, является проведение психокоррекционных мероприятий с целью оказания конкретной помощи студентам в процессе адаптации к новым условиям обучения. Это могут быть тренинги, целью которых является развитие способностей к адаптации и проведение различных командообразующих мероприятий. Таким образом, проведение психокоррекционных мероприятий позволит достичь основную цель - создание комфортной педагогической среды, способствующей повышению уровня профессиональной подготовки будущего специалиста.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Володина Н.В. Адаптация персонала: российский опыт построения комплексной системы // М: ЭКСМО, 2009. С. 17-18.
2. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. – СПб.: Питер, 2015. – 592 с.
3. Кузнецов П.С. Адаптация как функция развития личности – С.: Изд-во Саратов. гос. ун-та, 1991. 76 с.

БАДДИНГ – КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ АДАПТАЦИИ НОВЫХ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Исмаева К.Р.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Процесс адаптации в любой организации играет немаловажную роль. Потребность в формировании системы адаптации возникает на этапе активного развития компании. Например, с появлением новых отделов и управлений в организации увеличивается и количество новых сотрудников. Во многих компаниях стоят определенные задачи в рамках HR-функции - это своевременное укомплектование штата, оперативная и качественная подготовка вновь принятых сотрудников, вывод новичков на процесс в минимальные сроки в соответствии с установленными показателями эффективности и результативности. Новые сотрудники в первые дни испытывают колоссальный стресс и сталкиваются с разными трудностями. В последнее время во многих российских компаниях внедряется баддинг, это метод обучения, который позволяет сделать процесс адаптации наиболее комфортным для новичков, а также создает благоприятную психологическую атмосферу и мотивирует сотрудника на дальнейшую работу.

Адаптация (от латинского *adaptio* – приспособлять) – это процесс ознакомления работника с новой организацией и изменения его поведения в соответствии с требованиями и правилами организационной культуры новой компании. [1]

Другими словами, процесс адаптации нового сотрудника является неотъемлемой частью корпоративной культуры организации, благодаря которой повышается ценность и результативность каждого нового сотрудника. Адаптация - это интеграция новых сотрудников в профессиональные, организационные и социальные условия в компании. Самым показательным

аспектом является готовность новичка уже через 1-1,5 месяца приступить к самостоятельной деятельности. Для максимально оперативного погружения в новую деятельность, а также комфортного прохождения процесса адаптации для вновь принятых сотрудников внедряются разные обучающие программы, тренинги, семинары, разрабатываются материалы, которые адаптированы под специфику работы. В рамках обучения новичков могут использоваться и разнообразные методы, такие как ролевые игры, решение кейсов, мозговой штурм, викторины и много другое.

Процесс успешной адаптации - это результат работы четырех участников: руководителя, наставника (buddy), HR и самого сотрудника. Отличный результат достигается только при совместной работе. Основными целями адаптации является: сокращение текучести персонала, развитие позитивного отношения к работе, снижение неопределенности у новичков.

Ведь согласно статистике, около 80% уволившихся в первые полгода-год работы принимают решение об уходе в первые дни недели. Во многом это связано с отсутствием поддержки со стороны коллег и руководителя.

Во многих российских компаниях происходит активное внедрение такого инструмента как баддинг. Баддинг (англ. – budding, buddy system) – это метод обучения, который основан на предоставлении друг другу информации и объективной обратной связи. Баддинг подразумевает поддержку в достижении целей, как личных, так и корпоративных, а также в приобретении новых навыков и компетенций. Buddy – приятель, помощник в адаптации нового сотрудника, как правило сотрудник того же подразделения, отдела, который физически находится рядом, готов дать совет и предложить поддержку в рабочих ситуациях. Иногда баддинг называют неформальным наставничеством или равноправным коучингом.

В первый рабочий день buddy знакомится с новым сотрудником и создает дружественную обстановку, представляет новому сотруднику других коллег, (в случае отсутствия руководителя), рассказывает о нормах и культуре, которые приняты в компании, проводит экскурсию по офису и приглашает на обед. В течение трех месяцев периода адаптации buddy помогает найти нужную информацию (контакты, документы, электронные ресурсы), помогает сотруднику построить необходимую сеть контактов для выполнения задач, оказывает поддержку новому сотруднику при реализации сложных задач и выстраивании отношений внутри коллектива, делится опытом и «лайфхаками», проявляет интерес к новому сотруднику, интересуется его прогрессом и

трудностями, информирует руководителя об успехах и сложностях в адаптации подопечного.

Преимуществом использования такого инструмента адаптации в компании является эмоциональная поддержка, эмпатия, психологический комфорт, дружественная обстановка.

Buddy не должен брать на себя обязанности руководителя, он не решает за нового сотрудника сложные вопросы, а помогает ему в решении и консультирует при необходимости.

Таким образом, использование баддинга в системе адаптации новичков несет положительные результаты, а также снижает текучесть персонала в период испытательного срока. К новичку приставляется не опытный сотрудник, который работает уже 10 лет в компании, а такой же молодой специалист, занимающий ту же должность, на которую приходит новичок. В этом смысле, они будут являться ровесниками, и он действительно будет отвечать на любые вопросы новичка, по-приятельски подсказывать, как и что сделать в той или иной ситуации. Общение будет непринуждённым и новый сотрудник быстрее адаптируется во всех процессы и будет чувствовать себя более комфортно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

17. Володина Н.В. Адаптация персонала: российский опыт построения комплексной системы // М: ЭКСМО, 2009. С. 17-18.
18. Биктяков К.С. Адаптивность системы управления персоналом: учебное пособие Спутник +, 2013 г.-368с
19. Герчиков В.И. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2008.–282 с.

УСЛОВИЯ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Казаченко К.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время работа в дошкольных учреждениях осуществляется в соответствии с ФГОС ДО. Первой и основной задачей которого является охрана и укрепление физического здоровья, поддержание психического здоровья и эмоционального благополучия детей. Главной и основной вехой в

сохранении и поддержании эмоционального благополучия ребенка в ДООУ является социализация, а именно активное взаимодействие с взрослыми и сверстниками.

Обращаясь к анализу исследований, ориентированных на изучение проблемы социального интеллекта, следует отметить, что под социальным интеллектом отечественные и зарубежные психологи склонны понимать:

- ✓ Социальную мудрость, которая проявляется в установлении, сохранении и поддержании социальных контактов (Э. Торндайк);

- ✓ Определенный уровень развития общего интеллекта или особый умственный дар (А.Л. Южанинова);

- ✓ Н.А. Кудрявцева пришла к выводу, что социальный интеллект является независимым от общего интеллекта; это рациональная способность мыслить, опираясь на процессы коммуникаций.

Таким образом, социальный интеллект - это обособленная характеристика индивидуальности человека, которая свидетельствует о его коммуникативных способностях, умении налаживать контакты и прогнозировать исход общения, что позволяет, опираясь на предшествующий опыт, выстраивать адекватные отношения в обществе.

Рассматривая человека, как систему индивидуального набора качеств и свойств внимания, мышления, воображения, сензитивности и т.д. с деятельностью-ориентированной позиции нами и была выделена проблема «социального интеллекта», как основа в коммуникативной сфере человека.

Социальный интеллект обеспечивает понимание поступков и действий людей, понимание речи человека, а также его невербальных реакций (мимики, поз, жестов). Он является когнитивной составляющей коммуникативных способностей личности и профессионально важным качеством в профессиях типа «человек - человек», а также некоторых профессиях «человек – художественный образ». В онтогенезе социальный интеллект развивается позднее, чем эмоциональная составляющая коммуникативных способностей – эмпатия. Участвуя в спорах и конфликтах, договариваясь друг с другом, дети учатся понимать мысли, чувства и намерения других.

В отечественной психологии развитие социального познания базируется на известных основных закономерностях психики в онтогенезе.

Так, отечественные ученые О.Б. Чеснокова и Е.В. Субботский предложили рассматривать социальный интеллект «не как врожденную способность, а как адаптивные и креативные способности, развивающиеся с определенной периодичностью».

Как отмечает О.Б. Чеснокова, приобретая и осваивая начальные навыки ориентации в процессах общения, ребенок уже стремится к развитию социального интеллекта. Так же установка связи «причина – следствие» в отношениях индивидов О.Б. Чеснокова относит к одному из свойств социального интеллекта личности. Было отмечено, что понимание других людей напрямую связано со значимостью их для самого ребенка. И, несомненно, опыт межличностного общения играет немаловажную роль в данном процессе.

Столкновение взглядов и интересов ребенка с окружающими людьми являются катализатором развития и становления социального интеллекта. Большинство детей раннего возраста не нуждаются в нём до возникновения «конфликтных» ситуаций. Именно столкновение взглядов ребенка с окружающими людьми можно назвать первой ступенью к формированию социальной компетентности, благодаря которой дальнейшее поведение и принятые решения ребёнка будут приняты обществом.

Это и есть зачаточная (начальная) форма социального интеллекта. Дети уже начинают понимать, что могут манипулировать коммуникативным партнерами, используя искусственно созданные им модели поведения.

В период 3х-4х лет у детей появляются:

1. способность планировать события реальной жизни.
2. понимание того, что их могут обмануть, и они тоже могут обманывать.
3. понимание поведения других людей.

В 5 лет дети понимают, что люди могут обманываться сами. В дошкольном возрасте ребенок приобретает значительный опыт.

В 6 лет и старше социальный интеллект носит более высокий характер развития - влияние на партнера, умение прибегать к различным уловкам в процессе коммуникации. К пониманию причинно-следственной связи социального поведения дети приходят в 5-7 лет. Для детей старшего дошкольного возраста характерна более качественная социальная функция речи.

«Изучение» партнёра по общению, настраивание на одну волну, поиск мест «соприкосновений» в общении и общих тем, распознавание эмоций, чувств, считывание поз и жестов – всё это в том или ином качестве относится к стратегии социального поведения.

Как считают исследователи К. Рубин и Л. Роуз-Крэснор «на выбор стратегии социального поведения и продолжительное преследование недостижимых целей, являются следующие факторы:

- ✓ восприятие ребенком собственной компетенции,
- ✓ казуальные атрибуции, которые появляются после провала,
- ✓ аффект, связанный с целью или переживанием неудачи».

Некоторые дети думают, что им не хватает социальных навыков, другие дети вообще не верят, что могут успешно взаимодействовать с людьми. Проявляется это в выборе наиболее легких социальных ролей.

Американским исследователем К.А. Доджем была предложена «социально-когнитивная концепция выбора социальных стратегий поведения их следованию»:

1. Расшифровка полученной социальной информации. Осознанная или бессознательная интерпретация коммуникативных сигналов от партнёра по общению;

2. Интерпретация расшифрованных коммуникативных сигналов. Интерпретации полученной информации ребёнок сравнивает сигналы с прошлым социальным опытом, и сравнивает их.

3. Далее идет принятие и выработка вероятных реакций на полученную информацию.

4. Последней ступенью является оценка каждого из предполагаемо доступных способов, для того что бы выбрать один оптимальный.

5. Далее ребенок начинает действовать, опираясь на один из выбранных способов.

Итак, изучив взгляды разных ученых в области социальной компетентности детей, можно говорить о том, что особенности становления и развития социального интеллекта у детей старшего дошкольного возраста проявляются при:

1. решении ребенком межличностных проблем,
2. умении выбрать стратегии социального поведения,
3. умении применять их при решении социальных задач.

Большую роль для особенностей становления социального интеллекта дошкольников играет самооценка, эмоции и внутренние установки самого ребенка.

Изучение социального интеллекта на наш взгляд невозможно без учета онтогенетических особенностей личности.

Исследователями в рамках онтогенетического подхода к вопросу развития социального интеллекта были выделены несколько основных

составляющих социально-коммуникативного поведения детей старшего дошкольного возраста:

- социальное восприятие – восприимчивость к эмоциональному состоянию окружающих по особенностям проявления их вербального и невербального поведения;

- социальное знание – знание и соблюдение правил и форм социально устойчивых норм поведения;

- поведенческая гибкость – иными словами социальная пластичность поведения, а именно способность подстраивать своё поведение, опираясь на требования, которые диктуют новые ситуации и задачи, вытекающие из них.

Исходя из вышесказанного, стоит отметить высокую значимость индивидуального развития социального интеллекта. Развитие социального интеллекта в онтогенезе - основа, на которую опираются качества и свойства личности, так или иначе связанные с социальным интеллектом каждого человека. Но нельзя и опровергнуть факт влияния воспитания и участия взрослого в жизни старшего дошкольника на качество развития социального интеллекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Выготский Л. С. Психология развития ребенка. Москва «Эксмо» 2005.-134 с.
2. Емельянов Ю.И. Активное социально-психологическое обучение / Емельянов Ю.И. // Л.: 1985. С. 24-28.
3. Чеснокова О.Б. Возрастной подход к исследованию социального интеллекта у детей//вопросы психологии 2005№6 С. 35-45
4. Чеснокова О.Б. Изучение социального познания в детском возрасте//познание. Общество. Развитие. - М.: ипран,1996,-С-54-76
5. Чумакова Е.В., Марковская И.М. Характер взаимоотношений в семье и его влияние на формирование личности ребенка // Экология, спорт, здоровье и двигательная активность. Ч.2. – Челябинск. – 1996, С. 82-85.

ОСТАП БЕНДЕР – ЛОВКИЙ МОШЕННИК ИЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ НОВОГО ВРЕМЕНИ. ПО РОМАНУ ИЛЬИ ИЛЬФА И ЕВГЕНИЯ ПЕТРОВА «ЗОЛОТОЙ ТЕЛЕНОК»

Кириллов Н.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательство занимает важное место в развитии экономики нашей страны. Поэтому понятен интерес к этой теме, а также интерес к самой личности предпринимателя. Обращаясь к литературным произведениям можно выделить фигуру Остапа Бендера - прекрасного лидера, психолога и, как ни странно, предпринимателя.

Остап Бендер – художественная находка авторов, удивительно обаятельный аферист, предприниматель, умный, тонкий и невероятно изобретательный, цель, вера и вечная страсть которого - денежные знаки.

Это незаурядный и, несомненно, талантливый человек. Он тонко чувствует внутренний мир каждого, хорошо разбирается в людях, знает их пороки и недостатки, умело манипулирует ими. Ему легко находиться в обществе, он прирожденный лидер, предприимчив, весел и жизнерадостен. Все это помогает герою стать удачливым предпринимателем, по сути, которым он и является.

Обратимся к значению слова предпринимательство. Предпринимательство – это способ проявления личной инициативы, рассчитанный на стабильное получение прибыли в ходе организации собственного бизнеса, а следовательно, это запланированные действия в определенной отрасли. Вспомним различные проекты Бендера, как четко планировал он каждый шаг, разворачивая стратегию даже самых непредвиденных поступков жертвы, тем самым показывая свои предпринимательские способности. Бендер «легко» плыл по непредсказуемой реке под названием «экономика», умело сочетая для выгоды различные человеческие качества.[3]

Остап Бендер – это предприниматель нового времени, его лидерские качества в современной рыночной экономике помогли бы ему безбедно существовать, при этом, ни сколько не нарушая закон. Примером тому служит продажа американским туристам рецепта самогона и технологии создания самогонного аппарата, а также продажа Черноморской кинофабрике киносценария «Шея». Что еще раз подчеркивает незаурядные предпринимательские способности Великого Комбинатора.

В нем умело сочетаются как положительные, так и отрицательные человеческие качества. С одной стороны, ему присуще человеческое достоинство и благородство, а с другой - беззастенчивость, цинизм, расшатанность моральных устоев и норм.

Анализируя действия Великого Комбинатора, можно выделить три основных направления его противозаконной деятельности, а именно

мошенничество, лжепредпринимательство и вымогательство (ст.159, ст. 173, ст.163 УК РФ).[2]

Вспомним действия Великого Комбинатора во время автопробега Москва - Харьков – Москва, когда он на протяжении некоторого времени выдавал себя за командора большого автопробега, «снимая пенки, сливки и тому подобную сметану с этого высококультурного начинания», то есть, по сути, присваивая приготовленные для спортсменов бензин, запчасти и разносолы.[4, с.54] На лицо явно мошенническая деятельность.

Далее мысленно перенесемся в город Черноморск, где наш герой создал фиктивную контору «Рога и Копыта», что можно расценивать как лжепредпринимательство, но с некоторыми оговорками, поскольку, Остап хотя и создал организацию, законную по форме, но фиктивную по содержанию, но ущерба, а тем более крупного, ни гражданам, ни организациям, ни государству не причинил.[1] Поэтому это его действие, с правовой точки зрения, нельзя расценивать как противоправное и антиобщественное.

Перейдем к третьей части противоправных действий Остапа Бендера, а именно, к вымогательству. Вымогательство - это требование передачи чужого имущества или права на имущество или совершения других действий имущественного характера под угрозой применения насилия либо уничтожения или повреждения чужого имущества, а равно под угрозой распространения сведений, позорящих потерпевшего или его близких, либо иных сведений, которые могут причинить существенный вред правам или законным интересам потерпевшего или его близких. [2]

Бендер умело шантажирует бедного подпольного миллионера – Александра Ивановича Корейко, предъявляя и выставляя напоказ все его махинации и угрожая передать сведения о них властям. Но что самое интересное, с правовой точки зрения это действие Великого Комбинатора не считалось бы противоправным, так как обязательным признаком вымогательства является угроза распространения вымогателем сведений, позорящих потерпевшего, либо сведений, которые могут причинить вред правам или законным интересам потерпевшего.[1] Как мы понимаем, изложенное к Корейко не относится.

Трагикомедия личности Бендера заключалась в том, что он не мог проявить свои предпринимательские способности легально, в условиях советского строя.

В наше время великий комбинатор сумел бы реализовать свои лидерские компетенции с гораздо более весомыми результатами. Причем,

если бы предприниматели типа Корейко — антипода Остапа по части человеческих качеств, деловых методов и лидерского стиля — преуспели в начальный период перехода России к рыночной экономике, то Бендер имел бы большие шансы на успех сегодня и завтра в экономике с новыми правилами игры, которой нужны лидеры с человеческим лицом и уважением к Уголовному кодексу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Работа Магистра Международного Права Вадима Мраморнова «Частное расследование по делу Остапа Бендера.»
2. Уголовный кодекс Российской Федерации.
3. <http://www.hintfox.com/article/obrazi-moshennikov-v-literatyre.html>
4. Илья Ильф и Евгений Петров «Золотой теленок» Изд-во: Москва «Художественная СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:». 1976

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ РОДИТЕЛЕЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Князева Н.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Вопросы детско-родительских отношений интересовали учёных в течении всего развития психолого-педагогической науки и практики. В отечественной психологии наиболее значимыми трудами в этой области являются труды ученых Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева, И.В. Дубровиной В.С. Мухиной, М.И. Лисиной, Д.Б. Эльконина. Огромный пласт работ проводился по вопросам влияния детско-родительских отношений на развитие личности ребёнка. Многоаспектное исследование проводилось в области развития общения ребёнка с близкими взрослыми. В ходе исследований выяснилось, что у ребёнка единая потребность в общении с партнёрами разных возрастов. Первой возникает потребность в общении со взрослыми, создаётся «зона ближайшего развития», в которой заключаются источники роста общения со сверстниками.

Накопленный в психолого-педагогической науке опыт позволяет свидетельствовать, что родители непосредственно влияют на развитие ребёнка и становление его личности. Наиболее значимыми факторами для развития

ребёнка является общая атмосфера в семье (А.С. Макаренко), родительские отношения (А.Я. Варга, В.В. Столин), личностные характеристики родителей (Н.Н. Обозов, Т.М. Трапезникова), тип родительского воспитания (А.С. Макаренко, А.И. Захаров и др.) [1]. Для того, чтобы родительское влияние на ребёнка было успешным и приводило к гармоничному развитию и воспитанию ребёнка, родители безусловно должны обладать психолого-педагогической компетентностью.

Что значит быть компетентным родителем? В.В. Коробкова определила психолого-педагогическую компетентность родителей как «готовность и способность родителей на основе знаний, умений, навыков и опыта в области воспитания ребенка, целенаправленно создавать эмоционально-комфортную, развивающую общность с ребенком, обеспечивающую ему субъектную позицию собственной жизнедеятельности» [2].

В статье «Родительская компетентность как психологический феномен» Е.А. Кабанченко обобщив все имеющиеся данные, описала основные умения компетентного родителя [3], которые в систематизированном виде представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Умения и навыки компетентного родителя

Компетентный родитель	развивается в сфере детско-родительских отношений
	признаёт приоритет собственного родительского опыта
	имеет знания о развитии ребёнка и его воспитании
	имеет гибкое поведение, меняя его в зависимости от поведения ребенка
	имеет творческий подход к воспитанию
	умеет доверять, безоценочно принимать ребёнка
	ведёт равноправное сотрудничество
	имеет способность к рефлексии и самооценки своего поведения как родителя

Традиционными методами работы с родителями по вопросам развития и образования ребёнка стали родительские собрания, индивидуальные консультации и беседы. Личная встреча бесспорно имеет наиболее положительный эффект. Однако, на сегодняшний день наблюдается некая

отстранённость родителей от образовательного процесса, посещаемость родительских собраний низкая. Причиной тому может быть ограниченное количество времени у современного родителя, невозможность посещения места встречи в назначенный срок. Поэтому система передачи информации сегодня должна быть мобильна и доступна в любое время.

Поставленную задачу могут решить интернет-технологии. Интернет-технологии - это инновации нашего времени, которые выводят взаимодействие родителей с образовательными структурами на более высокий, развитый и взаимовыгодный уровень. Сегодня уже существует обязательное требование Федерального Закона «Об образовании» о создании и ведении официального сайта образовательных учреждений всех типов в сети «Интернет» [4]. Таким образом взаимодействие образовательных структур с родителями по средствам интернет-технологий поддерживается государством, а значит его можно расширять и углублять.

В последнее время новой и эффективной формой взаимодействия с родителями становятся вебинары и социальные сети. В данной статье рассмотрим социальную сеть Вконтакте, как наиболее популярную в России.

Актуальным в данной статье является рассмотрение непосредственного примера по развитию психолого-педагогической компетентности родителей при помощи перечисленных интернет-технологий.

Как было отмечено выше, одним из навыков компетентного родителя по мнению Е.А. Кабанченко являются знания о воспитании ребёнка и применение их в повседневной жизни. Неотъемлемой частью воспитания ребёнка является общение между родителем и ребёнком. Уметь грамотно выстраивать своё общение, это важное качество компетентного родителя. Серия вебинаров и группа Вконтакте могут стать бесспорными помощниками в данном вопросе. Так например в формате данной темы может быть создан марафон под названием «Гармоничное общение с ребёнком», которому будет отведён определённый промежуток времени.

Работу по созданию марафона необходимо начинать с группы ВКонтакте, где будет создано сообщение о начале марафона, дано разъяснение о его целях, содержании, основных навыках и умениях, который приобретёт родитель по завершению марафона. В состав марафона в группе Вконтакте могут входить:

1. Опросы, расположенные на стене группы
2. Публикация статей и коротких заметок на тему марафона
3. Публикация обзоров книг, посвящённых вопросу общения детей и родителей, с прикреплением книг или ссылок на них

4. Публикация ключевых фраз, цитат, мыслей известных учёных педагогов и психологов

5. Публикация домашнего задания для практики гармоничного общения и последующее обсуждение результатов

6. Публикация актуальных видеофайлов

7. Создание обсуждений, где родители могут делиться личным опытом, задавать вопросы, обсуждать полученную информацию

8. Публикация объявлений о проведении вебинаров, с указанием темы, времени проведения, длительности и дальнейшее размещение вебинаров в группе.

Актуальными темами вебинаров в данном вопросе могут стать «Эффективные техники общения», «Наказывать ли ребёнка?», «Внутренний мир ребёнка», «Конфликты между детьми и родителями», «Управление эмоциями» и пр. Разбирая основные темы гармоничного общения на вебинарах можно обсудить основные проблемы и пути выхода из сложных ситуаций при помощи проведения в конце каждого вебинара обратной связи.

Таким образом создавая один марафон за другим, можно способствовать развитию психолого-педагогической компетентности родителей и установить тесное сотрудничество между семьей и образовательными структурами.

Для современных родителей интернет-технологии являются удобным способ взаимодействия с образовательными структурами. Для родителей это экономия времени, мобильность, систематизация информации и круглосуточный доступ к ней. По своей инициативе некоторые педагоги и психологи внедряют такие неформальные формы работы и отмечают положительный результат, который характеризуется повышенным интересом как родителей, так и коллег. На сегодняшний день развитие и внедрение интернет-технологий в образовательный процесс является новым и мало исследованным явлением, поэтому работа в данном направлении заслуживает особого внимания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гуцу Е.Г. Влияние детско-родительских отношений на общение младших школьников со сверстниками: Дис.... канд. психол. наук : 19.00.07 / Е.Г. Гуцу.- Н. Новгород, 1997
2. Коробкова В.В. Сущность и содержание психолого-педагогической компетентности родителей в современных исследованиях // Педагогическое образование и наука, № 6, 2011, С. 101-105

3. Кабанченко Е.А. Родительская компетентность как психологический феномен // Научный форум: Педагогика и психология: сб. ст. по материалам III междунар. науч.-практ. конф. — № 1(3). — М., Изд. «МЦНО», 2017. — С. 43-47.

4. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации (ред. от 25.11.2013; с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014) ст. 28 п.21.

ФАКТОРЫ ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ ЖЕНЩИНЫ В РОССИИ

Крайнова Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Экономическая и социально-психологическая ситуация в России беспрестанно видоизменяется, осуществляется смена социальных стандартов, трансформируются отношения, устанавливаются новые правила и закономерности в экономике, что приводит к неизбежным сложностям понимания пути в профессиональном развитии. Проблема занятости прекрасной половины человечества становится все более современно важной. Женщины, желая сохранить место работы, весьма часто соглашаются на не выгодные условия труда.

Под профессиональным развитием подразумевается происходящий в онтогенезе человека процесс социализации, направленный на присвоение им различных аспектов мира труда, в частности профессиональных ролей, профессиональной мотивации, профессиональных знаний и навыков [5].

Актуальность данной темы заключается в том, что проблеме развития женской карьеры уделяется недостаточно внимания, это скорее всего результат массовых убеждений, таких как представление о роли матери и жены, где главная цель в карьере женщины – это воспитание детей и домашние заботы.

Выявление препятствующих факторов, влияющих на профессиональное определение женщины, необходимо для дальнейшего формирования мероприятий, позволяющих комфортно самореализовываться женщине в профессиональной области.

Множественные исследования говорят о том, что для женщин остается на первом месте семья, а для мужчин - работа. Выбор семьи многими женщинами диктуется внутренней необходимостью реализации себя в роли матери и жены, сохранении собственной целостности. Женщине постоянно приходится

выбирать между самореализацией в профессиональной сфере и семьей. Активная трудовая деятельность препятствует реализации начала женщины от природы, естественные функции матери и жены остаются на заднем плане. Посвящение же себя семье и воспитанию детей не позволяет женщине проявить себя в профессиональной сфере.

Роли в обществе распределены так, что основная нагрузка домашними делами и воспитание подрастающего поколения ложиться на женщину. В виду этого женщине часто приходится выбирать должность, профессию, место работы не по собственному желанию, а исходя из потребностей семьи. Прекрасной половине человечества приходится переезжать в другие города, следовать за мужьями, устраиваться на условия «короткого рабочего дня» в связи с необходимостью заботиться о семье, постоянно находить компромиссы «пусть работа «не «ахти» — зато близко к дому», отсутствии помощи со стороны. Неся ответственность за будничные семейные процессы, женщины отодвигают свои интересы на задний план.

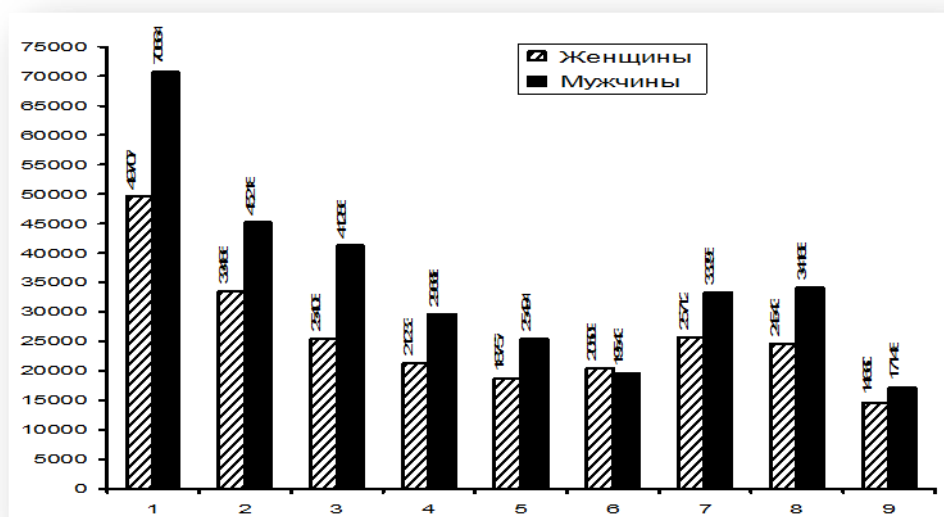
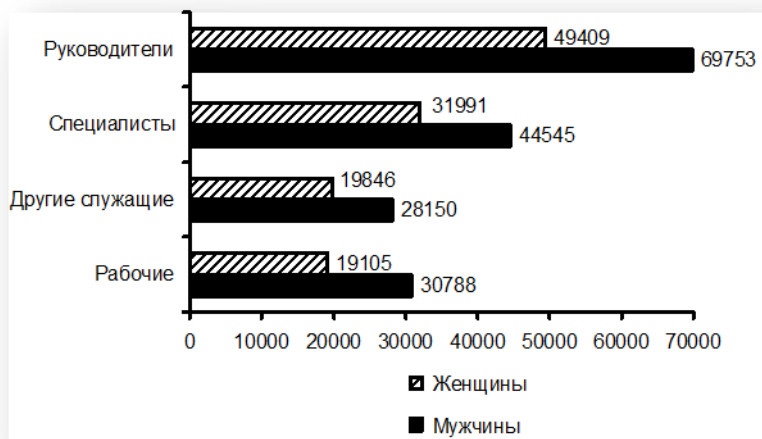
Объективными факторами, препятствующее к карьерному росту женщины, выступают различия в личностных требованиях к специалистам, предъявляемые руководителями предприятий в различных отраслях экономики, рыночная дискриминация и принудительное разделение женщин-мужчин на рынке труда.

Женщины часто заняты в менее оплачиваемых и более трудоемких профессиях, таких, учителя, как врачи и пр.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в Российской Федерации на начало 2017 года проживают 146.5 млн. человек, из них 78.6 млн. женщин. Как показывает статистика, женщины входят в «большинство», среди наиболее бедного населения страны. По данным Росстата и Минтруда, оплата за работу российских женщин на треть ниже, чем у мужчин в аналогичных областях. Как отмечают эксперты, по уровню представительства женщин в парламенте Россия на 100-м месте в мире. По данным Минпромторга России, среди руководителей высшей группы по всем видам экономической деятельности 48% женщин, и всего 10% из них - это женщины на ключевых постах.

"Открытая дискриминация: на работе при поступлении женщины пенсионного возраста страдают, женщины продуктивного возраста страдают, им задаются вопросы неправильные, от нас хотят избавиться быстрее", - цитирует заместитель председателя комитета Госдумы по вопросам семьи, женщин и детей Оксана Пушкина.

По данным Федеральной службы государственной статистики средняя начисленная заработная плата женщин и мужчин в 2017



- | | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | руководители |
| 2 | специалисты высшего уровня квалификации |
| 3 | специалисты среднего уровня квалификации |
| 4 | служащие, занятые подготовкой и оформлением документации, учетом и обслуживанием |
| 5 | работники сферы обслуживания и торговли, охраны граждан и собственности |
| 6 | квалифицированные работники сельского и лесного хозяйства, |

рыбоводства и рыболовства	
7	квалифицированные рабочие промышленности, строительства, транспорта и рабочие родственных занятий
8	операторы производственных установок и машин, сборщики и водители
9	неквалифицированные рабочие

77 % составляет уровень экономической активности женщин в трудоспособном возрасте, доля занятых же женщин в общей численности занятого населения - 49 %.

Одна из причин данного развития событий - общественные стереотипы. Традиционная литература заявляет, что бизнес не благоприятно влияет на семейную жизнь, разрушая ее, женщине не хватает времени и сил выполнять традиционно принятые роли жены и матери.

На своем профессиональном пути женщина сталкивается с рядом трудностей. Сложность заключается в том, что женщина сочетает карьеру в активном выполнении ролей жены, матери, домохозяйки, это однозначно источник стресса, ролевого напряжения, в виду того, что семейная и профессиональная роли являются одинаково значимыми.

Однако считаю, что «двойную нагрузку» женщины в семье и на производстве, всевозможные трудности совмещения можно регулировать и научиться сочетать оптимальным образом, совмещая роли без ущерба для семьи или профессии. Но, для этого необходима помощь специалистов «из вне» и самого государства.

В связи со сложившейся ситуацией, сложностями в профессиональном формировании женщин, назрела необходимость в разработке комплекса мероприятий, оказывающих помощь в том числе и психологического характера, результатом которых будет - восстановление чувства собственной значимости женщины в профессиональной сфере жизни.

Одним из направлений такой помощи может быть создание обучающих программ, работа с членами семьи, повышение женского лидерства, консультирование по проблемам в данной области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Берн Ш. Гендерная психология. – СПб.: Речь, 2001
2. Ильин И. П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. СПб. : Питер, 2008

3. Котова И. Б. Психология личности в России. Столетие развития. Ростов н/Д. : Рост. пед. ун-т, 1994
4. Климов Е. А. Психология профессионального самоопределения. Ростов н/Д. : Феникс, 1996
5. Психологический словарь. Кондаков И.М. 2000
6. Романов П.В. Власть, управление и контроль в организациях: Антропологические исследования современного общества Саратов: Изд-во Саратов. Ун-та, 2003.
7. Репина Л.П. Женщины и мужчины в истории: новая картина европейского прошлого. Очерки. Хрестоматия. - М., 2008.
8. Силласте Г.Г. (2008) Доклад на Всероссийском женском форуме «Женщины-лидеры новой России», 21 апреля 2008 года, Москва.
9. Тартаковская. И. Мужская работа, женская работа // Рубеж. 2001, № 16-17.

АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кузнецова В.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время проблема трудоустройства молодых специалистов имеет очень большое значение. Зачастую выпускники вузов сталкиваются с нехваткой рабочих мест и нежеланием сотрудничества со стороны работодателей. Министерство образования и науки ежегодно проводит мониторинг, по результатам которого 25% выпускников вузов не найти работу, а средний возраст трудоустройства составляет 27 лет, что говорит о высоком уровне безработицы среди молодого населения [1].

У инициативных специалистов возникает желание реализовать собственные идеи и создать бизнес, однако проблемы с финансами, высокая конкуренция или иные причины становятся препятствием на этом пути. В решении этой проблемы с помощью государственного регулирования и поддержки заинтересованы не только безработные молодые люди, но и сами органы власти.

Мотивы государства в оказании помощи молодым предпринимателям:

1. Предпринимательская деятельность стимулирует развитие экономики – юные специалисты способны привнести свежие идеи и разнообразить рынок товаров и услуг.

2. Снижение числа неработающего населения трудоспособного возраста изменяет показатели уровня безработицы и свидетельствует о развитии экономики.

3. Реализация бизнеса обеспечивает разнообразие рабочих мест, то есть выполняет социальную функцию.

4. Предпринимательская деятельность становится дополнительным источником дохода государства за счёт налоговых отчислений.

5. Создание бизнеса освобождает государство от бремени содержания нетрудоустроенных лиц.

В настоящее время в России проходит активное оказание помощи начинающим предпринимателям. Это осуществляется посредством нескольких программ.

Программа «Молодёжный бизнес России» оказывает финансовую поддержку для начинающих предпринимателей с готовыми концепциями ведения бизнеса. По её условиям участнику предоставляется льготное кредитование на сумму до 300 тыс. рублей на срок от 1 года до 3 лет с возможностью отсрочки выплаты [2]. Программа носит международный характер, таким образом, способствуя не только развитию малого бизнеса, но и интеграции стран.

Одним из самых передовых способов оказания помощи молодым предпринимателям является создание бизнес-инкубаторов. Бизнес-инкубаторы – это организации, поддерживающие начинающих бизнесменов в реализации их идей. Они ориентированы на различные направления и оказывают правовую, бухгалтерскую, организационную поддержки [3]. Этот метод успешно реализуется на базе различных вузов, в том числе на базе ННГУ им. Лобачевского.

Государственная поддержка малому бизнесу также оказывается на основе предоставления льготного налогообложения, субсидирования и упрощенной процедуры регистрации. Так, на основе ФЗ от 29.12.2014 № 477 начинающий предприниматель может применять нулевые ставки по налогам при соблюдении установленных законом условий. По Постановлению Правительства РФ от 15.04.2014 № 316 владелец малого бизнеса имеет возможность получить субсидию в размере до 500 тыс. рублей [4].

Мера поддержки начинающих предпринимателей существует и на региональном уровне. Так, в Нижегородской области в соответствии с постановлением Правительства Нижегородской области от 23.12.2011 № 1081 центр занятости населения выплачивает государственную поддержку на

создание и развитие бизнеса в сумме 68 тыс. рублей. Правом получения этой поддержки обладают люди в возрасте от 18 лет [4].

Стоит отметить, что появление новых направлений обучения, таких как биомедицина, информационная безопасность и других, в вузах страны позволяет студентам в будущем быть востребованными и квалифицированным специалистами. Вовлечение молодых людей в общественную деятельность повышает активную жизненную позицию у молодёжи, а это, в свою очередь, позволяет в будущем лучше понимать механизмы экономических, правовых, социальных законов и стать успешными. Например, в Нижнем Новгороде с 2012 года функционирует Молодёжная палата при Городской Думе, которая занимается разработкой различных социальных проектов. Также на базе Студенческого совета ННГУ им. Лобачевского существует Карьерный офис, который позволяет студентам получить опыт работы в различных сферах. Ежегодно во многих популярных вузах России проводятся конкурсы на разработку лучшего бизнес-проекта. Участники конкурса получают как опыт в реализации своей идеи, так и денежное поощрение.

Резюмируя вышеизложенное, мы приходим к выводу, что в нашей стране создаются все необходимые условия поддержки молодых предпринимателей. Разработка программ оказания помощи начинающим бизнесменам набирает популярность в последние несколько лет, что говорит о выходе экономики России на новый уровень. Молодым бизнесменам предоставляется возможность реализовать свои цели, однако не стоит оставить незамеченным тот факт, что для начала своего дела необходимо, в первую очередь, иметь желание и чёткий грамотный план.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Портал мониторинга трудоустройства выпускников. – Режим доступа: http://vo.graduate.edu.ru/#/?year=2015&year_monitoring=2016
2. Международный форум лидеров бизнеса (IBLF Russia). – Режим доступа: <http://www.iblfrussia.org/>
3. Экономист.by – информационно-поисковый портал экономистов и финансистов. – Режим доступа: <http://ekonomist.by/>
4. Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

ПРОБЛЕМА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ К ОБУЧЕНИЮ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ

Ли Линцзяо

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последние десятилетия наблюдается интернационализация современного высшего образования, актуализирующая проблему адаптации иностранных студентов к чуждому им образовательному процессу.

В настоящее время поток иностранных студентов в России растёт с каждым годом. В нынешнем году в российских вузах обучаются 243 тыс. иностранных студентов. Приехав учиться за границей, иностранные студенты вынуждены приспосабливаться к иной культурной и социальной среде, а также к особенностям учебного процесса в российских вузах.

Термин «адаптация», понимаемый в широком значении слова как приспособление индивида к окружающим условиям, используется во многих науках: в медицине, психофизиологии, психиатрии и прочих.

В социальном, психологическом, социально-психологическом ракурсах, его рассматривали такие ученые как Т. Шибутани, Ш.А. Надирашвили, Г.А. Горошидзе, С.Д. Артемов, А.Н. Розенберг, А.Л. Журалев, Б.Ф. Ломов, М.И. Дьяченко и Л.А. Кандыбович, А.А.Налчаджян, В.И. Ковалев, Н.А. Сырникова, С.Л. Арефьев, В.В. Синявский, Л.С.Выготский, А.Н. Леонтьев, К.А. Абульхановой-Славской С.Л. Рубинштейн, Б.Ф. Ломов, А.В. Петровский, Е.В. Шорохова и др.

В психологии под термином «адаптация» понимается перестройка психики индивида под воздействием объективных факторов окружающей среды, а также способность человека приспосабливаться к различным требованиям среды без ощущения внутреннего дискомфорта и без конфликта со средой.

Ф.Б. Березин понимает психологическую адаптацию как установление оптимального соответствия личности и окружающей среды в ходе осуществления жизнедеятельных достижений человека.

Психологическая адаптация— это сложный, динамический, многоэтапный и многосторонний процесс перестройки личности в рамках включения в новые социальные роли в условиях социальных, социально-психологических и профессионально-деятельностных.

В настоящее время она рассматривается как результат действия совокупности биологических и социальных факторов. Для достижения её требуется огромные затраты физических и психологических ресурсов человека.

В современной психологии, в связи с проблемами межэтнического и межкультурного взаимодействия, миграции и социальных трансформаций, интенсивно исследуются адаптационные процессы. Большую ценность для исследования представили труды российских и зарубежных психологов, например, работы таких авторов как: Г.М. Андреева, Р.М. Баевский, Ф.В. Бассин, Ф.Б. Березин, Дж. Бэрри, Ф.Е. Василюк, В.В. Гриценко, Л.Н. Гумилёв, Ю.М. Десятникова, Н.М. Лебедева, А.Б. Мулдашева, А.А., Налчаджян, Б.Д. Парыгин, М. Салазар, В.А. Смирнов, Т.Г. Стефаненко, А.Н. Татарко, Г. Триандис и др.

В изучении процесса психологической адаптации в этнической психологии главное внимание должно быть сосредоточено на проблеме пребывания представителей одного этноса на территории другого.

Контакты иностранных студентов с представителями других этносов на индивидуальном уровне в новой культурой среде, могут привести либо к успешной адаптации, или, наоборот, к «культурному шоку».

По мнению американского антрополога Калерво Оберга термин «культурный шок» понимается как следствие психосоматических расстройств, ощущений отчуждения от окружающего мира, путанице в ценностных ориентациях и ролевом поведении индивида при вхождении в новую культуру.

Позднее учеными М. Сегал и П. Дазен был предложен термин «стресс аккультурации». Развитие данного явления включает три стадии: стадия приподнятости настроения; стадия депрессивного состояния; стадия появления чувства уверенности, удовлетворенности.

Было также установлено, что успешность психологической адаптации в новой культурной среде зависит от степени сходства (или различия) культуры к которой принадлежит мигрант, и культуры, в которой он оказывается, а также от его индивидуально-психологических особенностей.

Одним из важнейших факторов, влияющих на адаптацию иностранных студентов в вузах, являются трудности учебного процесса. По сравнению со своими местными сверстниками, иностранные студенты сталкиваются с более серьезными трудностями при адаптации к высшему образованию. При вступлении в студенческую жизнь они подвержены большому психологическому давлению, стрессу и расстройствам.

К.Г. Эрдынеев и В.П. Филипова классифицировали иностранных студентов как группу риска, представители которой склонны к необычному поведению, включая самоубийства, и указали, что одной из основных причин такого поведения являются трудности адаптации к учебному процессу в вузе.

Все это, естественно, требует от иностранных студентов больших физических и психических ресурсов, их быстрой мобилизации для быстрого и эффективного решения учебных задач. В силу этих обстоятельств у студентов проявляются признаки дезадаптации – беспокойство, психологическое переутомление, волнение, усталость и др., вызванные учебной деятельностью.

Ситуации и факторы, вызывающие у иностранных студентов психологические трудности в процессе адаптации к обучению, располагаются в следующем порядке:

1) Лингвистические проблемы овладения знаниями русского языка при изучении практического русского языка и профессиональных терминов по своей специальности;

2) Проблема приспособления к условиям организации учебного процесса. Многие студенты неготовленность неподготовленны к более сложным требованиям нового вуза, организацией учебного процесса, к методам и приемам обучения, принятым в российском вузе. Им приходится сталкиваться с непривычными, более сложными требованиями нового вуза и организацией учебного процесса, по причине того, что большинство иностранных студентов, обучающихся в российских вузах, получило лишь школьное образование в своих странах и не имеют практического опыта обучения в университетах за границей. Студенческая жизнь в высшем образовательном учреждении значительно отличается от школьного обучения, требующая значительную самостоятельность от студентов, и одновременно ослабления психозависимости от родителей;

3) Трудности адаптации к студенческому коллективу и к профессорско-преподавательскому составу. Иностранным студентам гораздо сложнее построить межличностные отношения с другими людьми.

4) Климатические условия в России;

5) Трудности установления контактов с местным населением.

6) Трудности адаптации к бытовым условиям проживания в общежитиях;

В ходе адаптации иностранных студентов в российских вузах у них могут появляться и новые проблемы, связанные с употреблением наркотиков, спиртных напитков и др. Всё это может привести к психосоматическим заболеваниям.

Всё вышеизложенное убедительно свидетельствует о том, что данной проблеме следует уделять самое пристальное внимание со стороны руководства вузов и служб психологического сопровождения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гриценко В.В. Вынужденные переселенцы и наркогенная субкультура: мифы и реальность. — Балашов, 2002.
2. Киящук Т.В. Теоретические и практические аспекты социально-психологического сопровождения студентов в учебной деятельности. — М.: Изд-во РУДН, 2006.
3. Эрдынеева К.Г. Суицидальное поведение студентов: кросскультурное исследование : монография / К.Г. Эрдынеева, В.П. Филиппова. — М. : Академия естествознания, 2011. С. 251.
4. Постовалова Г.И. О факторах, определяющих адаптационную способность человека // Психологические и социально-психологические особенности адаптации студентов. Ереван, 1973.С.18-19.
5. Ромеро А.Н. Иностранцы студенты в российских вузах: проблемы межкультурного взаимодействия // А.Н. Ромеро. – В.: Волгоградский педагогический университет, №8., 2008. С. 78-79.
6. Андреева Г.М. Социальная психология.: Учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 1999.С. 375.
7. Повышение эффективности обучения иностранных студентов на основе активизации учебно-адаптационного процесса. // Межвузовский сборник научно-методических трудов. Тверь, 1994.
8. Мнацаканян И. А. Адаптация учащихся в новых социокультурных условиях: диссертация ... кандидата психологических наук: 19.00.07 – «Педагогическая психология»; 19.00.05 – «Социальная психология» // Мнацаканян Ирина Алексеевна. Ярославль, 2004,
9. Oberg K. Culture shock: Adjustment to new cultural environments // Practical Anthropology. —V. 7. — 1960.
10. Bruch T. Meeting the needs of international students: the experience of UK institutions // EAIE Newsletter. № 20, October, 1995. - P. 14 - 16.
11. Furnham A., Bochner S. Culture Shock: Psychological reactions to unfamiliar environments. —L., N.-Y., 1986.

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

Лицкевич К.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательство в России зародилось еще во времена Киевской Руси, и ни для кого не секрет, что первыми его представителями были русские купцы. Несмотря на всесторонне сложные условия развития предпринимательской деятельности в России, к моменту наступления XX века в стране насчитывалось уже 1500 акционерных компаний и процветал частный бизнес [1].

К сожалению, в настоящее время предпринимательство находится не на пике своего потенциального развития, что не позволяет ему в полную силу стать прочным оплотом современной экономики России. Пусть к настоящему моменту в стране существует достаточная нормативно-правовая база для предпринимательской деятельности (Конституция, Гражданский кодекс и Федеральные законы РФ), но, как ни грустно это признавать, сейчас отечественный рынок не самая благоприятная среда для любого рода деловых начинаний.

На этом акцентировал свое внимание и президент Российской Федерации В.В. Путин на одном из заседаний Госсовета. Он отметил, что именно малое и среднее предпринимательство в рамках его динамичного развития является одним из наиболее важных условий реформирования экономики страны. Именно поэтому необходимо сделать все, чтобы «обеспечить реальную поддержку и поощрить частную деловую инициативу», как считает Путин, и трудно с ним не согласиться. Неустойчивость и крайняя нестабильность экономики России приводит к тому, что «риски и преграды перевешивают стимулы и возможности» потенциальных предпринимателей в современных реалиях [3].

Всё перечисленное выше сказывается и на отношении к предпринимательской деятельности молодежи, что немаловажно. «Молодежь предпочитает госслужбу, работу в местных органах власти или крупных компаниях с госучастием» [3], несмотря на то, что по всей стране довольно много инициативных, целеустремленных и решительных молодых людей.

Чтобы разобраться более детально в вопросе внутренних противоречий и противоборств в умах современной молодежи, было полезно провести опрос хотя бы среди небольшой группы её представителей – студентов ИЭП ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Этот опрос помог выявить опасения и ожидания потенциальных предпринимателей. Итак, студентам был задан всего один простой вопрос: «Хотели бы вы заниматься предпринимательской деятельностью?», с просьбой пояснить свой ответ.

По результатам исследования студенты разделились на три неравные части.

Первая и самая малочисленная из них (12% опрошенных) – «скептики». Они не питают позитивных надежд в отношении будущего экономики России, не предвкушая скорых изменений и в самой структуре предпринимательской среды. По их мнению, слишком незначительно место малого бизнеса на российском рынке и слишком тяжелы условия его существования среди так называемых «акул бизнеса». Студенты этой группы очень низко оценивают шансы фирмы из малого предпринимательства перейти в среднее, а затем и в крупный бизнес, оценивая так же низко и шансы предприятия надолго задержаться на рынке и не потерпеть банкротство. Кроме того, с каждым днем всё сложнее стать новатором в производстве товаров и услуг – уже слишком велик имеющийся их ассортимент. Как только та или иная отрасль становится более востребованной и прибыльной, в геометрической прогрессии расширяется конкурентная среда в ней. Бытует также мнение, что в бизнесе многого может добиться только тот, у кого есть полезные связи, приличный начальный капитал, и нет строгих нравственных принципов, способных помешать человеку тем или иным образом отвоевать «место под солнцем».

По итогам опроса, самым распространенным пояснением ответа «нет» на вопрос о желании заниматься предпринимательской деятельностью стала следующая фраза: «Слишком много рисков».

Оставшаяся часть студентов, принявшая участие в исследовании, может быть разделена практически поровну (46% и 42%) на две группы: так называемые «утописты» и «идеалисты».

«Утописты» - весьма позитивно настроенные студенты. Они уверены, что предпринимательская деятельность – наиболее прибыльный источник дохода. По их мнению, работа по найму не способна обеспечить человеку довольно высокий уровень жизни. В какой отрасли бы ты не работал, считают студенты, есть люди, стоящие над тобой и получающие разительно больший доход – даже постепенно поднимаясь по карьерной лестнице, шансы стать директором и тем более владельцем фирмы практически равны нулю. Единственный выход – открыть собственное дело. Кроме того, данная часть студентов мечтает не зависеть от работодателя и быть, в буквальном смысле этого слова, хозяевами своей жизни. Студенты хотели бы, чтобы их работа приносила им радость, и это становится наиболее осуществимо, если ты сам определяешь род своей деятельности и движешься в этом направлении. Среди «утопистов» есть даже

те, кто считает, что предпринимательство – наиболее надежный источник дохода, так как нет вероятности, к примеру, попасть под сокращение.

Среди частых ответов на вопрос о причинах желания заниматься предпринимательской деятельностью имели место следующие фразы: «хочу зарабатывать много денег, чего не сделаешь, работая на «чужого дядю», «хочу работать на себя и ни под кого не подстраиваться», «хочу заниматься тем делом, которое нравится мне».

Наконец, оставшаяся часть студентов – «идеалисты». От «утопистов» этих ребят отличает только то, что и дало название их группе – это стремление к удовлетворению наивысшей, идеальной потребности. Потребности в самореализации. Занимаясь предпринимательской деятельностью, человек имеет возможность как никогда полно самовыражаться и саморазвиваться. По мнению студентов этой группы, эта перспектива и есть первостепенное преимущество предпринимательства в целом. Организуя бизнес, предприниматель реализует многие свои качества: решительность, креативность, находчивость, инициативность, коммуникабельность, стрессоустойчивость, способность приспосабливаться и идти на риск. Предприниматель самостоятельно выбирает то, чем хотел бы профессионально заниматься, и в этом тоже проявляется его «Я». Он преобразует окружающую действительность, вовлекает в эту деятельность других людей, влияя и на их жизни.

Так, «идеалисты» на вопрос исследования в первую очередь отвечали: «Да, я хотел бы заниматься предпринимательской деятельностью, так я полнее самореализуюсь».

По итогам исследования стало очевидным то, что молодое поколение положительно относится к предпринимательской деятельности как таковой. Тем не менее, молодежь здраво оценивает неустойчивую экономическую ситуацию в стране и весьма неблагоприятный деловой климат. Но нельзя не сказать о том, что большинство студентов ИЭП хочет стать предпринимателями в будущем, что, несомненно, радует и дает надежду на положительные изменения в развитии российского бизнеса. Чтобы студенты успешно окончили университет и не потеряли своей инициативности и азарта, с которым они уже сейчас хотят заниматься предпринимательской деятельностью, необходимо максимально поддерживать развитие малого и среднего бизнеса, начиная с муниципального уровня и заканчивая общероссийским. Кроме того, как никогда важно утвердить в обществе понимание особой роли предпринимательства как одного из важнейших

ресурсов всестороннего развития страны. Все перечисленные выше средства при их реализации уменьшают количество «скептиков» не только среди студентов и дадут повод переименовать «утопистов» в «реалистов», что ознаменует величайший экономический и социальный прогресс.

В общем и целом, новое поколение молодежи имеет большой потенциал и стремление к занятию полезной для общества деятельностью – предпринимательством. Если в скором будущем создать все условия для реализации деловых инициатив сегодняшних студентов, это даст огромный толчок развитию экономики страны, оздоровит и обновит её, а люди перестанут бояться делать бизнес своим единственным источником дохода, так как предпринимательство станет менее уязвимым и более стабильным родом деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. История развития предпринимательства в России и за рубежом. – Режим доступа: https://studopedia.ru/10_216039_istoriya-razvitiya-predprinimatelstva-v-rossii-i-za-rubezhom.html
2. История развития предпринимательства в России. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/1728105/page:3/>
3. Бизнес без страха. – Режим доступа: <https://rg.ru/2015/04/07/gossovet-site.html>

УДОВЛЕТВОРЁННОСТЬ ТРУДОМ ОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ СПЕЦИАЛИСТОВ КОЛЛ-ЦЕНТРА

Лысова Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день организации из разных отраслей экономики ищут альтернативные способы работы из-за постоянно изменяющихся потребностей бизнеса и потребителей. Клиенты ожидают и даже требуют круглосуточного электронного обслуживания, таким образом провоцируя рост колл-центров. Для повышения уровня клиентского сервиса появляется необходимость в исследовании уровня удовлетворённости работой специалистов центра обработки звонков. Важнейшим условием развития профессионального самосознания является удовлетворенность трудом, которая непосредственно связана с мотивацией сотрудников и рассматривается в качестве важного

человеческого ресурса, являющегося тонким индикатором как текущего состояния предприятия, так и будущих перспектив его развития.

Целью исследования является определение факторов удовлетворённости трудом сотрудников колл-центров. В исследовании приняли участие 177 сотрудников колл-центра, расположенного в Нижегородской области в возрасте от 18 до 42 лет.

Сбор данных осуществлялся с помощью методик "Профессиографический анализ деятельности Прохоровой М.В." и "Опросник компонентов удовлетворенности трудом Ивановой Т.Ю.". Для обработки данных использовался критерий t-Стьюдента.

В результате проведенного мной исследования был выявлен интересный разрыв между ответами сотрудников и их руководителей, в соответствии с которыми супервизоры считают, что результаты работы намного лучше, чем думают сотрудники. Возможно, это связано с тем, что каждый руководитель группы видит свою команду или подсознательно желает представить своих подчинённых как успешных сотрудников.¹⁷

Сотрудники колл-центра являются «голосом компании» и от того насколько уверенно, профессионально и дружелюбно звучит их голос, во многом зависит лояльность клиентов, а, следовательно, и успех всей компании. Контроль над ежедневными задачами, перерывами, тем, что нужно сказать клиенту, скоростью работы – это лишь небольшой перечень ежедневных задач сотрудника колл-центра. Низкая свобода действий и конфликт между качественными и количественными показателями увеличивает уровень стресса и, следовательно, снижает удовлетворенность работой. Защитить оператора от стресса, которому он может подвергаться во время общения с клиентами, практически невозможно, поэтому нужно создать условия, в которых оператор сможет быстро справиться с эмоциями, отдохнуть, собраться с мыслями и успешно продолжить работу.

Создание комнаты отдыха помогает решить указанные выше проблемы. Мной был разработан комплекс мероприятий для поддержания эффективной деятельности сотрудников:

1. Функциональная музыка.

1. Прохорова М.В. Учебно-методическое пособие Психология труда/Н. Новгород, 2012.

Музыка имеет положительное влияние на нервную систему человека, помогает привести в норму работу мозговой активности, повышает уровень стрессоустойчивости. В этом пункте речь идёт именно о классической музыке великих творцов таких как Вивальди, Моцарт, Бетховен, Чайковский и Дебюсси. Прослушивание специально подобранных музыкальных программ восстанавливает психоэмоциональное состояние человека, защищает от психических расстройств, помогает восстановить силы после тяжёлой работы, предупреждает развитие состояний утомления, монотонии. Музыка помогает быстро привести себя в тонус, собраться с мыслями, и наоборот, при значительном волнении – расслабиться, отпустить ситуацию и успокоиться.

2. Просмотр релаксационных видеофильмов.

Просмотр релаксационных видеофильмов с пейзажами природы помогает избавиться от стресса, накопленного во время работы, стимулирует улучшение настроения, приводит в норму психоэмоциональное состояние. Например, зимой рекомендуется просмотр летних пейзажей, а летом зимних.

3. Использование приборов для снятия напряжения.

В основе прибора лежат методы светотерапии и цветотерапии. Устройство состоит из очков с излучателями, блока питания и управления. Прибор помогает снизить утомляемость и активизировать собственные механизмы психической защиты. Аппарат оказывает благотворное воздействие на органы зрения, полезен при общей усталости, стрессах и головных болях.

4. Массажные кресла, электромассажеры для стоп

Массажеры точно воздействуют на рефлексогенные зоны массажными элементами разной длины. Массажные кресла и электромассажеры для стоп обладают лечебными, тонизирующими и расслабляющими свойствами, быстро снимают усталость. Эффективная стимуляция рефлексогенных зон оказывает положительное воздействие не только на прорабатываемую область, но и на весь организм человека в целом. Чем больше биологически активных точек в стимулируемой зоне, тем лучше будет эффект от процедуры. Это простое и эффективное для быстрого восстановления сил на рабочем месте полезно всем, независимо от возраста, физического состояния и образа жизни.

Отдых в комнате позволяет всего в течение 10-15 минут восстановить работоспособность и эффективно отдохнуть. Основная цель представленных ранее мероприятий – это переключить внимание.

Для развития и роста внутри компании сотрудники должны обучаться в различных сферах деятельности. Тренинги должны быть посвящены не только внутренним регламентам организации, но и навыкам эффективного общения по

телефону, способам допретензионного урегулирования и отработки возражений клиента. В свою очередь, сотрудники вернут организации проинвестированные в них деньги в виде качественной работы.

Таким образом, повышение уровня удовлетворенности своим трудом оператора колл-центра поможет повысить лояльность со стороны клиентов, а значит и привести организацию к коммерческому успеху.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Прохорова М.В. Учебно-методическое пособие Психология труда/Н. Новгород, 2012.
2. Панасюк, В. В. Еще раз об условиях труда операторов ПК / В. В. Панасюк, В. И. Фомин // Мир ПК. – 2011. – № 8.
3. Ильин Е. П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. СПб., 2012.
4. Прохорова М. В. Психодиагностика в организациях. Н. Новгород, 2013.
5. Rose, E., & Wright, G. (2005). Satisfaction and dimensions of control among call centre customer service representatives. The International Journal of Human Resource Management. 16 (1), 136.

СИНДРОМ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ У РАБОТНИКОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Мамаева А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях розничная торговля является одной из важнейших сфер экономики нашей страны непосредственно по объему деятельности и численности, занятых в ней сотрудников. В частности по Нижнему Новгороду среднегородской показатель обеспеченности составляет 619 кв. м/1000 чел, что свидетельствует о высокой конкуренции среди магазинов, как за покупателей, так и за квалифицированный персонал. В ситуации кризиса как никогда ранее успех любой компании зависит от мастерства работников. Профессия продавца – для многих, лишь промежуточная ступень в карьерной лестнице. Люди работают пока получают образование, либо в связи со сложившейся личной жизненной ситуацией (внезапное увольнение, долгие поиски работы по основной профессии...) В большинстве случаев, проработав на данной должности какое-то время, человек

меняет сферу деятельности, часто уходя работать по специальности. Именно поэтому найти грамотного линейного сотрудника, крайне сложно, но еще сложнее его удержать. Многие розничные компании Нижнего Новгорода, специализирующиеся на продаже обуви, уделяют большое внимание материальному стимулированию своих сотрудников. Используются как сложные системы с учетом KPI -показателей, так и простые, где основной акцент сделан на шкале премирования. В KPI (ключевые показатели эффективности) часто включают личную конверсию продавца, величину среднего чека, количество товаров в чеке, процент выполнения плана продаж магазина и т.д. Шкала премирования - элемент системы премирования, определяющий зависимость между уровнем выполнения показателей премирования и размерами премий за достижение этих уровней [1]. То есть, в случае применения такой системы, премия работника строго зависит от выполнения им своего личного плана продаж. При этом заработная плата складывается из оклада + премия. При разработке эффективных систем и методов материального стимулирования, многие компании зачастую мало уделяют либо не уделяют внимания вообще вопросам нематериальной мотивации.

В итоге, профессиональная деятельность продавца-консультанта сводится к «гонке» за выполнением плановых показателей. В условиях высокой проходимости торговой точки (от 400 чел/день) рабочие дни рядового сотрудника проходят в ситуации постоянного давления, сильной физической и психологической напряженности, а также стресса. Одним из негативных последствий такого рода трудовой деятельности становится эмоциональное выгорание. Понятие "burnout" - «выгорание» было введено психологом Х. Дж. Фройденбергером в 1974 году. Впоследствии, этот феномен изучался в основном как аспект профессиональной деформации людей, работающих в сфере «человек-человек».

В отечественной науке этот аспект начал изучаться как самостоятельный лишь с конца 1990-х гг., а до этого он либо обозначался, либо рассматривался в контексте более широкой проблематики [2]. Феномен "эмоционального выгорания" - многокомпонентный синдром, который проявляется состоянием физического и психического истощения, деперсонализацией и редукцией профессиональных достижений, вызванный интенсивным межличностным взаимодействием при работе с людьми, которая сопровождается эмоциональной насыщенностью и когнитивной сложностью [3].

Синдром профессионального выгорания имеет свои стадии. В.В. Бойко выделил три стадии синдрома профессионального выгорания:

1. Напряжение - фаза которая непосредственно активирует механизм возникновения выгорания, является динамичной и обуславливается присутствием и усилением психотравмирующих факторов.

2. Резистенция – указывает на то, что формируются защитные механизмы.

3. Истощение – определяется тем, что падает общий тонус и непосредственно снижением активности нервной системы.

Наличие этих признаков говорит о присутствии процесса выгорания. Последствия данного феномена плохо сказываются не только на внеслужебной жизни «выгоревших», но и на финансовых результатах компании. Поэтому, при любой системе мотивации, важно уделять должное внимание психологическому здоровью сотрудников. Разумеется, предупреждение и нивелирование последствий синдрома эмоционального выгорания предполагает использование различных ресурсов, в том числе и финансовых. Однако, средства, вложенные в это направление, значительно сократят расходы, связанные с потерями из-за человеческого фактора.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Матусевич, В.И. Организация заработной платы. Опыт, проблемы, рекомендации: учебник для вузов / В.И. Матусевич. - М.: НИИ труда, 2002. - 400 с. 265 стр.
2. Грабе М. Синдром выгорания - болезнь нашего времени. Почему люди выгорают и что можно против этого предпринять. Пер. с нем. – СПб.: Речь, 2008.
3. Усанина С.В. К вопросу синдрома эмоционального выгорания [Текст]/ С.В. Усанина, В.Ю. Слабинский // Позитум. – 2002. – № 3. – С. 63–67.
4. Бойко В.В. Правила эмоционального поведения. СПб.; Речь, 1995. -196с.

ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЛИЧНОСТИ И КОЛЛЕКТИВА В ПСИХОЛОГИИ

Никитин С.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В отечественной и зарубежной психологической науке сложилось понимание таких терминов: как личность и коллектив [1; 3; 4; 5]. Между тем есть некая диспропорция в их употреблении. Можно сказать, что на

сегодняшний день понятие «личность» широко востребовано, тогда как термин «коллектив» недооценён. В настоящее время мало говорится о коллективизме как о черте, одной из характеристик личности. Речь в основном идет о коллективе как об определённой отдельной группе. В связи с этим считаем возможным актуализировать проблему личности применительно к коллективу. При этом нам представляется, что, прежде всего, необходимо обратиться к рассмотрению определений личности и коллектива.

В научной литературе при разнообразнейшем определении «личности»: под личностью понимают человека в совокупности его индивидуальных и социальных качеств, развитых или приобретённых в процессе социального развития; без общества и коллектива личности не существует. Мы разделяем подход В.Н. Мясищева [1], который считал, что определение личности есть её отношение к людям, становящиеся одновременно отношениями. По мнению Б.Г. Ананьева [1], именно с определением статуса личности начинается её изучение, но уже в этом процессе возрастает мера её активности в преобразовании или в сохранении собственного статуса, в зависимости от социальной общности, к которой принадлежит личность.

Уместно заметить, что, в психологическом словаре внимание обращается на то, что понятие личности — это социальная сторона и социальное качество в человеке. Это определённый человек, представитель конкретной социальной общности (коллектив, класс, нация) осознающей своё отношение к окружающей среде, занимающейся определёнными видами деятельности, имеющий свои индивидуальные особенности [5]. С.Л. Братченко [1] указывает на то, что личность-человек как субъект собственной жизни отвечает, как за взаимопонимание с внешним миром и миром других людей, так с самим собой и со своим внутренним миром. Мы полагаем, что личность как внутренняя система саморегуляции человека имеет свою специфику.

Следует подчеркнуть, что личность подвержена влиянию двух детерминирующих сил, которая обозначается как организм, внутренний мир (живое существо в целом, как человек) и среда, как внешний мир, наполненный в первую очередь, другими людьми и всем остальным его окружающим. Если обобщить большинство определений личности, то личность по своей природе представляет социально, относительно устойчивое и возникшее психологическое образование при жизни, представляющая собой систему мотивационных, потребительских отношений, опосредующих собой отношения объекта и субъекта [7].

Исследователи обратили внимание на то, что, наибольшим значимым в достижении этой направленности является разработка теории коллектива, согласно которой развитие личности человека обусловлено развитием его системных взаимоотношений с другими людьми [4]. Об этом справедливо говорится в трудах К. Маркса [1]. Важным этапом в изучении малой группы в России стала экспериментальная работа В.М. Бехтерева «Коллективная рефлексология» [1], опубликованная в 1921 году. Выводы исследователей о малой группе в развёрнутом психологическом контексте применительно к изучению личности, привлекали внимание психологов, педагогов и социальных работников в начале 20-х годов XX века. Согласно их наработкам, под личностью понимается человек в совокупности его индивидуальных и социальных качеств, развитых или приобретенных в процессе социального развития в коллективе [1].

Анализ работ С.Л. Рубинштейна, А.Н. Леонтьева, В.Н. Мясищева, Б.Г. Ананьева, Л.Д. Столяренко [3; 4; 6] показывает, что с самого раннего детства в человеке закладываются определённые качества личности, продиктованные ему средой обитания и коллективом, в котором он находится, воспитанием в нём тех или иных качеств. Именно социальная зрелость личности признаётся исследователями как ключевая в развитии человека. Устойчивое состояние личности — это и есть социальная зрелость, она характеризуется предсказуемостью, целостностью, социальной направленностью поведения во всех жизнедеятельных сферах. Личность зрелая выстраивает конструктивные отношения с окружением, обладает устойчивыми личностными чертами и ценностными ориентирами, при этом способна правильно воспринимать себя и людей, управлять ими в разных социальных ситуациях [4].

Суммируя сказанное, подчеркнем, что без коллектива и понимания его важности в процессе формирования личности, невозможно полноценное развитие индивида в обществе. Коллективистское начало личности, ее включенность в общественную жизнь – вот что необходимо помнить сегодня, исследуя проблемы психологии личности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1.Беденко С.В. Коммуникативная направленность личности руководителя, как фактор социально-психологического климата // Известия ТРТУ, тематический выпуск. — 2011. — №. — С. 93-96.
- 2.Базарова Т.С. Психологические характеристики профессиональной компетенции социального работника // Вестник Бурятского государственного университета. — 2012. — №5. — С. 107-112.

3.Ерин В.В. Творческая направленность личности руководителя, как условие инновационного подхода к организации образовательного процесса в профессиональном колледже. — Диссертация на соискание учёной степени к.п.н. — Ставрополь : , 2004. — 175 с.

4.Комарова А.В., Слотина Т.В. Современный взгляд на идеи Макаренко А.С., Иванова И.П. о взаимосвязи личности и коллектива // Российский гуманитарный журнал Том 3. — 2014. — №2. — С. 122-130.

5. Климов Е.А. Психология профессионала. — Воронеж : НПО "МОДЭК", 1996. — 400 с.

6.Лельчитский И.Д. Социальный работник, как личность и профессионал; компетентная версия. Монография. — Тверь : , 2015. — 166 с.

7.Селезнёва Н.Т., Манойленко Е.В., Тодышева Т.Ю. Успех личности: миг и вечность. Монография. — Красноярск : Красноярский ГПУ им. В.П. Астафьева, 2014. — 308 с.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЗАЩИТЫ

Никитина К. Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире реклама занимает значительное место в жизни общества. С ее помощью происходит не только продвижение товаров и услуг, но она также способствует пропаганде общечеловеческих моральных ценностей и образцов поведения. А значит, играет роль в формировании механизмов психологической защиты. Именно такую роль отводят социальной рекламе.

Социальная реклама – инструмент воздействия на ценностные ориентации людей, с целью формирования социально-одобряемых образов. Следует согласиться с точкой зрения В.А. Ядова [1], считающего, что социальная реклама влияет на диспозиционные установки личности, которые определяют поведение индивида. Психологическая теория толпы Г. Тарда и Г. Лебона [2] обосновывает их мнение о том, что социальная реклама, содержащая призыв к действию, путем пропаганды и убеждения, средствами конструируемых социально-одобряемых образов, может влиять на поведение больших масс людей.

В научной литературе существует множество определений самого понятия «социальная реклама». Для того чтобы выяснить, что представляет

собой социальная реклама, необходимо отличать ее от остальной, так называемой коммерческой рекламы.

Социальная и коммерческая реклама различаются по функциям и целям. Чаще всего, определения коммерческой рекламы даются в двух разных контекстах, что, с вою очередь, разделяет их на группы.

В первой группе реклама рассматривается как некое информационное сообщение. Об этом говорит «Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. №38-ФЗ, в котором реклама определяется как «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» [3].

Вторая группа определяет рекламу, преимущественно, с точки зрения маркетинга. Обычно такой трактовки придерживаются представители зарубежной науки. О. О. Савельева пишет о том, что «...наиболее известно из этой группы определение маркетолога Ф. Котлера: «Реклама – это любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров, услуг от имени идентифицируемого спонсора». Близко по смыслу определение, данное Американской ассоциацией маркетинга: реклама – это платная форма неличного представления и продвижения не анонимным рекламодателем идей, товаров и услуг определенной аудитории» [4].

Социальная же реклама нужна для пропаганды определенных моральных ценностей, образов поведения, которые способствуют социальному порядку и комфортному психологическому климату личности в обществе. Эта реклама не используется для получения прибыли, наоборот, она направлена на достижение общественно полезных целей.

В наши дни, характеризующиеся глобальными экономическими, политическими и, как следствие, социально-психологическими изменениями, которые повлекли за собой разрушение старых традиций и, впоследствии, моральных норм, что отрицательно сказалось на психологическом состоянии личности, социальная реклама выполняет адаптивную и воспитательную функцию.

В связи с этим, в обществе сложилась неблагоприятная психологическая обстановка, которая повлекла за собой обострение многих социальных проблем (преступность, наркомания, проституция, алкоголизм, насилие, и многое другое). Именно социальная реклама призвана освещать данные

нелицеприятные аспекты социальной жизни, чтобы привлечь к ним внимание людей и, таким образом, попытаться устранить существующие проблемы.

В Федеральном законе «О рекламе» социальная реклама определяется следующим образом: «Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» [3].

Социальная реклама относительно не новое изобретение. Использование социальной рекламы во многом зависит от развития общества в той или иной стране. Если социальная реклама оказывается эффективной, то можно смело говорить о высокой степени развития данного общества.

В российском обществе, начиная с 1990-х годов, неуклонно возрастает количество психологических проблем: тревожность, агрессия, дезорганизация и дезориентация личности. Все это приводит не только к увеличению случаев девиантного поведения (рост преступности, алкоголизм, наркомания) на уровне общества, но и к психологическим травмам на уровне личности, усложняющим человеку жизнь.

Этот процесс – результат аномии, которая развилась на фоне распада СССР: «В России после травмы 1990-х годов аномия набирала силу и многообразие форм. Аномия сразу разрывает множество связей между людьми и делает их беззащитными – и перед кризисами, и перед сильными мира сего, и перед бандами воров и мошенников». В таких условиях влияние внешнего мира на психологическое состояние современного человека постоянно возрастает, поэтому «...общество вынуждено брать на себя ответственность за циркуляцию в нем социально одобряемых или порицаемых образцов поведения» [5].

В связи с этим, остро встает о необходимости наладить общественные связи, а значит, огромную роль начинают играть методы, с помощью которых общество может обеспечить здоровое психологическое состояние личности. Роль таких методов принимаются выполнять социальные институты: они занимаются психологическим и социальным воспитанием личности. Не является исключением и институт социальной рекламы: «...большое значение приобретают методы, помощью которых пользуются общество, стремясь обеспечить личностное равновесие. К таким методам относится социальная реклама, поскольку помимо информационной функции она имеет адаптивную и воспитательную. К тому же эмоциональная насыщенность позволяет быстро и корректно включать индивида в систему социальных отношений и связей, так что нет ничего удивительного в том, что роль социальной рекламы в вопросе формирования механизмов социальной защиты за последнее время значительно возросла» [6].

Таким образом, социальная реклама играет определенную роль в психологическом оздоровлении личности. Особенно важно то, как социальная реклама влияет на ценностные ориентации студентов – наиболее подвижной социальной группой, с которой связаны перспективы будущего психологического здоровья нации. Также, нужно отметить, что в настоящее время социальная реклама занимает лишь малую долю, но ее влияние на формирование психологических механизмов защиты, несомненно, велико.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / Под. ред. В.А. Ядова. Л.: Наука, 1979. 264 с.
2. Г. Лебон, Г. Тард Психология толп. Мнение и толпа. М.: Издательство КСП+, 1999. 414 с.
3. Федеральный закон «О рекламе»: федер. закон от 13.03.2006 г. №38-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации, 2006. №12. ст. 1232. 7532 с.
4. Кара-Мурза С.Г. Аномия в России: причины и проявления. М.: Научный эксперт, 2013. 364 с.
5. Рерке В.И. Влияние социальной рекламы на ценностные ориентации современной молодежи // Вестник ИрГТУ., 2013. №9 (80). С. 321- 327.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТНОЙ ГОТОВНОСТИ К ОВЛАДЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ ПСИХОЛОГИЧЕСКИМИ ЗНАНИЯМИ

Попова А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Вопрос об особенностях, свойствах и качествах личности, способных обеспечить успех в освоении профессиональной психологии всегда вызывал интерес у специалистов-психологов. Однако, несмотря на обилие исследований на эту тему однозначного ответа в настоящее время нет.

Например, Р.Кочюнас в своей книге “Психологическое консультирование” опираясь на труды таких авторов как Д. Бюдженталь, Е.Кеннеди, К.Шнейдер, предпринимает попытку создания модели эффективности личности психолога-консультанта. Вместе с тем автор признает, что “... черты эффективного консультанта совпадают с чертами преуспевающего человека.”[3, с. 30].

А. К. Маркова [4], Г. С. Абрамова [1], Н. С. Пряжникова [6], В. Ю. Меновщикова [5] и другие психологи-теоретики подчёркивают важность рассмотрения личности психолога-консультанта в динамике.

Иными словами, человеку недостаточно просто обладать определенными качествами для успешного освоения профессии психолог. Они лишь способствовать более эффективному процессу погружения в науку.

По данным многочисленных опросов о причине выбора специальности “психолог” самыми распространёнными являются такие ответы как: “желание разобраться в себе” или “помогать людям”(как правило за этим также стоят свои глубоко личные причины).

Представим себе, что такой человек поступает в ВУЗ. С чем он сталкивается? Он должен освоить огромный пласт теории, ознакомиться с различными психологическими направлениями и взглядами, изучить психологические особенности человеческой психики и многое другое.

Ситуация осложняется тем, что, как отмечает Ю.П.Зинченко, декан факультета психологии МГУ, в одном из своих интервью, в России существует проблема унификации психологических знаний и школ: “Прежде всего, должна быть общая модель построения образовательного процесса на факультетах психологии. Иначе мы по-прежнему будем напоминать «лебедя,

рака и щуку». Необходимо наладить диалог между научными школами. Сейчас возникла необходимость выработки общих подходов в подготовке психологов при сохранении особенностей каждой научной школы. Унификация мне видится, прежде всего, на уровне образовательных программ. Иначе, получив богатый набор знаний, психолог будет вынужден создавать собственную психологическую теорию и собственную психологическую практику.” [7]

Получит ли студент-выпускник ответы на свои вопросы, которые он ставил перед собой при поступлении в ВУЗ? Мы полагаем что в этом случае одну из решающих ролей будет играть его Да, если у него есть психологическая готовность к овладению профессиональными психологическими знаниями.

Динамическая структура состояния психологической готовности к сложным ви-дам деятельности — это целостное образование, включающее в себя ряд личностных характеристик, основными из которых являются:

1) мотивационные — потребность успешно выполнять поставленную задачу, ин-терес к деятельности, стремление добиться успеха и показать себя с лучшей стороны;

2) познавательные — понимание обязанностей, трудовой задачи, оценка ее значи-мости для достижения конечных результатов деятельности и для себя лично (с точки зрения престижа, статуса), представление вероятных изменений обстановки и т. д.;

3) эмоциональные — чувство профессиональной и социальной ответственности, уверенность в успехе, воодушевление;

4) волевые — управление собой и мобилизация сил, сосредоточение на задаче, отвлечение от мешающих воздействий, преодоление сомнений, боязни.

Сегодня стоит задача создания системы оценки психологической готовности к овладению профессиональными знаниями студентами психологических факультетов.

Мотивационные характеристики включают в себя оценку того, насколько являются реальными или синтетическими ожидания студентов от предстоящего обучения, определения личных критериев успешности и прочее.

Изучая познавательные характеристики личности предлагается использовать такие методы как “шкала общей самооффективности”

Ш.Ральфа и М.Ерусалема, “уровень субъективного контроля” Е. Ф. Бажина, Е. А. Голынкиной, Л. М. Эткинды и другие.

В основу эмоциональных характеристик закладываются такие методы изучения себя, как определение собственного психотипа, формулировка “я-концепции” , измерение самооценки по методике Дембо-Рубинштейна и другие .

Волевые качества будут определяются акцентуациями характера, а также исследованиями по методике волевых качеств личности, автором которой является Н.Е. Стамбулова.

Представляя психологическую готовность как динамическую систему мотивационных, познавательных, эмоциональных и волевых личностных характеристик можно не только оценить общий уровень готовности к овладению специфических психологических знаний, но и дать качественную обратную связь студенту о тех аспектах его личности на которые нужно обратить внимание в процессе обучения. Таким образом студент сразу получает некий вектор работы над собой, он учится анализировать себя, развивать самопонимание, а также получает своеобразную “прививку” от кризиса учебно-профессионального развития, а точнее способствует конструктивному его исходу. Так в своей книге “Введение в профессию психолог” Вачков И.Б. отмечает:

“Для будущего психолога проблема заключается в том, чтобы умело использовать энергию этого кризиса (кризиса учебно–профессионального развития) и направить ее в конструктивное русло. Возможно, формирование у себя такого умения является для студента–психолога даже более важным результатом обучения на психологическом факультете, чем все знания и остальные умения, вместе взятые.” [2]

На первом этапе разработки оценочной системы предполагается исследование мотивационных, эмоциональных, познавательных и волевых характеристик психологической готовности у студентов начальных курсов и магистрантов первого курса. Формат исследования - интервью, опросы, анкетирование. Второй этап - анализ исследования, выявление тенденций, выработка рекомендаций. Третий этап предполагает подготовку и предоставление комплексной обратной связи для студентов, участвовавших в исследовании. Формат обратной связи каждый студент может выбрать свой: электронное письмо, открытая встреча с обсуждением итогов. Четвертый этап - итоговый опрос с целью получения обратной связи об эффективности проведенных мероприятий.

Студенты, участвующие в подобных проектах, применив полученную информацию в целях саморазвития, будут иметь все шансы стать эффективными специалистами, учитывать собственные особенности вырабатывая свой стиль работы с клиентами, быть конструктивными и целостными осваивая новые подходы и расширяя свои знания в области психологии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абрамова Г.С. Практическая психология Учебник для студентов вузов — Изд 6-е., перераб. и доп. — М : Академический Проект, 2001. — 480 с.
2. Вачков И.В., Гриншпун И.Б., Пряжников Н.С. Введение в профессию "психолог". Учебное пособие - Издательства: МПСИ, НПО "МОДЭК", 2002 г.- 464 с.
3. Кочюнас Р. ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ М.: Академический проект, 1999. — 240 с
4. . Маркова, А.К. Исследование мотивации учебной деятельности и идеи Л.С. Выготского - А.К. Маркова - Научное творчество Л.С. Выготского и современная психология. - М., 1981.
5. Меновщиков В. Ю. Психологическое консультирование: работа с кризисными и проблемными ситуациями. — 2-е изд., стер. — М.: Смысл. - 182 с.. 2005
6. Пряжников Н. С. Психология труда и человеческого достоинства Издательство: Академия, 2005 г. 480 стр.
7. Журнал “Школьный психолог” №8/2007 ссылка : <http://psy.1september.ru/article.php?ID=200700812>

РАЗВИИЕ САМОРЕГУЛЯЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТА ГОТОВНОСТИ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Попова В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательство или предпринимательская деятельность – это рискованная экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и продажи товаров, оказание услуг, выполнение работ [1]. На сегодняшний день, согласно оценкам Минэкономразвития, количество субъектов малого и среднего

предпринимательства в России достигает 5,5 млн, а по данным единого реестра субъектов предпринимательства 5,8 млн. [7].

Целью настоящей публикации является раскрытие возможностей психологической саморегуляции в предпринимательской среде. Для этого необходимо описать модель условий формирования и процесса деятельности российского предпринимателя, а также видов отражения этой деятельности на уровне ее субъекта.

Современный российский предприниматель появился в условиях исторического стресса, который переживала страна в 90-е годы. Как писал Е.Т.Гайдар, «...наши олигархи – это продукт советских представлений о капитализме» [6]. Можно считать, что у первых предпринимателей нового времени существовал конфликт между «советским» и «капиталистическим» представлением о людях малого, среднего и крупного бизнеса, который безусловно повлиял на их стрессоустойчивость.

С первых десятилетий XXI века названные идеи и мотивы предпринимательской картины мира в России стали меняться. В массовом сознании формируется новый облик предпринимателя. В силу вступают другие отрицательные характеристики, связанные с частной жизнью, выставяющие образ предпринимателя на публичное обозрение. К этому следует добавить и чисто служебные стрессы, обусловленные конкурентной борьбой, столкновением с партнерами по бизнесу и по решению профессиональных задач.

Экстремальная ситуация создается комплексом крайне сложных положений и их особенностями. Экстремальными факторами могут выступать как физические свойства среды (шум, наличие вредных примесей в среде, высокая или низкая температура и т. п.), так и эмоциональные обстоятельства (дефицит времени, опасность, повышенная ответственность и т. д.) [4]. Экстремальность деятельности предпринимателей и сотрудников их предприятий создается постоянно действующими негативными факторами, такими как: прессинг конкурентов, интеллектуальные и физические перегрузки, финансовые риски и многое другое.

Полагаем, что экстремальные ситуации в предпринимательской деятельности обусловлены реальной угрозой здоровью участников трудового процесса. Рассматривая психологическую готовность человека к предпринимательству – работе в экстремальных условиях, ученые принимают во внимание целый комплекс переменных, от которых зависит успех деятельности. Эти переменные объединяют в следующие группы [4]:

- компоненты квалификации, требующие приобретения необходимых знаний и умений;
- мотивационные компоненты, характеризующие отношение к деятельности;
- особенности личности и психические состояния [5].

Механизмом справляющимся с подобным напряжением организма является саморегуляция. Под данным термином, мы понимаем поддержание устойчивости психики, как целостной системы по отношению к деструктивным внешним воздействиям и подчинение содержания и структуры деятельности, принятым личностью целям [3].

Проанализировав проблемы саморегуляции психических процессов в трудах К. Бернара, У. Кеннона, Г. Селье, В.Н. Васильева, К.В. Судакова, В.М. Смирнова, Г.И. Косицкого, Г.Н. Киссель, В.С. Чугунова, К.К. Платонова, Л.В. Шварца, мы остановились на изучении способов развития саморегуляции на основе аппаратно-программного комплекса «БОСЛАБ».

Наше исследование посвящено изучению способов развития саморегуляции на основе активизации функциональных резервов организма (ФРО), под которыми подразумевают информационные, энергетические, метаболические ресурсы организма, обеспечивающие его конкретные адаптационные возможности. Именно объем ФРО определяет уровень здоровья и успешность людей, занимающихся бизнесом.

Большой интерес представляет возможность развития саморегуляции с помощью методики биологической обратной связи (далее – БОС). БОС – это методика, при которой человек с помощью аппаратно программного комплекса получает точную информацию о том, как проходят его основные физиологические реакции, и может обучаться контролю над этими процессами [2].

В рамках диссертационного исследования проводится определение уровня развития саморегуляции людей на основе оценки следующих физиологических показателей:

1. Дыхание: длительность дыхания (амплитуда вдоха и выдоха);
2. Кожная проводимость (ПрК), Кожная проводимость (логарифм) (Ln ПрК)
3. Фотоплетизмограмма (ФПГ)
4. Амплитуда систолической волны (АСВ)
5. Кардиоинтервалы (КИ)

Для этого нами были апробированы следующие стресс-тесты, предполагающие выполнение заданий, содержащих когнитивную, эмоциональную или сенсорную нагрузку (общим для всех стресс-тестов является набор сохраняемых сигналов):

1. Отдых. Мониторинг параметров во время отдыха. Это минутные сессии, которые используются для оценки способностей к восстановлению.
2. Стресс-тест – Когнитивная задача. Мониторирование физиологических параметров во время выполнения когнитивного задания.
3. Стресс-тест – Ситуация. Обследуемому предлагается вспомнить и описать ситуацию, носящую стрессовый характер. Ситуация должна быть значимой для обследуемого, в то же время не являясь психотравмирующей.
4. Стресс-тест – видеосюжет. Мониторирование параметров во время просмотра тематического видеоматериала стрессующего характера.
5. Стресс-тест – Stroop. Стресс-тест, выполняемый в условиях ограничения по времени. Тест Струпа состоит из двух заданий, выполняемых на время (каждое - длительностью 40 сек.).
6. ПФ тест – визуальный стимул. Сессия используется для мониторинга физиологических показателей на фоне предъявления визуального стимула. Предъявление стимула в программе «Бослаб» реализовано с помощью экрана слайд-шоу и системы меток.
7. ПФ тест – звуковой стимул. Сессия используется для мониторинга физиологических показателей на фоне предъявления звукового стимула.
8. Мониторинг физиологических параметров – произвольный стимул. Сессия используется для мониторинга физиологических показателей на фоне предъявления произвольного стимула.

Целью 2 этапа исследования будет повышение уровня стрессоустойчивости, овладение навыками саморегуляции, основанных на развитии динамического стереотипа в разных системах организма (дыхательный, сердечнососудистый).

Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что саморегуляция позволяет координировать действия, следить за своими действиями и реакциями, повышать общий уровень необходимых компетенций. Представляется, что ее формирование должно начинаться раньше, чем человек вступает на стезю предпринимательства, однако «начинать никогда не поздно», поскольку внимание к этим аспектам личностного развития и самообладания в конечном счете резко повышает

коэффициент полезного действия в столь ответственной и рискованной сфере, как труд российского предпринимателя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вербина Г.Г. Социально-психологическая регуляция эмоциональных состояний предпринимателей в изменяющихся условиях экономической деятельности. Дисс. ...канд. психол. наук. Чебоксары, 2001. – 155 с.
2. Киворкова А.Ю. Включение БОС-тренинга с использованием компьютерных игр в программу медико-психологической реабилитации членов семей экстремального профиля служебной деятельности // «Фундаментальная наука и клиническая медицина»: тезисы XIX Международной медико-биологической конференции молодых исследователей. — СПб.: Изд-во СПбГУ— т. 19. — 2016. — С. 91-92.
3. Коноплева И.Н., Калягин Ю.С. Саморегуляция психических состояний как элемент психологической готовности к деятельности в экстремальных условиях // Журнал «Психология и право». - 2011, №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyjournals.ru/psyandlaw/2011/n4/49298.shtml> (дата обращения: 26.10.2017).
4. Лемещенко М.Ю. Саморегуляция личности специалиста как психологическая проблема // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XXVII междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2013. – С. 36-44.
5. Прохоров А.О. Функциональная структура регуляции психических состояний / Вестник Российского гуманитарного научного фонда. Бюллетень. – 2003, № 1 (30).
6. Г.Гайдар: исповедь «рыночника» / Аргументы и факты, 2006, №11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aif.ua/society/952371> (дата обращения: 26.10.2017).
7. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html> (дата обращения: 26.10.2017).

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМОСОЗНАНИЯ СТУДЕНТОВ С РАЗНЫМИ КОПИНГ-СТРАТЕГИЯМИ

Пушкина Т.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы исследования обусловлена тем, что одной из центральных задач высшего образования является целенаправленное формирование профессионального самосознания. При этом

профессиональное сознание рассматривается как основа становления и развития профессиональных компетенций.

Профессия психолога относится к тем профессиям, где личностные качества являются инструментами для профессиональной деятельности, где личность психолога обуславливает результат его взаимодействия с другими людьми. Поэтому формирование у студентов-психологов не только знаний, умений и навыков, необходимых для работы, но также и определенных личностных качеств, будет способствовать достижению наибольшего результата в обучении, а это в свою очередь будет способствовать достижению высоких результатов в будущей профессиональной деятельности.

Исследование проблем становления профессионального самосознания отражено в трудах К.А. Абульхановой-Славской, С.Я. Батышева, А.А.Деркача, Э.Ф. Зеера, Е.М. Ивановой, Е.А. Климова, Н.В. Кузьминой, А.М. Новикова, З.А. Решетовой, В.М. Шепеля и др. Изучение копинг-стратегий также является предметом изучения многих исследователей Р.Лазаруса, Л. Мерфи, Н.А. Сирота, С. Фолькмана, В.М. Ялтонского и др.

Изучение теоретических подходов, проблем развития профессионального самосознания студентов и существующих копинг-стратегий, позволяет нам сделать следующие выводы.

В последнее время значительно возрос интерес зарубежных и отечественных авторов к изучению психологических аспектов процессов адаптации личности, направленной на преодоление стрессовых воздействий, получивших название стратегий преодоления. Стратегии преодоления - это актуальные ответы личности на воспринимаемую угрозу, способ управления стрессором.

Это связано, в первую очередь, с тем, что неумение человека управлять собой ведет к серьезным проблемам в его социализации, а также к искажениям личностного развития. Прежде чем овладеть профессией, человеку нужно научиться владеть собой, находить конструктивные выходы из стрессовых ситуаций. Виды стратегий преодоления распределяются по трем основным группам с учетом степени их адаптивных возможностей: адаптивные, относительно адаптивные, неадаптивные.

Самосознание – это комплексное представление человека о себе как профессионале, система отношений и установок к себе как профессионалу. Профессиональное самосознание включает в себя

следующие компоненты: когнитивный, то есть познание человеком себя и своих профессиональных качеств; мотивационный, предполагающий реализацию поставленных профессиональных целей; эмоциональный, который направлен на понимание себя; операциональный, включающий механизмы саморегуляции [4].

В целом, можно охарактеризовать профессиональное самосознание как сложное личностное образование, которое формируется под воздействием профессиональной среды.

Развитие самосознания происходит в результате преодоления различных жизненных трудностей, поисков выхода из проблемных ситуаций, разрешения жизненных противоречий, совершения смыслоопределяющих выборов. Таким образом, среди важнейших источников развития самосознания студентов в первую очередь следует назвать формирование у них субъектной позиции, в процессе которой происходит становление Я, обретение личностных смыслов и самопознание.

Таким образом, на основе теоретического исследования данной проблемы были подобраны методы для изучения особенностей развития профессионального самосознания студентов с разными копинг-стратегиями.

Мы эмпирически изучили особенности профессионального самосознания студентов с разными копинг-стратегиями. Результаты первичной диагностики индивидуальных копинг-стратегий респондентов показали преобладание в исследуемой группе адаптивных копинг-стратегий (50%), которые характеризуются хорошей адаптацией к стрессовым ситуациям, продуктивно, без лишних эмоциональных и других потерь. Относительно адаптивные копинг-стратегии выявлены у 28% респондентов, неадаптивные копинг-стратегии у 22%, что может говорить о менее развитой стрессоустойчивости. По итогам входной диагностики индивидуальных копинг – стратегий испытуемые были разделены на контрольную и экспериментальную группы. В контрольную группу вошли 25 студентов с адаптивными копинг-стратегиями, в экспериментальную студенты с относительно-адаптивными и неадаптивными копинг-стратегиями в количестве 25 человек.

На следующем этапе исследования в экспериментальной и контрольной группах проводилась психодиагностика особенностей профессионального самосознания с последующим сравнительным анализом. По итогам сравнительного анализа можно сделать вывод, что наибольшие различия в исследуемых группах выявлены по показателям: представление о

содержании работы психолога (1,88 балла и 0,64 соответственно) и решение практических задач (2,08 балла и 0,96 соответственно).

Затем была проведена психодиагностика ведущих копинг-стратегий респондентов контрольной и экспериментальной групп. Студенты контрольной группы, с адаптивными копинг-стратегиями выбирают в качестве ведущих проактивное преодоление, превентивное преодоление и поиск эмоциональной поддержки. Студенты экспериментальной группы, с относительно-адаптивными и неадаптивными копинг-стратегиями в качестве ведущих используют превентивное преодоление и поиск инструментальной поддержки.

С помощью статистической обработки данных была установлена взаимосвязь между копинг-стратегиями и профессиональным самосознанием студентов и ее особенности: у студентов с адаптивными копинг-стратегиями в профессиональном самосознании более выражены такие аспекты как: представление о психологе, представление о содержании профессии, решение практических задач, представление о себе в профессии, а также мотивационный блок. Поэтому мы можем констатировать, что у данных студентов довольно хорошо развит профессиональный образ. Кроме того, в ходе исследования удалось выяснить, что у студентов с относительно-адаптивными и неадаптивными копинг-стратегиями личностное и профессиональное самосознание еще пока довольно слитны, ибо с помощью профессии они думают, что смогут решить свои личностные проблемы.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что психологическое сопровождение развития профессионального самосознания студентов с разными копинг-стратегиями будет эффективным, если в деятельности психологической службы вуза будет использоваться программа, направленная на актуализацию и расширение представлений о способах решения психологических задач, актуализацию имеющегося и освоение конструктивного опыта решения профессиональных психологических задач, развитие рефлексии как средства коррекции профессионального сознания и как следствие – стратегий совладающего поведения.

Список литературы:

1. Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни. – М.: Мысль, 2012. – 299 с.
2. Барсукова А.Д. Особенности формирования профессионального самосознания студенчества. Монография. – М.: Издательство АСВ, 2009. – 168 с.

3. Иванисько О.Л. Психологические условия профессионального развития профессионального самосознания у студентов-психологов. Дипл. раб., М., 2013. – 210 с.
4. Килинская Н. В. К проблеме профессионального развития студентов-психологов // Современная психология: материалы междунар. науч. конф. – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 19-21.
5. Макаренко М.А. Роль профессионального самосознания в развитии личности (на примере юношеского кризиса). Дипл. раб., М., 2003. – 114 с.
6. Чеснокова, И.И. Проблема самосознания в психологии / И.И. Чеснокова, Е.В. Шорохова. – М.: Наука, 1985. – 144 с.
7. Шавир П.А. Психология профессионального самоопределения в ранней юности. – М.: Просвещение, 1981. – 95 с.
8. Щелина С.О. Профессиональное самосознание как механизм развития копинг-стратегий. – Педагогическая психология. – М., 201. – 147 с.
9. Влияние профессиональных требований на развитие уровня самосознания личности студента. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www/http://mybiblioteka.su/3-79745.html

ПОНЯТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПСИХОЛОГА-КОНСУЛЬТАНТА И ОСОБЕННОСТИ ЕЁ ФОРМИРОВАНИЯ У СТУДЕНТОВ-ПСИХОЛОГОВ

Сараева А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время возросла необходимость в высококвалифицированных специалистах, понимающих значимость своей профессии. В современном обществе предъявляются новые высокие требования к уровню профессиональной компетентности специалистов.

Неотъемлемым условием профессиональной деятельности психолога является соблюдение ряда принципов и правил, среди которых ключевым принципом является принцип профессиональной компетентности.

Компетентность как свойство личности рассматривали такие учёные, как Дж. Равен, М. Кяэрст, С. Холлифорд, А. Штоф, В.Г. Зарубин, Н.В. Кузьмина, В.И. Байденко, А.А. Деркач, Э.Ф. Зеер, В. Ф. Енгальчев, С.А. Дружилов, А.М. Столяренко, А.К. Маркова, Л.А. Петровская, Н.А. Гришанова, В.А. Исаев, Ю.Г. Татур, И.Я. Зимняя, Е.В. Бурцева, А.В. Хуторской, А.А. Дунюшин, Л.М. Митина, Ю.В. Фролов, Д.А. Махотин.

В научной литературе вопрос о соотношении понятий «компетенция» и «компетентность» полемичен. Так, одни авторы считают данные понятия словами-синонимами, обозначающими действенность системы знаний, практическое применение знаний, другие авторы разводят эти термины, полагая, что термин «компетентность» является более широким понятием по сравнению с термином «компетенция».

Ю.Г.Татур определяет компетентность как «проявленные специалистом на практике стремление и способность, а также готовность реализовать свой потенциал (знания, умения, личностные качества) для успешной профессиональной деятельности, осознавая её социальную значимость и личную ответственность за результаты этой деятельности, необходимость её постоянного совершенствования» [1].

Некоторые исследователи считают, что компетентность проявляется в умении выполнять успешно что-либо, эффективно применять знания на практике. Д.А. Иванов считает, что компетентность – это характеристика человека, получаемая в результате оценки результативности его действий, направленных на разрешение значимых для группы, сообщества задач, проблем; сложная система действий, включающая умения и другие компоненты действия, обеспечивающие достижение цели и соответствие требованиям общества [2].

Понятие «компетенция» можно охарактеризовать как совокупность качеств личности (знаний, умений, навыков), способности личности универсально использовать, применять полученные знания и навыки. Компетенцию также можно рассматривать, как способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в конкретной области. Компетенция включает в себя разрешение профессионалом стандартных ситуаций, способность решать определённый спектр профессиональных задач.

Таким образом, понятие «компетентность» гораздо шире понятия «компетенция». Под компетентностью понимается характеристика личности, означающая наличие определенных компетенций; совокупность знаний, применяемых на практике, способность разрешать широкий круг профессиональных задач, способность принимать решения в нестандартных ситуациях, способность действовать самостоятельно и нести ответственность за свои действия. Также термин «компетентность» включает личностное отношение специалиста к предмету деятельности. Стоит отметить, что профессиональная компетентность тесно связана с уровнем мотивации к

личностному росту и проявляется и развивается в условиях интересной для человека деятельности [3].

Каждая сфера профессиональной деятельности предъявляет к личности психолога ряд специфических требований. Согласно Этическому кодексу психолога Российского психологического общества психолог должен стремиться обеспечивать и поддерживать высокий уровень компетентности, признавать границы своей компетентности и своего опыта. В зависимости от специфики жизненного и профессионального опыта специалист определённым способом будет разрешать ситуации, возникающие в процессе его трудовой деятельности. Тем не менее, специалистам необходимо соблюдать правила, нормы и принципы, предусмотренные той или иной профессией. Психологу следует предоставлять только те услуги и использовать только те методы, которым он обучался и в которых имеет опыт, эффективно владеть инструментарием, приёмами и технологиями профессиональной деятельности. Психолог обязан осуществлять практическую деятельность в рамках собственной компетентности, основанной на полученном образовании и опыте, постоянно повышать уровень своей профессиональной компетентности [4].

Для эффективного осуществления профессиональной деятельности в процессе обучения студентам-психологам необходимо развивать следующие личностные качества:

- Чувствительность к установкам, эмоциональному состоянию и поведению других людей;
- Способность определять личностные особенности человека;
- Проявление интереса к людям;
- Терпение в общении;
- Эмпатия;
- Объективность;
- Эмоциональная стабильность;
- Гибкость;
- Способность к рефлексии;
- Ответственность [5].

Для практического психолога важное значение имеют такие коммуникативные качества, как: логичность речи, выразительность, уместность, доступность. Практикующему психологу необходимо быть способным применять техники активного слушания с целью налаживания контакта с собеседником/клиентом, эффективного взаимодействия с ним,

правильной интерпретации информации, полученной от собеседника. Важным умением психолога также является способность качественно предоставлять обратную связь – сообщение собеседнику на предмет понимания полученной от него информации и коррекции собственного поведения в процессе общения.

Одним из главных условий становления профессионалом является способность к самоанализу. Для развития данного качества в процессе обучения студенту необходимо задавать себе следующие вопросы:

- Какие у меня проблемы и каким образом я их решаю?
- Как эти проблемы могут повлиять на работу?
- Каким людям я симпатичен и кто нравится мне?
- Кому я не нравлюсь и кто не нравится мне?
- Каковы мои ценности и какое влияние они оказывают на профессиональную деятельность?
- Какое впечатление я произвожу на окружающих [5]?

Способность к самоанализу, осознание себя позволяет психологу-консультанту определять собственные качества, которые необходимо развивать, а также мобилизовать собственные внутренние ресурсы к постоянному развитию, как личностному, так и профессиональному.

Среди основных причин неготовности студентов-психологов к профессиональной деятельности в полном объёме можно выделить следующие: отсутствие ценностных ориентаций; отсутствие способности анализировать психологические явления; низкая мотивация студентов к самостоятельной деятельности, недостаточная готовность к проведению психологического исследования; неумение или неэффективное применение на практике полученных знаний в процессе прохождения учебной и производственной практик.

В целях эффективного, успешного процесса обучения необходимо проведение специальных форм учебных занятий, таких как: работа с кейсами (case-study), деловые и ролевые игры, а также проектирование и моделирование.

Case-study (метод конкретных ситуаций) – метод активного проблемно-ситуационного анализа при помощи решения конкретных задач, различных практических ситуаций [6]. Результатом использования данного метода является получение конкретных навыков профессиональной деятельности. Данный метод способствует развитию критического и аналитического мышления. Метод конкретных ситуаций предполагает системность в анализе

конкретной ситуации: способность рассмотреть ситуацию с нескольких точек зрения, максимально выявить все возможные варианты её разрешения.

Ролевая игра – метод обучения, сущностью которого является создание условий и возможностей для раскрытия и развития конкретных качеств личности посредством выполнения определённой роли.

Проектирование – метод обучения, предполагающий деятельность, направленную на создание, реализацию проекта, формирование умения самостоятельного конструирования знаний, развитие творческого мышления, формирование умения решить проблему.

Сутью такого метода обучения как моделирование является построение и изучение моделей действительно существующих предметов и явлений.

Таким образом, профессиональная компетентность – важнейшее и неотъемлемое условие успешного выполнения профессиональной деятельности психолога. Психологу необходимо обладать большим объёмом знаний, эффективно применять их на практике, а также постоянно самосовершенствоваться.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Татур Ю.Г. Компетентностный подход в описании результатов и проектировании стандартов высшего профессионального образования. 6-ая версия: Материалы по второму заседанию методологического семинара // Труды методологического семинара, 2004. С. 9.
2. Иванов Д.А. Компетентности и компетентностный подход в современном образовании. М.: Чистые пруды, 2007. 32 с.
3. Равен Д. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация: пер. с англ. М.: Когито-центр, 2002. 396 с.
4. Этический кодекс психолога. 2012. URL: <http://psyrus.ru/doc/ethics.pdf> (дата обращения: 07.11.2017).
5. Кочюнас Р. Основы психологического консультирования. М.: Академический проект, 1999. 240 с.
6. Серпионова Е.И. Опыт обучения психологии с применением технологии «Кейс-стади» в старших классах // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2010. № 9 (69). С. 122-128.
7. Ангеловский А.А. Профессиональное сознание личности: понятие и структура // Сибирский педагогический журнал. 2010. № 5. С. 116-125.
8. Зимняя И.А. Компетентностный подход в образовании (методолого-теоретический аспект) // Материалы XV Всероссийской научно-методической конференции «Проблемы качества образования». М., 2005. С. 5-26.

9. Кязрст М. Рассмотрение компетентности в психологической концепции совершенствования управления производственной организацией // Актуальные проблемы труда. Тарту, 1980. С. 45-67.
10. Маркова А.К. Психология профессионализма. М.: Знание, 1996. – 308 с.
11. Швецова В.А. Особенности профессионального самосознания современных студентов // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 6. С. 194-199.
12. Эннс Е.А. Понятие профессионального самосознания в психологической науке // Психологические науки: теория и практика: материалы Междунар. науч. конф. М.: Буки-Веди, 2012. С. 127-129.

ФЕНОМЕН ТРЕВОЖНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Симанина Д.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях современного глобализированного мира, характеризующегося высокой конкуренцией, люди подвергаются постоянным психоэмоциональным перегрузкам из-за высокоинтенсивного ритма жизни, кроме того им сложно адаптироваться к быстроизменяющемуся состоянию среды. Совокупное влияние вышеизложенных факторов приводит к такому результату, как – перманентное состояние тревожности.

Термин «тревожность» в русском языке относится, несомненно, к разряду крайне редко употребляемых. Наиболее часто, при упоминании обозначаемого им явления, используются следующие лексические единицы: «тревога», как существительное и «тревожный», как прилагательное. При этом, в профессиональной лексике психологов слово «тревожность» употребляется на перманентной основе. Здесь оно имеет то же значение, что и английское слово «anxiety», а именно тревога, беспокойство. Несмотря на то, что тревогу принято считать нестандартным, особым психоэмоциональным состоянием, которое способно проявляться в моменты особых переживаний на нестабильном эмоциональном фоне имеется также и другое понятие, которое фигурирует в иностранной психологической литературе под тем же английским «anxiety», - склонность к данному состоянию тревожности как индивидуально-психологическая черта.

Таким образом, в английском языке оба этих разных по своей сущности понятия обозначаются одним и тем же словом, однако в русском языке толковать второе значение слово «anxiety», как «тревогу», было бы

некорректно. Для обеспечения возможности применения термина в отечественной практике, пришлось допустить его использование для обозначения двух явлений – и переживаний, и предрасположенность к ним, выделяя соответственно ситуативную и личностную тревожность [8].

В психологической литературе, встречаются различные определения понятия тревожности, несмотря на то, что большая часть исследователей сходятся на том, что наиболее правильным является разделение понятия тревожности на ситуативную тревожность и тревожность как личностную характеристику с учетом его динамики и переходного состояния. Таким образом, выделяют 2 понятия тревожности:

- эмоциональное состояние
- устойчивая черта личности.

Слова «тревога» и «тревожность» часто используются в условиях практической психологии как синонимы, однако в психологической науке подобная синонимизация недопустима. Стоит также отметить, что различие между понятиями «тревога» и «тревожность» и здесь долгое время было неочевидным, и только в современной психологии данные понятия стало принято разделять.

Рассмотрим основные подходы к определению понятия тревожности, данные различными психологами (Таблица 1).

Таблица 1 – Основные подходы различных авторов к определению понятия «тревожность»

п/п	Авторы	Определения понятия
.	Айсмонтас Б.Б.	<p>«Тревожность – это специфическое переживание, вызываемое предчувствием опасности и угрозы, чаще всего связанным с собственной личностью.</p> <p>Ситуативная – представляет собой эмоциональное состояние, провоцируемое реально или потенциально угрожающими ситуациями.</p> <p>Личностная – постоянная склонность индивида испытывать состояние тревоги и</p>

		воспринимать широкий круг объективно безопасных обстоятельств как содержащих угрозу» [1, с.206].
.	Гамезо М.В.	«Тревожность – склонность индивида к переживанию тревоги, состояние осознанного или неосознанного ожидания воздействия стрессора, фрустратора. Тревожность – достаточно устойчивое свойство личности» [7, с. 149].
.	Еникеев М. И.	«Тревожность – диффузный страх, порождающий ощущение общего неблагополучия, бессилия индивида перед надвигающимися угрожающими событиями» [2, с. 171].
.	Костина Л. М.	«Тревожность – хроническое переживание тревоги как неравновесного состояния и постоянная готовность к его актуализации формируют новообразование личности» [3, с. 3].
.	Кузнецова Ю.И., Фомина Н.В.	«Тревожность – устойчивое состояние, которое определяется склонностью воспринимать большой круг ситуаций как угрожающие. Его характеризует: неопределённость предмета переживаний, негативный эмоциональный отклик, ощущение реальной угрозы, а также направленность в будущее, опасение того, что будет, а не того, что есть» [5, с. 87].
.	Немов Р.С.	«Тревожность рассматривается, когда в одних случаях люди склонны вести себя тревожно всегда и везде, в других они обнаруживают свою тревожность лишь время от времени, в зависимости от складывающихся обстоятельств» [6, с. 491].
.	Прихожан А.М.	«Тревожность – переживание эмоционального дискомфорта, связанное с ожиданием неблагополучия, с предчувствием грозящей опасности» [9, с. 3].

.	Теплов Б.М.	«Тревожность – эмоциональная возбудимость в угрожающей ситуации, склонность к переживанию тревоги, характеризующаяся низким порогом возникновения реакции тревоги» [5, с. 558].
---	-------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Анализ приведенных определений позволяет сделать вывод, что под тревожностью чаще всего понимаются различные переживания личности, которые связаны с ожиданием возникновения каких-либо опасностей. Если тревожность провоцируется внешними или внутренними факторами относительно продолжительное время, то она фиксируется и превращается в черту личности, однако далеко не во всех случаях. Специфической особенностью тревожности как личностного свойства можно назвать то, что она имеет собственную побудительную силу. Появление и фиксирование тревожности значительно обуславливается отсутствием удовлетворения текущих потребностей личности в крайней степени.

Таким образом, важность разграничения ситуативной и личностной тревожности на практике состоит в необходимости определения наиболее эффективного подхода к консультированию практикующими психологами и пониманию данных определений психологами-теоретиками. Эффективный подход к консультации в данном контексте состоит в необходимости выявления сути проблемы (ситуативная или личностная тревожность) и дифференциации подхода к консультации в зависимости от этого.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Айсмонтас Б.Б. Общая психология. Схема. – М.: Владос-Пресс, 2003 -288 с.
2. Еникеев М. И. Общая и социальная психология. Учебник для вузов. – М.: Норма, Инфа-М, 1999. – 624 с.
3. Костина Л.М. Методы диагностики тревожности. – СПб.: Речь, 2006. – 198 с.
4. Кузнецова Ю.И., Фомина Н.В. Общая психология: Учебное пособие. – Н. Новгород: НГПУ, 2006. 131 с.
5. Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2008. – 583 с.
6. Психология: Учеб. для студ. высш. пед. учеб. Заведений: В 3 кн. – 4-изд. – М7: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. – Кн. 1: Общие основы психологии. – 688 с.
7. Общая психология: Учебно-методическое пособие / Под ред. М.В. Гамезо. – М.: Ось-89, 2007. – 352 с.

8. Популярная психологическая энциклопедия. – М.: Эксмо, С.С. Степанов, 2005 – 672 с.

9. Прихожан А.И. Тревожность у детей и подростков: психологическая природа и возрастная динамика. – М7: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2000. – 304 с.

ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В БИЗНЕСЕ

Скрипникова Н.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность изучения личностных качеств предпринимателя обусловлена необходимостью развития культуры предпринимательства в России. Для общества важны не только стратегические и умственные свойства руководителя, но также духовные и нравственные качества. Личность объединяет в себе все характеристики человека в определенную целостность. При этом личность предпринимателя имеет тенденцию к развитию и изменению в результате адаптации к внутренним и внешним факторам, что создает предпосылки для новых творческих подходов в бизнесе.

Социальная направленность предпринимателя в большей степени зависит от его половой принадлежности. Женщины расставляют приоритеты в пользу семьи и детей, а мужчины, как добытчики больше склонны к богатству и престижу. В не зависимости от пола у предпринимателей четко выражены такие черты характера как целеустремленность, настойчивость, активность и усердное трудолюбие. Поэтому предприниматель – это человек, использующий любую возможность для преуспевания в своем деле и для увеличения доходов. Для достижения этой цели предприниматель идет на определенный риск, внедряя новые подходы в бизнесе, новое оборудование, улучшая качество своей работы. Предприимчивость – вот главное личностное качество предпринимателя.

Анализ поведения современных предпринимателей позволяет выделить следующие качества этой социальной группы людей:

1) стрессоустойчивость – это навык не поддаваться внешним и внутренним факторам психоэмоционального воздействия;

2) гибкость и широта мышления – это значит, что ограничения и жесткие рамки давно остались в прошлом веке, на новом этапе развития они стали не приемлемы;

3) рационализм – адекватный подход к проблеме, правильность действий и индивидуальный подход к ней; креативность безусловно должна быть, но в пределах разумного, иначе она превратится в безобразия;

4) быстрая обучаемость - умение достаточно быстро подстроиться под новую информацию и так же быстро понять ее;

5) прагматизм – теория в бизнесе, конечно, необходима, но лишь практика и есть суть предпринимательства;

6) самосовершенствование – это непрерывный процесс саморазвития;

7) предприниматель должен уметь работать в команде - в коллективе, где люди имеют общую цель, нельзя со своими лидерскими амбициями давить на окружающих; нужно вести за собой людей, мотивировать их и уметь воодушевить.

Рассмотрим личностную специфику развития российского предпринимательства. Российские предприниматели действуют в условиях неопределенности и трудной предсказуемости факторов макроэкономической среды, что обуславливает повышенные риски в осуществлении хозяйственной деятельности. Стремясь к стандартам западного бизнеса, наши предприниматели не в силах игнорировать давно сложившиеся патриархальные традиции. Часто успешность достижений бизнесмена определяется его коммуникативными способностями и факторами, от него не зависящими (например, место рождения, семейные и родственные связи).

Российские ученые Коробанова Ж. и Мужичкова Ю.Е [3] провели исследование о нравственных и культурных особенностях российских предпринимателей. Они выяснили, что ставшее модным участие предпринимателей в благотворительности и мотив получения прибыли находятся в постоянном противоречии — это сказывается на психологическом состоянии предпринимателей. Выходит, что многие предприниматели без особого желания занимаются благотворительностью, т.к в современном обществе человек, который имеет большое количество денежных средств и при этом не отдает некоторую часть на благие дела, показывает свой дурной тон и невоспитанность.

Лидеры крупного российского бизнеса отличаются адекватностью своей самооценки и редко демонстрируют эффект ее завышения. В большей

части это заслуга выработанного характера. Как известно, люди крупного бизнеса по своей натуре приобрели некую жесткость и непоколебимость.

В России в крупном бизнесе состоят люди в возрасте от 35 до 50 лет. Основная часть бизнесменов имеет высшее образование (83%) [4, с. 59]. Чуть меньше половины из них - представительницы прекрасного пола (43%) [4, с. 59]. Больше половины бизнесменов имеют начальный капитал, который достался им от родителей или родственников. Только 15% предпринимателей в России начали свой бизнес с нуля [4, с. 59]. На поведение российских предпринимателей также действует советское прошлое нашей страны, так как советская экономическая культура являлась весомым проводником социально-экономических и культурных факторов населения, в том числе и будущих предпринимателей. Но, к сожалению, важные элементы экономической культуры затерялись, они безусловно могли бы поднять конкурентоспособность наших предприятий. А вот негативные привычки, которые остались, в том числе коррупция, создание мощного теневого рынка тормозят экономику нашего государства. В этом и заключается отличие российского бизнеса от любого другого - российскому предпринимателю нужно принимать и официальные законы, правила, и неформальные.

Итак, личностные качества предпринимателя играют важную роль в успешном развитии бизнеса, государства и общества в целом. Поэтому необходимо становление предпринимательской этики в России, что будет способствовать улучшению социально-экономической обстановки и экономическому росту.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Буторина О.В., Фукалова Ю.С. Культура предпринимательства: сущность и составляющие // Российское предпринимательство. – 2012. – Том 13. – № 24. – С. 57-62.
2. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса. - Спб.: Питер, 2008. - 304 с.
3. Коробанова Ж. В., Мужичкова Ю.Е. Представления о личностных особенностях российских бизнесменов //Гуманитарные науки. - 2013. - № 3(11). - С. 87-93
4. Глушач Н.Н. Индивидуально-психологические особенности предпринимателей: автореф. дисс. канд. психол. наук. - М.: МГУ, 1998. - 156 с.

ВОПРОСЫ ПРОФИЛАКТИКИ ТАБАКОКУРЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Сорокина Е.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В России принят федеральный закон от 23.02.2013 N 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», запрещающий продажу табачных изделий несовершеннолетним, курение в общественных местах, рекламу табачных изделий.

В статье 15 закона сказано: «Просвещение населения о вреде потребления табака и вредном воздействии окружающего табачного дыма осуществляется в семье, в процессе воспитания и обучения в образовательных организациях, в медицинских организациях, а также работодателями на рабочих местах».

Согласно, данным ВОЗ, вклад условий жизни людей (включая вредные привычки) в достижение и сохранение здоровья составляет 52-53%, а по данным отчета 2004 г. восемь факторов риска: употребление алкоголя, табака, повышенный уровень АД, холестерина, глюкозы крови, индекс массы тела, превышающий норму, недостаточное потребление овощей и фруктов, малоподвижный образ жизни являются причиной 61% случаев смерти от сердечно-сосудистых причин, вызывают 75% заболеваний ИБС.

Причиной 71% случаев рака легкого, 42 % случаев хронических респираторных заболеваний, 12% случаев смерти мужчин, 6% женщин , и 11% случаев смерти лиц 30-59 лет является употребление табака.

Сохранение здоровья важно и с экономической точки зрения.

Затраты на оказание медицинской помощи подразделяют на прямые и косвенные (непрямые).

Прямые затраты - расходы на медицинскую помощь, лекарственные препараты, расходные материалы и т.д.

Косвенные (непрямые) затраты обусловлены временной или стойкой потерей трудоспособности больными в связи с наличием заболевания, смертью (в. Это убытки из-за отсутствия на работе заболевшего, его родственников или друзей, которые осуществляют уход ; из-за снижения производительности труда.

Компания работодатель непосредственно несет убытки в случае отсутствия работника на рабочем месте в связи с заболеванием, а также при наличии дополнительных перерывах в работе в связи с курением.

Таким образом, формирование привычек, помогающих сохранять здоровье, является сегодня актуальной задачей.

Привычки могут возникать в любой сфере деятельности и охватывать различные стороны поведения человека.

Употребление табака относят к вредным привычкам, поскольку оно может напрямую влиять на состояние здоровья, опосредованно - на познавательную и умственную деятельность и социальную сферу человека. Курение - это сложный поведенческий акт, поэтому разным аспектам и последствиям его посвящены работы врачей, физиологов, психологов, социологов, как наших соотечественников (Александров А.А., Александрова В.Ю., Аносова; Ю.В., Лёвшин В.Ф., Ольшанская Е.В., Фельдштейн Д.И.), так и ученых других стран. (Vitoria P.D., De Vries H., Kremers S.P., Munafo M.R., Mudde A.N., Peto R.).

Общеизвестно, что курить вредно, тем не менее, в большинстве случаев знание этого не вызывает изменения поведения, что доказано в эксперименте со страхом Леванталя Г. в 1960-х гг., когда после изучения брошюр о важности вакцинации, заполнения анкет, подтвердивших усвоение теоретического материала, только 3% испытуемых осуществили вакцинацию. После модификации эксперимента, которая показала испытуемым, как включить вакцинацию в свое расписание, количество вакцинированных увеличилось до 28%, причем из них количество лиц, читавших «очень и не очень страшные» буклеты было равным.

Это означает, что необходимы практические рекомендации по модификации образа жизни, а именно: для курящего- постепенное снижение числа выкуриваемых сигарет в день (до 5 и меньше в течение суток позволяет не переходить порог зависимости и контролировать курительное поведение); на предприятии место для курения не должно располагаться в непосредственной близости от рабочего; при проведении праздничных и командообразующих мероприятий выбирать спортивные и познавательные (с учетом возрастных особенностей работающих).

Процесс убеждения включает преодоление нескольких препятствий. Однозначные и понятные суждения более убедительны (сообщение должно быть коротким и адаптированным для данной аудитории). Имеют значение

благоприятствующие условия, мысли, которые возникают у людей в ответ на убеждающую информацию, дискуссии.

В условиях дефицита времени, внимания слушателей более эффективен косвенный путь к убеждению, когда реакция на сообщение определяется тем, кто носитель информации, поэтому велико влияние руководителей, как формальных лидеров коллектива.

Развитие эмоциональной компетентности, понимание и учет потребностей человека важен для профилактики, т.к. в исследованиях обнаружена связь между наличием эмоциональных проблем (в т.ч. депрессией в анамнезе) и частотой развития никотиновой зависимости. Это может быть объяснено как генетическими особенностями синтеза нейротрансмиттеров, так и ответом на психотравмирующее воздействие. Проведение тренингов по развитию эмоциональной компетентности, мотивации позволит управлять своими духовными ресурсами и справляться с разрушительными эмоциями и побуждениями, осознать собственные ценности, адаптироваться к изменениям.

Можно сделать вывод, что организация работы и командообразования образом, способствующим возникновению и развитию здоровьесберегающих привычек, развитие контроля эмоций сотрудников, учет их потребностей и интересов будет способствовать продуктивному использованию рабочего времени, профилактике заболеваемости, и опосредованно повышению производительности труда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Леонтьев А.А. Психология общения: учебное пособие для вузов - 3-е изд.- М.:Смысл: Академия, 2007.-365с.
2. Гладуэлл М. Переломный момент: как незначительные изменения приводят к глобальным переменам-М.:Вильямс, 2007.-399с.
3. Майерс Д. Социальная психология-СПб.: Питер, 2016.-800 с.:ил.

МОТИВАЦИЯ ВСТУПЛЕНИЯ В БРАК: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Струбакина Е.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Семья является важнейшей ячейкой государства и играет весомую роль в развитии экономики и социальных институтов. На долю семей приходится около 90% населения земли. В семье решаются вопросы ведения домашнего хозяйства, семейного бизнеса, воспроизводства «рабочей силы» и обеспечения потребительского спроса. Изменения в институте семьи влияют на общую картину государства. Также и колебания в государстве находят отражение в семье.

В обществе происходят изменения экономического, технического, социального характера. Внедрение новых средств коммуникаций, возрастающие возможности медицины, создание устройств, облегчающих быт современного человека, накладывают отпечаток на ритм и стиль жизни, и конечно, на отношение человека к роли семьи и брака. Так, сегодня увеличивается средний возраст вступления в брак, и на данный момент составляет 25-35 лет. Меняется количество заключенных браков. Только за 2016 год количество браков в России снизилось на 15% (в сравнении с 2015 г.), при этом количество разводов возросло на 2%. Больше половины браков (62%) в современной России заканчивается разводом. Это говорит о том, что институт брака меняется, и нормы, существующие ранее, становятся все менее значимыми. Претерпевают изменения и мотивы, по которым заключаются браки. Именно поэтому вопрос изучения мотивации вступления в брак является интересным для исследователей на протяжении многих десятилетий, и сегодня не теряет своей актуальности. Неправильная мотивация при выборе партнера является фактором формирования проблемных брачно-семейных отношений, что приводит к конфликтам, распаду семей, воспитанию детей в неполных семьях, нарушению психического и физического здоровья населения. Изучение же особенностей мотивации вступления в брак в современном обществе имеет практическое значение, может быть использовано как в психологическом консультировании, так и для проведения профилактической и просветительской работы с молодежью. Данные меры в последствие найдут позитивное отражение в развитии экономической и социальной ситуации в стране.

В отечественной и зарубежной литературе много исследований было уделено вопросам готовности к браку и мотивации вступления в брак. Данная проблема отражена в работах современных психологов-исследователей Т.П. Усыниной, Я.В. Беляевой, М.Я. Рудневой, С.В.

Жолудевой. Д.С. Никулина, В.А. Андреева, Ю.И. Деева, Т.А. Андреевой и других авторов.

Под мотивацией вступления в брак, по мнению Я.В. Беляевой, следует рассматривать процесс, в результате которого взгляды, установки и ориентации, сформировавшиеся в определенной обстановке, побуждают людей к активизации своей деятельности в направлении удовлетворения своих социальных и природных потребностей в брачно-семейной сфере [1]. Как отмечает Т.П. Усынина, мотивация вступления в брак обозначает систему мотивов, образующих определенную иерархию, в рамках которой можно говорить о смыслообразующих мотивах и мотивах-побудителях при вступлении в брак [2].

Большинство авторов среди мотивов создания семьи выделяют: любовь, взаимную симпатию, общность взглядов и интересов, боязнь одиночества, продолжение рода, «бегство» от родителей, следование традиции, материальную выгоду, сексуальный комфорт, скорое появление ребенка, жалость, сострадание, месть и др. Следует отметить, что результаты исследований отличаются в зависимости от выбора перечня мотивов, который сложно привести к единому списку. Поэтому авторами предпринимались попытки обобщить и структурировать все многообразие мотивов.

Так, Е.В. Волченкова классифицирует мотивы вступления в брак по их основаниям: степени осознанности, содержанию, объекту направленности, возможному влиянию на удовлетворенность семейными отношениями в будущем, характеру направленности [3]. К группе мотивов по степени осознанности отнесены осознанные, частично осознанные и неосознанные. В группе мотивов по содержанию выделяют биологические, социально-культурные, экономические и психологические. По объекту направленности это мотивы «факт брака», «определенный тип брака», «определенный человек». По степени влияния на удовлетворенность семейной жизнью мотивы предлагается обозначать как низкой и высокой степени. По характеру направленности выделяются внутренние и внешние мотивы.

Необходимо отметить, что в каждом отдельном случае имеет место не один мотив, не одна причина, а их совокупность. При этом некоторые мотивы являются более значимыми, другие – менее. В браках, основанных на деструктивных мотивах (стремлении отомстить, сбежать от родителей и т.п.), решение принимается необдуманно, личность супруга при этом играет незначительную роль. В данном случае супруги изначально не решают

вопросы о самоопределении семьи, таких как распределение супружеских ролей, внутрисемейного статуса, целей и ценностей). Поэтому, не развивая и не изменяя такие отношения, велика вероятность, что брак достаточно быстро распадется.

Немаловажное значение при «выборе» ключевых мотивов играют индивидуальные особенности личности. Однако этот вопрос на сегодняшний день изучен недостаточно. Анализ научных работ показал, что исследователи чаще затрагивали такой параметр, как гендерные различия при мотивации вступления в брак (А.С. Турчин, С.В. Мерзлякова, Л.Л. Пучкова, Е.А. Гришина Е.А., Е.А. Овсяченко). Было установлено, что пол определяет содержание и иерархию мотивов, по которым заключаются браки. Мотивация вступления в брак у девушек отличается от юношей структурно-содержательными характеристиками и включает в себя мотивы, реализующие потребность в межличностном общении, улучшении материального положения, удовлетворения потребности в самоактуализации. Были также проведены исследования влияния типа полоролевой идентичности девушек на определяющие мотивы вступления в брак. Исследование В.А. Кочнева и М.А. Мауриной [4], в котором использовалась анкета половых ролей С. Бем (BSRI), опросник «Триада любви» Р. Стенберга и некоторые авторские методики, показало, что мотивация на «сам брак» одинаково ярко выражена у маскулинных и андрогинных девушек. Менее данный мотив присущ девушкам фемининной и недифференцированной направленности. Мотивация на конкретный тип брака более выражен у маскулинных и фемининных девушек, и менее – у девушек недифференцированного и андрогинного типа. Основной для всех групп испытуемых является мотивация на брак с определенным человеком. Уровень данного мотива в 2-3 раза выше, чем уровень мотивации на факт брака. Аналогичные исследования мужчин на сегодняшний момент не проводились. Гипотетически, исследования молодых людей данным методом также выявит зависимость мотивов от полоролевого типа и существенные различия мотивов между группами испытуемых. Предположительно, молодые люди маскулинного и фемининного типа в большей части будут руководствоваться мотивацией на «тип брака», а представители андрогинного и недифференцированного типа чаще будут мотивированы на «сам брак». Также можно предположить, что уровень ориентации на брак с определенным человеком у молодых людей будет ниже, чем у девушек.

Проведенный анализ научных источников показал, что проблема изучения мотивации вступления в брак является актуальной и значимой. Мотивы заключения брака различаются в зависимости от представлений о родительской семье, гендерной и полоролевой идентичности. Также следует отметить, что личностный аспект и его взаимосвязь с мотивацией вступления в брак представляет перспективное направление исследования. Профилактика вступления в брак на основе деструктивных мотивов сделает браки осознаннее, семьи крепче, а государство богаче и цивилизованнее.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Беляева Я. В. Состояние и динамика отношения молодежи к незарегистрированному браку: автореф. дис. [Моск. гуманитар. ун-т]. – М., 2008. – 17 с.
2. Усынина Т. П. Мотивация вступления в брак у молодежи // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер. Гуманитар. науки. - 2014. - № 7/8.; <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/ru/--gn14-07/1233-a> (02.09.15)
3. Е.В. Волченкова. Классификация и характеристика мотивов вступления в брак // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского.- 2014- №2 (34), с.31-36
4. Кочнев В.А., Маурина М.А. Мотивация вступления в брак у девушек-студенток с различными типами полоролевой идентичности. <http://elibrary.ru/item.asp?id=25908682> (20.11.16)
5. Жолудева С. В. Психологическая готовность к браку на разных этапах периода взрослости : автореф. дис.- Ростов н/Д, Южный федеральный университет, 2009. — 26 с.
6. Андреева Т. А. Психология семьи / СПб.: Речь, 2007. — 384 с.
7. Васючкова Е.С. Мотивация вступления в брак// Человек в мире. Мир в человеке: актуальные проблемы философии, социологии, политологии и психологии, 2012. – с.151-156.
8. Никулина Д.С., Андреева В.А. Психологическая готовность к браку юношей и девушек с разными представлениями о родительской семье//Психология и педагогика: Методика и проблемы, 2012, с.104-110.
9. Турчин А.С., Особенности гендерных различий в оценке перспектив вступления в брак у студенческой молодежи// Новая парадигма организационного управления в условиях вызовов XXI века (к 95-летию Л.И. Уманского) монографические материалы Всероссийского симпозиума. 2016. С. 72-76.

МЕСТО ФЕНОМЕНОВ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И ПРОКРАСТИНАЦИИ В СТРУКТУРЕ МОДЕЛИ ЛИЧНОСТИ ПСИХОЛОГА

Томарева Д.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Личность психолога является одним из базовых вопросов в психологической науке. Данная проблема была изучена многими авторами и до сих пор не теряет своей актуальности.

Согласно исследователям, личность психолога должна обладать определенным набором качеств, которые будут способствовать и обеспечивать эффективность работы профессионала. Важно отметить, что разные направления деятельности психолога предполагают разные наборы этих личностных и профессиональных качеств, так необходимых успешному специалисту.

Такие ведущие виды деятельности как психологическое консультирование, ведение тренингов и семинаров, проведение профессионального отбора и подбора кадров, работа с людьми в стрессовых ситуациях, психодиагностика требуют не только общего набора качеств успешного специалиста в области психологии, но и определенный порядок развитых компетенции в каждой из этих отраслей.

Следует подчеркнуть, что глобальное распространение явления прокрастинации среди специалистов побуждает к более глубокому изучению этого явления в структурной модели личности психолога. Исследователи описывают прокрастинацию как сложный феномен напрямую связанный с ответственностью. Чем выше уровень личностной ответственности, тем ниже выраженность прокрастинации и успешнее деятельность профессионала. В данной статье мы попытаемся отразить наличие ответственности во многих структурных профессиональных моделях психолога у разных авторов и тем самым обозначим нежелательность прокрастинации как личностного свойства специалиста.

Проблемой выделения идеальной личности психолога — консультанта занимался Р. Кочюнас. Он говорил о том, что эффективная работа консультанта во многом определяется свойствами личностями. Но немаловажными факторами также являются профессиональные и специальные знания психолога. Никто из нас не рождается идеальным

психологом. Качества, так необходимые для успешного выполнения деятельности формируются в процессе жизни и обучения.

К характеристикам данной модели идеального психолога относятся:

1. аутентичность;
2. открытость опыту;
3. развитое самосознания;
4. идентичность личности и ее сила;
5. толерантность;
6. личностная ответственность;
7. развитая эмпатия;
8. способность к реалистичному формированию целей. [5].

Анализируя иностранную научную литературу можно выделить ряд факторов, характеризующих успешного профессионала — психолога: доверие к другим, проницательность, уважение ценностей людей, отсутствие предубеждений, осознание своего профессионального долга, уважение чужих прав и мнений, толерантность, интерес к другим людям, эмоциональная стабильность, объективность, ответственность, чуткость, эмпатия, гибкость, отсутствие собственных серьезных проблем, внимательность, умение слушать и т. д.

В обыденном сознании наиболее существенными характеристиками психолога называют душевность, талантливость, оптимистичность, демократичность и т. д.

В настоящее время большую популярность обретает компетентностный подход к личности профессионала. Наличие особых профессионально важных качеств (ПВК) во многом определяет успешность любой деятельности.

Проблематикой ПВК психолога много внимания уделила отечественная психология. Н. А. Анимов прежде всего выделяет такие качества, как общий интеллект, устойчивость к стрессу и поддерживающий стиль общения [1].

Н. Н. Обозов выделяет следующие ПВК психолога: контактность, гибкость, динамичность, общительность, умение держать свою линию поведения, терпимость к другим, самоконтроль, развитый уровень общей культуры поведения, профессиональный такт. [6]

Н. С. Пряжников обращает внимание на такие качества личности, как доброта, умение общаться, порядочность, ответственность.[7] А. И. Крупнов выделяет справедливость, доброжелательность, уравновешенность, такт,

требовательность к себе, организованность, ответственность, внимание. [2]

На основании данных материалов можно обозначить личностный и профессиональный профиль качеств психолога — специалиста. Индивидуальные личностные качества включают в себя:

1. коммуникативные качества (общительность, контактность, умение слушать, эмпатия, склонность к сопереживанию);
2. эмоционально — волевые качества (устойчивость, самообладание);
3. интеллектуальные качества (развитый социальный интеллект, логическое мышление, аналитический склад ума);
4. активность (психофизиологическая активность, аутентичность, наблюдательность, инициативность);
5. саморегуляция личности (ответственность, терпимость к другим).

Профессионально качества представляют собой наличие профессиональных знаний, профессиональных умений, профессиональных навыков. [2]

Е. С. Романова также описывает профессиограмму психолога, выделяя наиболее значимые для этой деятельности характеристики, качества и способности личности.

К способностям она относит: достаточно развитый уровень концентрации и устойчивости внимания, развитая словесно — логическая и образная память, хорошо сформированное логическое мышление, сформированные мнемические процессы, развитость коммуникативных процессов (к ним относятся умение слушать, умение устанавливать контакты), вербальные умение, ораторские способности (умение говорить грамотно), высокий уровень развитости переключения и распределения внимания, самоконтроль [8].

Этот набор личностных способностей позволяет организовать грамотную профессиональную деятельность психолога любого направления.

К личностным особенностям успешного профессионала - психолога относят:

1. высокий уровень личностной ответственности;
2. терпимость к другим;
3. безоценочное отношение;
4. уважение к другим;
5. стремление к самопознанию и саморазвитию;
6. обучаемость и любознательность;

7. находчивость;
8. тактичность в общении;
9. воспитанность;
10. эмпатия;
11. целеустремленность;
12. интуиция, умение предвосхищать события;
13. творческое начало и т. д. [8].

Помимо качеств, способствующих грамотной профессиональной работе

психолога во всех направлениях выделяют также ряд характеристик, которые, наоборот, препятствуют эффективной деятельности психолога. К ним можно отнести:

агрессивность; замкнутость; нерешительность личности; низкий интеллектуальный уровень развития; неустойчивость (эмоциональная и психическая); ригидность мышления; неумение встать на позицию другого человека; отсутствие склонности к взаимодействию с людьми [5].

Противопоказаниями для данной профессии являются недоброжелательность, нелюбовь к людям, озлобленность, психическое нездоровье, неумение общаться, лень, пассивность. По нашему мнению явление прокрастинации также можно отнести к неблагоприятным факторам профессиональной деятельности психолога.

Таким образом, анализирую некоторые модели личности, модели ПВК и профессиограммы успешного психолога можно с уверенностью сказать, что ответственность является одним из основополагающих требований к личности специалиста – психолога. Следовательно, можно сказать, что наличие высокого уровня выраженности прокрастинации у профессионала является нежелательным в нашем случае.

Вновь подчеркнем, что феномен прокрастинации напрямую связан с ответственностью, во многом определяет данное свойство. Это говорит нам о необходимости выявления корреляционных связей между явлением прокрастинации и ответственности у психологов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Анимов И.А. Социально — психологические предпосылки специальных способностей школьного психолога / И.А. Анимов, М.В. Молоканов // Вопросы психологии, 1992. № 12. с. 73- 84
2. Быкова В.А. Особенности ПВК психолога // Психология и педагогика, 2014, № 3. с. 27 – 39

3. Ковылен В.С. Теоретические основы изучения феномена прокрастинации // Электронный научный журнал « Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие», 2013. № 2. с. 22 – 41
4. Костригин А.А. Личность психолога — консультанта: теоретико — эмпирическая модель ключевых компетенций // Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского, 2014. № 1 (2). с. 445 – 451
5. Кочюнас Р. Основы психологического консультирования. М: академический проект, 1999. 240 с.
6. Обозов Н.Н. Психологическое консультирование. СПб, 1993. 359 с.
7. Пряжников Н.Н., Пряжникова Е. Ю. Психология труда и человеческого достоинства. Издательство: Академия, 2005. 480 с.
8. Романова Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. Спб: Питер, 2003. 464 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА БУДУЩЕГО СУПРУГА СТУДЕНТАМИ СТАРШИХ КУРСОВ ВУЗОВ

Трефилова Л.Л.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность выбранной темы подтверждается насущными проблемами и качественными изменениями, которые произошли в жизни человека в последнее время, в отношении к браку и семье и построению устойчивых отношений. Современная действительность отражается на базовых понятиях счастья и комфорта человека в личной и общественной жизни: меняются ценностные ориентиры, социальная роль брака и семьи. Особенно это заметно на примере молодых людей, поскольку их путь личностного становления, связанный с усвоением разнообразных социальных ролей, нередко сопровождается проявлениями неуверенности в себе, недостаточной самооценки, конфликтности, недостаточно развитыми коммуникативными навыками, различными трудностями ролевого выбора.

В прошлом вступление в брак считалось серьезным, ответственным решением, единственно возможным в жизни союзом с одним человеком, закреплением высшего проявления любви, уважения и доверия к партнеру.

В современном обществе традиционные взгляды на брак как единственный вариант фиксации матримониального союза кардинально изменились, а новые еще окончательно не сформировались.

Стойкость брачно-семейных отношений зависит от готовности молодых людей к семейной жизни, от понимания ими, какой партнер будет способен создать с ними прочный союз. Распространение случаев создания ранних браков и наряду с этим увеличение количества разводов обусловили наш интерес к изучению проблемы психологического выбора будущего супруга молодыми людьми.

В любом случае, основными социально-психологическими характеристиками и факторами любого периода развития личности являются ведущий вид деятельности, социальная ситуация, психические новообразования, характеристики интеллектуального и эмоционального развития личности, поэтому их необходимо рассмотреть применительно к данному возрастному периоду.

Для этого возраста характерно оптимальное сочетание психологических, физиологических, социальных и других факторов, благоприятствующих выбору спутника жизни и созданию семьи. В этот период человек достигает пика в своем физическом развитии, организм женщины в данной возрастной группе наиболее приспособлен к рождению первого ребенка.

В этом возрасте происходит активное накопление психологического и социального опыта, человек включается в разнообразные виды социальной активности и овладевает многими социальными ролями, в том числе и ролью супруга или супруги. Молодой человек в период ранней взрослости готов к отходу от родительской семьи и к построению собственной, к принятию решения о выборе спутника жизни и выборе модели брака.

Одновременно с созданием семьи молодой человек направляет свои усилия на профессиональное обучение, поиск постоянного места занятости, профессиональную адаптацию, достижение карьерного роста.

Таким образом, ведущим видом деятельности на данном этапе, согласно периодизации А.Б. Эльконина и А.Н. Леонтьева, является профессиональная деятельность, а социальная ситуация развития состоит в активном вовлечении в сферу трудовой деятельности, овладении выбранной профессией, а также в выборе спутника жизни, создании собственной семьи и воспитании детей. Ключевое переживание социальной ситуации развития ранней взрослости заключается в способности осознать свою личную ответственность за свою собственную жизнь и жизнь близких людей.

Центральными возрастными новообразованиями молодости можно считать профессиональное становление и семейные отношения [1].

В молодости существенно развиваются теоретическое и абстрактное мышление. Происходят изменения неравномерного гетерохронного характера в познавательных процессах. При этом интеллектуальное развитие человека, достигшего ранней взрослости, проходит в тесном взаимодействии с формированием или трансформацией его личности. Причем несмотря на прекращение развития психофизиологических функций на рубеже 25 лет интеллектуальное развитие продолжается еще многие годы [2].

Эмоциональная сфера человека в период ранней взрослости в целом уже сформирована и стабильна, но остается немало проблем, среди которых главными являются достижение идентичности и близости.

По мнению Э.Эриксона, осознание самого себя требует психологической взаимности, а именно непосредственного соответствия мнений и представлений личности о самом себе и тем, как его видят и воспринимают окружающие [3]. Э.Эриксон также подчеркивает важность идентификации молодых людей в контексте всего социального пространства человека. Именно в этом возрасте человек ищет, какую именно идентичность применить к себе. В этот период, по утверждению Эриксона, происходит кризис достижения идентичности на уровне противоборства понятий «близость» и «изоляция». Эриксон использует термин «близость» (или «интимность») как многоплановый, но главным при этом считает наличие взаимности в отношениях, слияние с идентичностью другого человека без опасения потерять самого себя как личность. Эриксон рассматривает данный аспект близости как необходимое условие успешного и прочного брака. Негативным вариантом развития данного кризиса, при неспособности человека выстраивать отношения, основанные на доверии и взаимоуважении, является изоляция (чувство одиночества и социального вакуума).

В эмоциональном плане для молодого человека принятие себя - очень важное условие самореализации. В этом возрасте человек уже в состоянии воспринимать себя реалистично и критически, понимать свои недостатки и достоинства. Осознание и принятие своей индивидуальности создает возможность формирования личных ценностей и установок, в том числе относительно понимания значимости семейных отношений и критериев выбора будущего партнера.

В целом, ранняя взрослость рассматривается обществом как «лучшее время», как наиболее счастливый возраст, что ведет к повышенному ожиданию этого времени со стороны подростков и к высокой ретроспективной оценке у старших возрастных групп. Именно в интервале от

21 до 34 лет зафиксирован наименьший процент лиц, неудовлетворенных жизнью и считающих себя несчастными. Однако повышенные требования к молодым взрослым, их достижениям и успехам способствуют возникновению у них переживаний стрессового характера, а высокая частота значительных и значимых событий в период ранней зрелости способна усиливать стресс. Действительно, согласно эмпирическим наблюдениям, у лиц данного возраста отнюдь не обязательно обнаруживается пик удовлетворенности жизнью. Полагают, что удовлетворенность жизнью меняется на протяжении самого этапа зрелости. К. Муздыбаев, например, устанавливает наиболее низкую удовлетворенность жизнью у молодых людей до 25 лет, которая далее — от 25 до 30 лет — резко повышается, но во второй зрелости — до 50 лет — вновь снижается. Автор заключает, что ощущения счастья и удовлетворенности жизнью (ее смыслом) не совпадают: молодые люди чаще говорят, что они счастливы, но для них менее типична удовлетворенность жизнью [4].

Успешность жизненного пути взрослого человека во многом зависит от семейных отношений. Наиболее выраженной ценностью в интервале зрелости выступает семья, играющая роль смысло-жизненной ориентации, уступая свой приоритет социальной теме у 16—20-летних, а также личной и духовной — после 50 лет (Г.А. Вайзер). [5] В связи с этим представляется важным рассматривать понимание таких явлений как семья и брак с точки зрения современности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абрамова Г.С. Возрастная психология: Учебник для студентов вузов. — 2-е изд., исп. и доп.— М.: Академический Проект, 2001. — 704с.
2. Мухина В.С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество: Учебник для студентов вузов. — 10-е изд., перераб. и доп. — М.: Академия, 2006. — 608с.
3. Эриксон Э. Идентичность – юность и кризис / Пер. с англ. — М.: Флинта, 2006. — 342с.
4. Психология. Под ред. Сосновского Б.А. М.: 2008. - 660 с.
5. Болотова А.К., Молчанова О.Н. Психология развития и возрастная психология. Учебное пособие. — 2012 URL:<http://litmir.biz/rd/67432/p1> (дата обращения: 02.11.2017).

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ИНТЕРНЕТА НА ПОКОЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Тропичева Т.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современное поколение называют центениалами. Это люди, родившиеся после 1996-2000 годов. Фактически, они выросли на интернет-технологиях и гаджетах. По данным статистики, подростки на 36% больше проводят времени в интернете, чем их родители. Невозможно не уесть тот факт, что 7.4% родителей занимаются предпринимательской деятельностью, где зачастую приходится пользоваться интернет-ресурсами [1, с. 26].

Согласно результатам опроса, проведенного среди родителей на Дневник.ру, более 70% детей пользуются интернетом самостоятельно. Недостаточно просто ограничить доступ к запрещенным сайтам, ведь даже на разрешенных ресурсах дети могут столкнуться с опасным контентом: группы в социальных сетях, пропагандирующие насилие или суицид, порнографические баннеры. Иногда даже безобидный, с первого взгляда, поисковый запрос может привести ребенка на отнюдь не безобидный сайт [2].

Центениалы учились и учатся постоянно используя технологии. Естественно, они привыкли к изучению предметов по средствам интернета. В их голове хранится множество сайтов, с которых можно получить ту или иную информацию. Кроме того, они привыкли думать глобально, потому что мгновенно получают информацию со всего света. Они хотят делать открытия, любят исследования и разработку. Но при этом существует весьма большой минус – потеря концентрации [3].

Они знают, что и где необходимо выложить, чтобы зацепить аудиторию. Подростки всегда в курсе, по каким законам живет информация в интернете и когда нужно публиковать снимок в Instagram, чтобы собрать больше лайков. С первого взгляда – ничего особенного. Но представьте, что будет, когда эти подростки с таким чутьем на аудиторию выйдут на рынок.

У центениалов очень трезвые представления о жизни и о том, как добиваться успеха. Миллениалы -люди, родившиеся между 1980 и 1996 годами (согласно определению Pew Research Center) и достигшие сознательного возраста к моменту магического переключения цифр отсчета лет на третью тысячу [4] - мечтают, чтобы весь мир заметил, какие они

прекрасные и замечательные. У центениалов нет таких иллюзий. Они собираются много работать и зарабатывать: 72% выпускников задумываются о предпринимательстве.

На основании этого, 02.04.2015 года стартовал первый Всероссийский квест по предпринимательству «Businessteen», целью которого является обучение и формирование навыков предпринимательства [5].

Но не смотря на то, что интернет может помочь подростку определиться с направлением будущей деятельности, существует ряд минусов частого его посещения. К примеру, как мы все знаем, в интернете можно с легкостью завести друзей. По данным статистики, 39% подростков используют его для общения очень часто и 32% часто [6]. Это приводит к тому, что дети «пропадают в интернете». А значит, у них постепенно появляется интернет-зависимость. Научно доказано, что около 10% пользователей интернета зависимы от него, причем треть из них считают интернет таким же важным как дом, еда и вода.

И это в свою очередь приводит к ряду проблем: у подростков, зависимых от Интернета, складывается свое мировоззрение. Они не умеют себя ограничивать и контролировать, считая, что в жизни, как и на сайте в Интернете, всегда можно зарегистрироваться заново. Подросток отдаляется от родителей и сверстников, все больше углубляясь в виртуал. Он перестает воспринимать окружающих, становится замкнутым и беспомощным. Ведь Интернет не в силах научить подростка тому, как справляться с жизненными трудностями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования — М.: Фонд, Развития Интернет, 2013. — 144 с.
2. <https://ad.dnevnik.ru/promo/megafon> (дата обращения: 06.11.2017).
3. http://emosurf.com/post/4381/Tsentenialy__pokolenie%2C_kotoroe_sotret_vsekh_nas_s_litsa_planety (дата обращения: 06.11.2017).
4. Михайлова М. Поколение Millennials / Forbes, 2001-2017. URL: http://forbes.kz/life/view/pokolenie_millennials (дата обращения: 06.11.2017).
5. <http://minobr.gov-murman.ru/press/news/79100/> (дата обращения: 06.11.2017).
6. <http://xn--d1abkefqip0a2f.xn--p1ai/index.php/konfrentsiya/item/116-tseli-ispolzovaniya-interneta> (дата обращения: 06.11.2017).

ФЕНОМЕН СЕЛФИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Харитоновна К.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современный мир находится на стадии динамического развития, где люди стремятся создать условия для ускорения технического и социального прогресса. Появляются новые изобретения, течения, технологии, позволяющие полноправно назвать современное общество информационным. Ключевая роль в развитии данного общества отводится сфере сетевых и мобильных технологий, которая охватила все области человеческой жизни и привела к формированию новых технических и психологических феноменов. Примером такого феномена является селфи, который в последнее десятилетие набирает все большую популярность, выступая не просто развлечением, но и инструментом ведения бизнеса.

Целью данной публикации является рассмотрение селфи в предпринимательской среде. Для этого необходимо описать способы, посредством которых данный вид фотоискусства может принести заработок, а так же указать его психологический аспект влияния на личность.

Селфи (англ. selfie, от «self» — сам, себя) — разновидность автопортрета, заключающаяся в запечатлении самого себя на фотокамеру, иногда при помощи зеркала или монопода. Первое время слово селфи и фотографии, сделанные с помощью зеркала, были не популярны и считались признаком плохого вкуса. Наибольшую известность термин приобрел в начале 2010-х годов благодаря распространению социальных сетей. С тех пор появилось множество фактов, которые материально связаны с данным явлением: статьи и обучающие видео на тему, как правильно делать селфи, необычные аксессуары для облегчения процесса фотографирования, специальный класс мобильных телефонов с улучшенными возможностями для создания выгодного автопортрета и т.д. Само же слово «селфи» названо «словом 2013 года» в английском оксфордском словаре, что официально подтверждает колоссальную значимость данного феномена.

Наибольшая активность селфи проявляется в электронной экономике. Электронная (цифровая, веб, интернет) экономика — экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях. Это деятельность, непосредственно связанная с электронной коммерцией, в которую входят: интернет магазины, сервисы по предоставлению онлайн услуг,

информационные сайты, зарабатывающие на рекламе и прочие виды деятельности. В итоге можно сказать, что к цифровой экономике можно причислить практически любые способы заработка в сети Интернет, где селфи занимает на сегодня достойное место. Как различные бренды, так и обычные пользователи используют этот феномен для приобретения материальных благ и развития собственного бизнеса. Рассмотрим некоторые из них:

1. Селфи как способ самопрезентации. Способ, при котором селфи используется в качестве инструмента саморекламы посредством создания образа в сети Интернет.

2. Развитие бренда за счет пользовательского селфи. Хорошо известные брендовые компании запускают теги (именованные метки), призывающие пользователей делиться фотографиями с результатом использования их продукции на определенных условиях (поощрения, фотоконкурсы и тд.). Сообщения, обращенные к пользователю, помогают ему позитивно воспринимать себя и выступают естественным и мощным способом продвижения бренда.

3. Развитие бренда за счет селфи знаменитости. Один из способов продвижения товаров и услуг за счет фотографии известной личности с упоминанием данного бренда.

4. Селфи в определенном месте. Селфи, которые делают акценты не на личности пользователя, а на месте и предметах, находящихся в кадре. Это дает новые возможности для продвижения товаров посредством использования площадок, которые поддерживают образ бренда, а так же продвигают услуги или большие объекты (места досуга, квартиры, мебель и тд.).

5. Селфи в определенном месте, связанном с брендом. Способ, при котором бренд размещает определенные мотивирующие стикеры в уборных, примерочных, магазинах с призывом делать фотографии и отмечать местоположение. Результатом являются множество фотографий с рекламными отметками без дополнительных вложений.

6. Снимки в необычных местах. Это один из способов продвижения бренда за счет эксклюзивных фотографий. Спортсмены делают снимки с использованием определенного ярлыка в необычных местах: в воде, в воздухе, на вершинах гор, на мотоциклах и тд., для привлечения миллионов человек.

7. Селфи-предметы, селфи-приложения. Новая грань селфи-

маркетинга, где выпускаются определенные товары и услуги, направленные на удобства создания фотографии: зеркало для селфи, селфи – палка, селфи-вспышка и тд.

8. Услуги на прокат. Способ, при котором определенные сервисы предоставляют товары в аренду для создания селфи, гарантируя полную конфиденциальность. К ним можно отнести цветы, машины, дизайнерские вещи, площадки с имитированием определенной местности и тд.

9. Уроки по созданию удачного селфи.

10. Услуги по продвижению контента в Интернет пространстве.

Возросшая популярность данного феномена со стороны бизнеса обусловлена множеством факторов, главный из которых – простота исполнения. Фотография, сделанная за считанные секунды, может стать доступной тысячам пользователей сети Интернет, где селфи (автопортрет) только усиливает эффект положительного, доверительного восприятия к направляемому объекту. Экспериментальным путем установлено, что люди уделяют большее внимание лицам, чем всему остальному, поэтому селфи не просто привлекает, но и может побуждать людей к действию. Из рассмотренных статистик также можно сделать вывод, что модное течение по-разному оказывает давление на разных людей, что заставляет задаться вопросом изучения типажей и характеристик личности, побуждающих следовать новой эпидемии, чему и посвящено наше исследование.

Сегодня селфи можно отнести к явлению повальной популярности, которое распространилось на людей всех возрастных категорий. Специалисты разных стран углубленно исследуют психологические проблемы, связанные с ростом активности данного феномена, выявляя различные расстройства у личностей с повышенной увлеченностью к фотографированию себя. Одни ученые приравнивают это к болезни, выделяя стадии принадлежности к данному психическому расстройству, другие считают модным течением, которое помогает следовать современным тенденциям, и дает возможность создания бизнеса и его эффективного продвижения.

В рамках диссертационного исследования проводится определение специфических особенностей характера студентов, в личности которых отчетливо наблюдается повышенная увлеченность селфи. Для этого нами апробирован тест относительно частоты создания снимков, определяющий степень селфи-зависимости, который сопоставлен с результатами тестов личностного 16 pf опросника Р.Б. Кеттелла по следующим сферам:

1. Эмоциональная (С: «эмоциональная нестабильность – эмоциональная стабильность, Н: «робость – смелость»)
2. Интеллектуальная (Н: «прямолинейность – дипломатичность», М: «практичность – мечтательность»)
3. Коммуникативная (А: «замкнутость – общительность», Q2 «конформизм – нонконформизм»)

Результаты данного тестирования помогут выявить особенности характера, детерминирующие склонность к феномену селфи, который становится эффективным инструментом получения материальных благ.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что селфи на сегодня выступает успешным механизмом в создании и продвижении бизнеса, где позиционирование продукта, личности или бренда является его важной составляющей. Нами предполагается, что не каждый человек в силу своих психологических характеристик может с легкостью воспользоваться этим феноменом и лишь развитие определенных личностных качеств поможет сделать селфи инструментом бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Апасова И.М. Первобытие автопортрета как интенция к самопознанию/И.М.Апасова. - Вестник ТюмГУ. Вып. №5, 2008. -268-273 с.
2. Гринькова Е.А. Селфи - взгляд на историю культурного феномена // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 1. Ч. 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/40930> (дата обращения: 15.11.2017).
3. Науширванова Р.Р., Ахмадеева Е.В. Психологические аспекты селфи // Современные научные исследования и инновации. 2016.
4. Погонцева Д.В. Самопрезентация в киберпространстве // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2012. № 2 (4). С. 66-7
5. Психология селфи и как ее понимание может пригодиться в бизнесе [Электронный ресурс]. – URL: <https://geniusmarketing.me/> (дата обращения: 28.10.2017).
6. Тутушкина М.К. Практическая психология для экономистов и менеджеров. М.: Дидактика Плюс, 2002.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СТУДЕНЧЕСКОЙ ГРУППЕ

Хмельницкая Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Анализ студенчества как отдельной возрастной категории начался не так давно, в 1960-е годы, Ленинградской психологической школой, руководителем которой был Б. Ананьев [1, с. 70]. Если рассматривать студенчество как возрастную категорию, то ее можно назвать поздней юностью.

Авторы по-разному трактуют понятие «студенчество». По мнению И. Зимней, «студенчество есть некая специфическая социальная категория, объединенная институтом образования» [2, с. 119]. К отличительным особенностям студенчества К. Муздыбаев относит высокий уровень познавательной мотивации и социальной активности, и уже практически сформированную интеллектуальную зрелость [3, с.75].

Не удивительно, что многие авторы обращаются к теме студенчества, пытаясь понять психологические особенности данной возрастной категории. Поэтому изучение психологических аспектов студенческого возраста – важный и актуальный вопрос для современной науки.

Целью данной работы является изучение психологических особенностей студентов высших учебных заведений. Исследование проводилось в 2017 г. в ННГУ им. Лобачевского, в рамках факультета ИЭП. В нем приняло участие 98 студентов ВУЗа дневного отделения: студенты четырех групп 2-3 курса, из них юношей - 31 (32%), девушек - 67 (68%). Средний возраст испытуемых – 18.8 лет: от 17 до 21 года.

В рамках исследования были использованы следующие методики:

1. Диагностика коммуникативной толерантности В.Бойко, тест представляет собой 45 вопросов, разделенных на 9 блоков, каждый из которых отражает особенности поведения человека в определенных ситуациях. Результаты теста представляют собой шкалу от 1 до 3, где 1 – низкая степень толерантности, 2 – средняя степень и 3 – высокая степень толерантности [4, с.92].

2. Социальный интеллект, Дж. Гилфорд. Методика представляет собой 4 блока тестов, направленных на изучение уровня социального интеллекта, то есть на определение уровня понимания и прогнозирования поведения людей в различных ситуациях, а также на умение понимать истинные намерения людей, чувства и т.д. Результаты теста ранжируются по 5-ти балльной шкале от «низкий уровень», до «высокий уровень» социального интеллекта.

3. Стратегии поведения в конфликтной ситуации, А. Казанцев, В. Подлесных, Л. Серова. Тест состоит из 35 вопросов, которые позволяют

выявить склонность к применению какой-либо из пяти типичных стратегий поведения в конфликтной ситуации: конкуренция, сотрудничество, компромисс, приспособление и избегание [5, с.76].

Основные результаты первого тестирования уровня толерантности: 28 студентов (29%) имеют низкий уровень толерантности, 56 студентов (57%) – средний уровень и у 14 студентов (14%) был выявлен высокий уровень толерантности.

Как было указано выше, тест представляет собой 9 блоков, поэтому стоит выделить направления, по которым студенты набрали наименьшее количество баллов, т.е. уровень толерантности в этих блоках был наименьшим. В частности, это не умение скрывать негативные чувства в ходе общения, категоричность в оценке людей, т.е. нехватка гибкости и широты кругозора.

Также стоит отметить сферы, в которых студенты максимально толерантны: респонденты терпимы к дискомфортным состояниям партнера – отсутствие настроения, усталость; студенты, как правило, не стараются изменить собеседника, перевоспитать и т.д.

Средний балл по данному тесту – 1.86, что немного ниже среднего значения – 2. Если говорить о гендерном аспекте, то результаты исследования практически не отличаются: средний балл у юношей – 1.85, у девушек – 1.87. В связи с тем, что в исследовании принимали участие студенты и 2, и 3 курсов, хотелось бы отметить, что средний балл второкурсников – 1.78, а третий курс набрал балл несколько выше – 1.97. Поэтому, исходя из результатов теста, можно выделить «зоны развития» студентов – это несдержанность и категоричность, так же стоит отметить, что уровень толерантности больше зависит не столько от гендерной принадлежности, сколько от возраста (или курса) студентов: чем старше респонденты, тем выше их средний балл по уровню толерантности.

Теперь рассмотрим результаты второго исследования – уровень социального интеллекта Дж. Гилфорда. Средний балл по данному тесту составил 2.78, т.е. почти «средний уровень социального интеллекта», согласно шкале, где 2 балла – уровень ниже среднего, а 3 балла – средний уровень. Наилучший результат студенты продемонстрировали в первом блоке теста – «Истории с завершением», тем самым доказывая, что умеют предвидеть последствия поведения собеседника, а также умеют четко выстраивать стратегию собственного поведения для достижения поставленной цели. Наименьшее количество баллов респонденты набрали

при работе с блоком «вербальная экспрессия», это означает, что часто студенты ошибаются в интерпретации слов собеседника, плохо распознают различные смыслы, которые могут принимать одни и те же вербальные сообщения в зависимости от характера взаимоотношений людей и контекста ситуации общения.

Согласно проведенному исследованию, гендерное разделение не выявило значительных различий в уровне социального интеллекта: оно незначительно выше у девушек – средний балл 2.8, у юношей чуть ниже – 2.77. Хотелось бы акцентировать внимание больше на зависимости уровня толерантности и уровня социального интеллекта. Результаты исследования подтвердили гипотезу о том, что чем выше уровень социального интеллекта, тем выше и уровень толерантности. 70% студентов с уровнем социального интеллекта «выше среднего» и «высокий», имеют высокий уровень толерантности. Если говорить о противоположной стороне – уровне социального интеллекта «ниже среднего», то 61% таких студентов имеют низкий уровень толерантности. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что данные категории имеют прямую зависимость, и развитие одной составляющей будет непосредственно отражаться на росте другой.

Третьим этапом анализа психологических особенностей студентов явилось исследование стратегий поведения в конфликтных ситуациях. Согласно полученным данным, 31% респондентов, как правило, используют такую стратегию как конкуренция, 24% - сотрудничество, 21% - приспособление, 18% - компромисс и 4% - избегание. Стоит отметить, что наиболее популярные стратегии «конкуренция» и «сотрудничество» ставят на первое место достижение цели, а не сохранение отношений между людьми, а стратегии «приспособление» и «компромисс» уже подразумевают в первую очередь сохранение отношений. В рамках данного теста также была сформирована гипотеза о том, что выбор стратегии поведения в конфликтной ситуации непосредственно связан с гендерной принадлежностью. Исследование показало, что 55% и 20% юношей выбрали «конкуренцию» и «сотрудничество» соответственно как модель поведения. Что касается девушек, то 41% выбрали «компромисс» как приоритетную стратегию поведения в конфликтной ситуации, и 27% выбрали «приспособление».

Подводя итог исследованию, стоит выделить несколько психологических особенностей в студенческой группе: чуть ниже среднего уровни толерантности и социального интеллекта, причем между данными категориями была выявлена прямая зависимость; также студенты, в

зависимости от гендерной принадлежности, имеют различия в выборе стратегии поведения в конфликтной ситуации: юноши ставят достижение цели выше сохранения отношений, девушки – наоборот. Исходя из полученных выводов, были определены «зоны развития», в частности – повышение уровня толерантности и/или социального интеллекта, совершенствование «вербальной экспрессии», работа над несдержанностью и категоричностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Данилова, Е.Л. Особенности межличностных отношений в студенческой группе// Актуальные вопросы современной психологии: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2017 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2017. — С. 70-72.
2. Зимняя, И.А. Общая психология, СПб., 2016. - 318 с.
3. Муздыбаев, К.Ю. Психология ответственности. - Л., 2015. - 262 с.
4. Ежова Н.Н. Рабочая книга практического психолога. - Ростов н/Д: Феникс, 2017. - 174 с.
5. Басхаева П.П. К вопросу о личности студента // Проблемы личности на рубеже третьего тысячелетия: в 2 ч. / под ред. Т.Л. Мироновой, Т.Ц. Дугаровой. - Ч. 1. - Улан-Удэ: Изд-во Бурят. гос. ун-та, 2016. - С.74-120.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭМПАТИИ И САМООЦЕНКИ ЛИЧНОСТИ

Чехова О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современное общество потребления, признающее материальные достижения личности, провоцирует развитие нарциссических тенденций в психике человека, что ведет к формированию неоптимального уровня самооценки личности. Кроме того большой объем виртуального общения приводит к тому, что у человека все меньше необходимости развивать навыки взаимодействия с другим. В статье проводится анализ взаимосвязи самооценки личности с эмпатическими способностями.

Самооценка является, на наш взгляд, одним из основополагающих понятий, характеризующих личность. Ему посвящены многие труды отечественных и зарубежных ученых.

Так, по мнению У.Джеймса, самооценка – это «удовлетворенность или неудовлетворенность субъекта собой, т.е. самоотношение» [1, стр. 75].

Л.В. Бороздина дает такое определение понятию: самооценка – «это наличие критической позиции индивида по отношению к тому, чем он обладает, это оценка с точки зрения определенной системы ценностей»[2, стр. 99].

На формирование самооценки в разные периоды жизни человека влияет целый ряд факторов:

- оценка других (чаще всего это значимые для личности люди - родители/учителя/сверстники);
- актуальное сравнение себя с другим;
- сравнение реального и идеального Я;
- измерение результатов своей деятельности.

Понятие «эмпатия» традиционно связывается с сочувствием, состраданием, сопереживанием одной личности другой.

На наш взгляд, самооценка личности взаимосвязана с эмпатическими способностями. Данное утверждение подтверждается некоторыми заключениями отечественных и зарубежных ученых.

Так, например, еще в 19 веке немецкий философ и психолог Т.Липпс утверждал, что познавая объект человек «вчувствуется», воспринимает его, находя нечто общее между собой и объектом, а через объект открывается сущность воспринимающей личности.

По мнению А.И. Липкиной, самооценка – это «оценка личностью самой себя» [3, стр. 25], которая определяет в дальнейшем взаимоотношения человека с окружающими, определяя его место среди других людей.

Из этого мы можем предположить, что наиболее глубокая самооценка личности формируется на основе развитых эмпатических способностей.

Эмпатия традиционно считается способностью человека вчувствоваться в состояние другого, сопереживать, сочувствовать состояниям других людей, сохраняя при этом осознание собственной отдельности, уникальность своих чувств.

К. Роджерс предлагает такое определение понятия эмпатия: «Быть в состоянии эмпатии означает воспринимать внутренний мир другого точно, с сохранением эмоциональных и смысловых оттенков. Как будто становишься этим другим, но без потери ощущения "как будто". Так, ощущаешь радость и боль другого, как он их ощущает, и воспринимаешь их причины, как он их воспринимает. Но обязательно должен оставаться оттенок "как будто": как будто это я радуюсь или огорчаюсь. Если этот оттенок исчезает, то возникает состояние идентификации»[4, стр. 125].

Мы склонны утверждать, что, поскольку для определения самоотношения человеку необходимо взаимодействие с другим, самооценка личности взаимосвязана с эмпатическими способностями личности.

Для подтверждения этой гипотезы были проведены экспериментальные исследования, в которых приняли участие 75 мужчин и женщин в возрасте 35-43 лет. С помощью методики исследования самооценки Столяренко Л.Д. [6, стр. 479] и методики диагностики уровня эмпатических способностей Бойко В.В. [7, стр. 486] изучался уровень самооценки и эмпатии испытуемых.

На первом этапе были выявлены две группы испытуемых: с оптимальной самооценкой (средней, выше среднего и высокой) – 46,6% и с неоптимальной самооценкой (неадекватно высокой, низкой, ниже среднего, неадекватно высокой) – 53,4%

Далее было установлено, что в обеих группах преобладающим оказался заниженный уровень эмпатических способностей, где показатели были примерно одинаковы: 57% с заниженным уровнем эмпатических способностей в группе испытуемых с оптимальной самооценкой и 49 % испытуемых с заниженным уровнем эмпатии в группе с неоптимальной самооценкой.

Существенные различия выявлены в показателях среднего и высокого и очень низкого уровня эмпатии. Любопытно, что в группе испытуемых с оптимальной самооценкой выявлено 26 % респондентов со средним и высоким уровнем эмпатических способностей, в то время как в группе с неоптимальной самооценкой зафиксировано 44 % респондентов со средним и высоким уровнем эмпатии.

Очевидно, что люди с неоптимальной самооценкой более зависят от внешней оценки, поэтому более тонко реагируют на взаимодействие с окружением, что способствует развитию эмпатических способностей личности.

На наш взгляд, это утверждение доказывается и показателями очень низкого уровня эмпатии, который в группе испытуемых с неоптимальной самооценкой зафиксирован лишь у 7 %, в то время как в группе с оптимальной самооценкой оказалось 17 % респондентов с очень низким уровнем эмпатических способностей, что в два раза выше (рис. 1).

Косвенно наша гипотеза подтверждается корреляционным анализом данных, полученных в ходе исследования. Установлено, что неоптимальная самооценка коррелирует с уровнем развития эмпатических способностей с

коэффициентом 0,42, что говорит о низком уровне положительной корреляции.

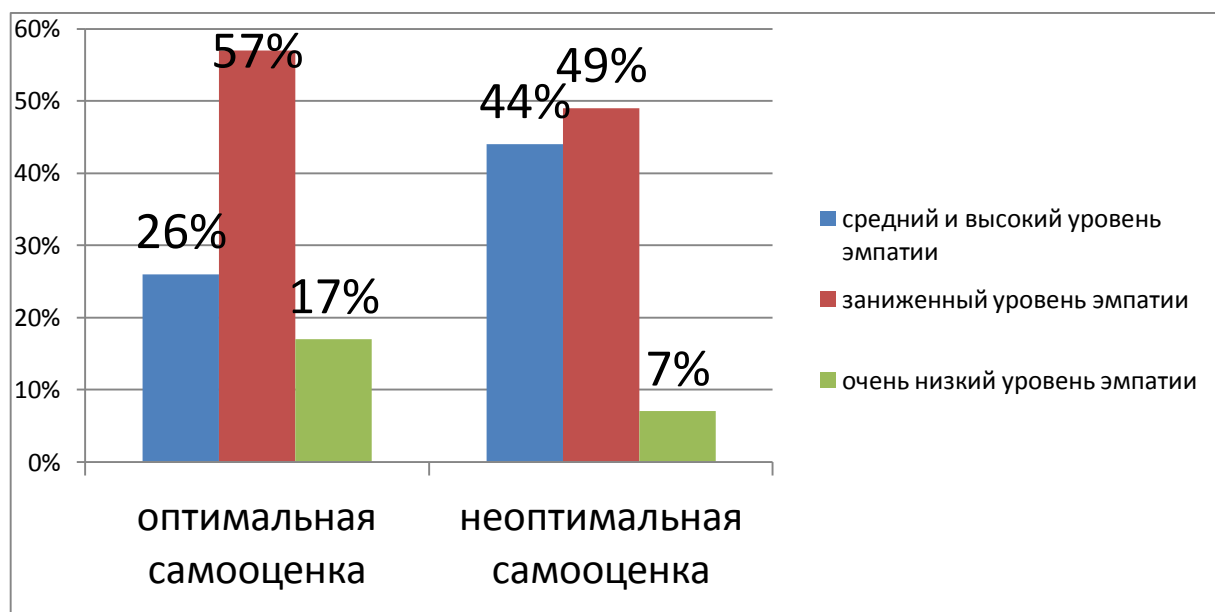


Рис. 1 Показатели уровня самооценки и эмпатии испытуемых.

В ходе проведенного исследования были изучены показатели уровня самооценки личности и развития эмпатических способностей, выявлена взаимосвязь самооценки и эмпатии.

Можно сделать вывод и о том, что люди с неоптимальной самооценкой (неадекватно низкой, низкой, ниже среднего и неадекватно высокой) находятся в большей зависимости от взаимодействия с окружением, они в большей степени ориентированы на внешнюю оценку, что способствует,

вероятно, более тонкой настройке на партнера по общению, как следствие, на развитие эмпатических способностей личности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Джемс У. Психология / Под ред. Л.А. Петровской. – М.: Педагогика, 1991. – 368 с.
2. Бороздина Л.В. Что такое самооценка // Психологический журнал. 1992. № 4. С. 99-100.
3. Липкина А.И. Самооценка школьника. – М.: Знания, 1976. – 64 с.
4. Психология эмоций. Сборник, М., МГУ, 1984. – 288 с.
5. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М.: Прогресс, 1986.
6. Столяренко Л.Д. Основы психологии: Практикум. – Ростов н/Д, 2003. С.479-480
7. Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие. Ред. и сост. Райгородский Д.Я. – Самара, 2001. С.486-490.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЧАЦКОГО И МОЛЧАЛИНА – ГЕРОЕВ КОМЕДИИ А.С.ГРИБОЕДОВА «ГОРЕ ОТ УМА»

Шевченко А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Александр Андреевич Чацкий и Алексей Степанович Молчалин – герои-антагонисты, участвующие и в любовном, и в общественно-идеологическом конфликте социально-политической комедии А.С.Грибоедова «Горе от ума».

В комедии «Горе от ума» А.С.Грибоедов, нарушая традиции классицизма, изображает не классический любовный треугольник, а любовный многоугольник: Чацкий любит Софью, Софья – Молчалина, который лишь прикидывается влюбленным в нее «по должности», а на самом деле любит Лизу, Лиза – буфетчика Петрушу, за Лизой ухаживает отец Софьи Фамусов, желающий видеть мужем Софьи Скалозуба. Согласно классицистическому амплуа, Сергей Сергеевич мог бы быть вторым любовником, так как он богат и знатен, имеет высокий чин полковника, успешно продвигается вверх по карьерной лестнице («И золотой мешок, и метит в генералы» [1, 23] – Лиза, «Известный человек, солидный, И знакову тьму отличья нахватал; Не по летам и чин завидный, Не нынче завтра

генерал» [1, 42] – Фамусов), но он даже не знает о своей роли жениха Софьи.

Молчалин не может быть первым любовником: хотя он беден, незнатен и потому не нравится отцу девушки, его любит Софья, но она от всех скрывает свои чувства, а также он не побеждает второго любовника, так как у него отсутствуют положительные нравственные качества, и не женится на девушке, когда она выясняет, что он ее не любит, а только разыгрывает влюбленность в дочь своего начальника, поскольку это может способствовать его карьерному росту. Вследствие бедности и незнатности Алексей Степанович не подходит на роль второго любовника.

Хотя Чацкий – положительный герой, первым любовником он быть не может, так как его разлюбила Софья, поэтому она, распустив сплетню о его сумасшествии, способствовала его изгнанию из Москвы. Место второго любовника Чацкий тоже занять не может, так как он не нравится отцу девушки – Фамусову и не побежден Молчалиным из-за отрицательных качеств последнего.

Таким образом, А.С.Грибоедов нарушил классицистическую систему амплуа, поэтому тема любовного соперничества наблюдается лишь в интриге Чацкий – Софья – Молчалин: Александр Андреевич сразу отвергает Скалозуба как возможного претендента на руку Софьи, и недоумевает, как могла дочь Фамусова полюбить такое ничтожество, как Молчалин. После диалога с Алексеем Степановичем Чацкий восклицает: «Обманщица смеялась надо мною!» [1, 71], считая, что Софья не любит Молчалина и не видит в нем достойного соперника.

Первую двойственную оценку личности Чацкого дают Софья Фамусова и ее служанка Лиза. Для Лизы нет никого, кто мог бы сравниться с ним: «Кто так чувствителен, и весел, и остер, Как Александр Андрееч Чацкий!» [1, 23]. Софья более сдержанна, ибо «делить со всяким можно смех» [1, 23]. Холодный насмешник и человек, у которого «ум с сердцем не в ладу» [1, 30] – таким двойственным предстает перед нами невидимый еще Чацкий.

Портрет Молчалина, который рисует Софья, почти последовательно контрастен по отношению к Чацкому: Молчалин – «враг дерзости», Чацкий – «пересмеять умеет всех»; один «всегда застенчиво, несмело», другой «остер, умен, красноречив» [1, 24]. Появившийся Чацкий «материализует» наметившуюся антитезу: вместо вдохновенного молчания Софьиного избранника, который «не сломил безмолвия печати» [1, 29] – целый фонтан красноречия, живого трепетного чувства.

Черты характера Молчалина: «враг дерзости» [1, 24], «ни слова

вольного» [1, 25], «уступчив, скромн, тих» [1, 65] – возведены Софьей в ранг совершенства, хотя, на самом деле, они лишь подчеркивают ограниченность ее возлюбленного. Увлечённая чтением французских сентиментальных романов, воспевающих любовь неровни, Софья готова видеть в Молчалине бедного, но благородного сентиментального героя. Подражая любимым героиням, она дарит свою любовь безродному, скромному, молчаливому юноше. Софья отвергает Чацкого не только из женского самолюбия, потому что он «три года не писал», скорее все-таки потому, что он «не свой», он из другого круга. Независимый и насмешливый ум Чацкого пугает Софью, и это окончательно отбрасывает его в стан противников. «Да этакий ли ум семейство осчастливит?» [1, 65] – открыто заявляет девушка. Разумеется, с точки зрения фамусовского общества, критический, скорый, блестящий гений — «чума».

Суть идейных разногласий Чацкого и Молчалина заключается в разном отношении к жизни, к чиновникам, старшим по званию, к свободе слова. Эти герои являются антиподами, они различны во всем. Например, они по-разному относятся к службе. Чацкий считает, что карьере могут сделать только подхалимы. В современной ему России, где люди используют для продвижения по службе связи с друзьями и родственниками, перспектив для себя не видит, так как хочет «служить делу, а не лицам» [1, 40]. К служебным обязанностям он относится серьезно: «Когда в делах, я от веселий прячусь, когда дурачиться: дурачусь; а смешивать два эти ремесла – есть тьма искусников, я не из их числа» [1, 70]. Молчалин ради карьеры активно обзаводится связями, терпит унижения.

У героев-антагонистов разное отношение к способам построения карьеры: в то время как Алексей Степанович убежден, что без протекции вышестоящего чиновника невозможно продвигаться по службе, Александру Андреевичу противна даже сама мысль о подобострастии и заискивании перед властью предрержащими. Ему не свойственны лесть и пресмыкательство, властолюбие и раболепие, которые считаются секретарем Фамусова верными средствами для достижения жизненных целей. Отвратительным и смешным кажется Чацкому подхалимство бессловесного Молчалина, желающего добиться продвижения по службе и иным способом – прибегнуть к протекции какого-либо влиятельного лица. Например, серьёзное покровительство молодым людям, начинающим карьеру, может оказать некая Татьяна Юрьевна. Молчалин рекомендует Чацкому нанести визит этой влиятельной особе: «...частенько там Мы покровительство находим, где не

метим» [1, 70]. Перечисляя свои достоинства Чацкому, Молчалин упоминает два «таланта» – «умеренность и аккуратность» [1, 68], но до высшей степени совершенства он довёл свой главный «талант» – льстивое и рабское угодничество. Всю свою жизнь он строит согласно напутствию батюшки «угождать всем людям без изъятия» [1, 116]. Он никогда не прекословит своему начальнику Фамусову, «в угодность дочери такого человека» [1, 116] разыгрывает из себя робкого влюблённого в Софью, во что бы то ни стало старается заслужить расположение влиятельной московской барыни Хлестовой, изо всех сил расхваливает роман Фомы Фомича (про которого Чацкий нелюбезно отзывается: «Пустейший человек, из самых бестолковых» [1, 70], – и отказывается читать его литературный «шедевр»: «Я глупостей не чтец, А пуще образцовых» [1, 71]) и играет с ним в вист: «Ведь надобно ж зависеть от других». «В мои лета не должно сметь Своё суждение иметь» [1, 71], – поясняет он «непонятливому» Чацкому свою позицию. Недостойным и смешным кажется такое поведение Чацкому: «Молчалин! – Кто другой так мирно всё уладит! Там моську вовремя погладит, Тут в пору карточку вотрёт, В нём Загорецкий не умрёт!» [1, 85]. Исправно следуя отцовскому наставлению «угождать всем людям без изъятия», тверской мещанин за три года дослужился до чина коллежского асессора (дающего право на потомственное дворянство), имеет «три награждения», водит дружбу с сильными мира сего.

Отношение к своим высказываниям тоже отличается: Чацкий говорит, что думает, не собирается кому-то угодить и показать себя в лучшем свете, в то время как Молчалин думает только о том, как понравиться другим, и никогда не станет конфликтовать в открытую, потому что хочет угодить людям, чтобы получить высокий чин.

Итак, Александр Андреевич и Алексей Степанович являются полностью противоположными героями. Чацкий ведет себя так, как ему кажется, должен вести себя достойный человек, и говорит то, что думает, поскольку его не волнует, что подумают о нём окружающие. Молчалин же всем прислуживает и угождает, ведь для него важно добиться высокого положения в обществе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Грибоедов А.С. Горе от ума // Грибоедов А.С. Собрание сочинений: В 3 томах. Т. 1. – С.-Пб., Нотабене, 1995. – С. 9-122.

Секция 15. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

НОВЫЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА В ИСТОРИЧЕСКИХ ЗДАНИЯХ НИЖНЕГО НОВГОРОДА: НАПОЛНЕНИЕ НОВЫМ СМЫСЛОМ СТАРОЙ ТЕРРИТОРИИ

Азарова А.И.

*Нижегородский государственный лингвистический университет
им.Н.А.Добролюбова*

Одна из городских проблем заключается в том, что туристическая, парадная, практически пешеходная улица Рождественская имеет 30 памятников архитектуры, около тридцати ресторанов и кафе, несколько хостелов и гостиниц, два выставочных зала, но ни одного общественного пространства, открытого бесплатно в любое время (особенно в выходные и праздничные дни) для прогуливающихся по городу, на ней не найти. Здесь неподалеку причаливают круизные теплоходы, а соответствующего уровня сервиса - нет.

Всевозможные базары и ярмарки народных промыслов зачастую задачи создания качественной городской среды не решают. Порой отталкивающее впечатление достигается нагромождением разностильной «хохломы» от разных фабрик и мастеров в сочетании с громкими песнями, несущимися из динамиков (рис.1). Все это имеет мало общего с подлинным народным творчеством и снижает уровень его восприятия.



Рис.1 - Витрина магазина народных художественных промыслов

При этом на ул. Рождественской имеются пространства, способные вместить большое количество людей. Например, здание бывшей фабрики «Восход», до этого – машиностроительного завода Добровых и Набголец. Здание - само по себе памятник истории и культуры, и его можно наполнить новым смыслом.

В качестве способов решения задачи мы предлагаем проведение ряда акций, таких как Рождественский базар, тематические выставки, действующие периодически, а затем – на постоянной основе. Целью является постепенное создание Арт-пространства. Свободная площадь - первый этаж фабрики «Восход» площадью 200 кв. м. Цена аренды - 300 рублей за кв.м.

Какие сообщества могли бы принять участие в развитии территории?

- Волонтеры из числа студентов-переводчиков (бутик - двуязычный), особенно – в летнее время года;
- Нижегородская гильдия экскурсоводов и ее отдельные представители;
- Представители музеев губернии и удаленных фабрик народных промыслов (Центр развития гончарного искусства из г. Богородск, мастерская оружейника В. В. Сафронова из г. Павлово, фабрика племзавода им. Ленина, фабрика ООО «Промысел» из Ковернинского р-она и др.);
- Фотосообщества и фотоблогеры;
- Студенты - дизайнеры и архитекторы.



Рис.2 – Работа дореволюционной артели в г.Павлове

Рассмотрим, какие мероприятия могут проводиться в Арт-пространстве а зависимости от времен года:

Зима.

1. Фотовыставка «В леса и на горы» по следам поездок в малоизвестные районы и городки Нижегородской губернии (соорганизаторы – экскурсоводы Виктория Азарова, Ольга Титова);
2. Рождественская выставка-распродажа «Неизвестная губерния». Презентация Ковернинского района Нижегородской области и его народных промыслов («Ковернино – родина Хохломы») а также дегустация продукции племзавода им. Ленина и фермерских хозяйств, и в ходе презентации – обсуждение новых подходов к дизайну выставочной площадки и презентации деревянных изделий;
3. Кинопоказ фильмов, снятых в Горьковской области;
4. Ярмарка и презентация турмаршрутов по губернии.

Мероприятия первого этапа проходят без платы аренды с разрешения арендодателя. Прибыль – направляется на развитие пространства.

Весна.

1. Открытие бутика «Артель Красный кустарь» с набором разнообразных промыслов и современных изделий мастеров губернии. Презентация авторских коллекций
2. Продолжение фотовыставки или видеоотчеты о поездках в губернию
3. Ярмарка вакансий гидов и гидов-переводчиков

4. Готовимся к лету – модный показ от фабрики льна в Катунках

5. Презентация заведений общепита в губернии

Лето.

1. Работа бутика на постоянной основе (рабочие места)

2. Открытие кафе или предприятия быстрого питания на основе национальной кухни

3. Постоянно функционирующее турбюро и турагенство, специализирующееся на городском и загородном отдыхе в Нижегородской области.

4. Открытая площадка для обмена информацией о том, где и как можно отдыхать в Нижнем Новгороде и за его пределами

5. Постоянно меняющееся выставочное пространство, в котором средствами современного искусства представлена история и настоящий день разных районов губернии.

Реализация представленных подходов и предложений позволит повысить туристическую популярность города, особенно для прибывающих на теплоходах. Востребованность самими нижегородцами помещения бывшей фабрики позволит «оживить» ее, поддержать интерес молодого поколения к истории.

ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ РАССЕЛЕНИЯ ВЕТХОГО И АВАРИЙНОГО ЖИЛИЩНОГО ФОНДА В Г.НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Бядретдинова А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Состояние жилищного фонда продолжает ухудшаться – ежегодный дополнительный износ жилищного фонда в пять раз превышает инвестиции в его восстановление. Основное внимание сейчас уделяется новому строительству, и с каждым днем количество зданий, требующих проведения капитального ремонта либо реконструкции, значительно увеличивается. Проживание граждан в таких зданиях становится небезопасно.

Несмотря на множество программ по расселению ветхого и аварийного жилищного фонда, реализуемых в Нижнем Новгороде данная проблема не решена должным образом.

Основными проблемой в городе Нижнем Новгороде при расселении ветхого и аварийного жилищного фонда являются:

- недостаточное финансирование расселения ветхих и аварийных домов;
- отсутствие эффективного нормативно-правового регулирования расселения ветхого и аварийного жилищного фонда;
- недостаточные объемы ввода в эксплуатацию жилья эконом класса, для переселения граждан;
- недостаточная информационная открытость органов местного самоуправления и отсутствие проведения разъяснительных работы с населением.

Проблему недостаточного финансирования расселения ветхого и аварийного жилищного фонда можно решить двумя способами:

- стимулирование участия инвесторов в программе расселения ветхого и аварийного жилищного фонда;
- создание условий для участия самих жителей ветхого и аварийного фонда в улучшении жилищных условий.

В целях стимулирования участия инвесторов в программе расселения ветхого и аварийного жилищного фонда предлагается:

- освобождение территории под стартовые дома. Есть ряд площадок, где администрацией города Нижнего Новгорода уже расселены ряд домов (через аварийность). По ним аукционы предлагается провести в первоочередном порядке, стоимость права на заключение договора увеличить на величину затрат города на расселение. Полученные средства через бюджет направлять на строительство домов, большую часть квартир в которых направлять на реализацию программы и для расселения аварийных домов.

- оказание помощи в расселении. На договорных условиях соответствующие службы администрации могут заниматься расселением непосредственно, участвовать в судах, признавать отдельные дома аварийными, изымать в отдельных случаях землю под муниципальные нужды.

- помощь в получении и удешевлении технических условий. Предусмотреть участие в развитии застроенных территорий муниципалитета строительством объектов инженерной инфраструктуры (дорог, коммуникаций, головных сооружений), без которых городское строительство невозможно.

- по домам, не подлежащим сносу (объекты исторического и культурного наследия, историческая среда), предусмотреть участие

администрации и инвестора в расселении, переводе строения в нежилой фонд, передаче инвестору объекта на условиях инвестиционного контракта.

- через инвестиционные договоры, договоры муниципально-частного партнерства, соглашения завершить расселение ветхих домов, которые были начаты, но брошены инвесторами из-за кризиса и финансовых проблем.

Для стимулирования участия самих жителей ветхого фонда в улучшении жилищных условий предлагается предоставление из бюджетных средств жителям ветхого и аварийного фонда-бюджетникам субсидий на покупку дополнительных метров жилья либо социальной выплаты на компенсацию части платежа по полученному ипотечному кредиту [1].

Проблема отсутствия эффективного нормативно-правового регулирования сферы расселения ветхого и аварийного жилищного фонда включает: пробелы в законодательстве по поводу статуса ветхого жилья, отсутствие санкций за нарушение сроков расселения граждан. Для решения данной проблемы необходимо предусмотреть введение административной ответственности для застройщиков и должностных лиц органов местного самоуправления за нарушение сроков расселения граждан и введение штрафов за ненадлежащее качество работ.

Главной причиной проблемы недостаточного объема вводимого в эксплуатацию жилья эконом класса, для переселения граждан, являются административные барьеры. Деятельность инвесторов и застройщиков зависят от администрации города Нижнего Новгорода при выделении земельных участков под застройку. Для решения данной проблемы требуется решение проблемы, связанные с получением исходно-разрешительной документации, согласованием и проведением экспертиз градостроительной и проектной документации [2].

Для решения проблемы недостаточной информационной открытости органов местного самоуправления процесс расселения граждан из ветхого и аварийного жилья необходимо сделать максимально прозрачным и публичным. Нужно составить список очередности расселения домов в зависимости от фактического состояния дома, а не от даты признания дома аварийным. Необходимо размещать информацию в средствах массовой информации и в информационно-коммуникационной сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Необходимо проведение дополнительных разъяснительных работ с населением, в частности с собственниками жилых помещений. Необходимо предусмотреть досудебные меры урегулирования споров, возникающих с

собственниками жилых помещений. Часто длительные судебные разбирательства замедляют процесс расселения граждан и сноса аварийного дома.

Управление расселением ветхим и аварийным жилищным фондом должно отвечать следующим требованиям:

1) Прозрачность – полностью чистый и прозрачный механизм управления расселением граждан, понятный всем участникам данного процесса, открытый доступ любого участника расселения ко всем нормативно-правовым документам;

2) Законность – все документы должны строго соответствовать законам Российской Федерации, законам Нижегородской области и нормативно-правовым актам города Нижнего Новгорода;

3) Гибкость – возможность системы управления переселением граждан подстраиваться под изменения во внешней среде, совершенствоваться, достигать поставленных целей при происходящих изменениях [3].

Для этого необходимо проведение работ по повышению квалификации работников органов местного самоуправления. Необходимо осуществлять постоянный контроль деятельности работников органов местного самоуправления и застройщиков по расселению ветхого и аварийного жилого фонда. И своевременно принимать меры по решению возникающих проблем.

Кроме вышеназванных мер, необходимо тесное сотрудничество муниципалитетов с правоохранительными органами с целью пресечения правонарушений при реализации государственных программ по расселению.

Таким образом, проблему расселения ветхого и аварийного жилищного фонда необходимо решать путем комплексного подхода. Только совместное взаимодействие всех заинтересованных сторон может привести к положительным результатам в решении проблемы расселения ветхого и аварийного жилья.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Пояснительная записка от 24.03.2011 о ходе выполнения постановления городской Думы города Нижнего Новгорода от 31.01.2007 №4 «Об утверждении муниципальной адресной программы сноса и реконструкции ветхого и сноса аварийного жилищного фонда в городе Нижнем Новгороде»;

2. Ибрагимова З.Ф. «О некоторых проблемах в сфере ветхого и аварийного жилья» // Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2015. №1 (11) С.69-73;

3. Формирование доступной среды жилищного фонда: Монография/А.И.Романова, Д.О.Буркеев - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 157 с. - ISBN 978-5-16-010866-7. С.23-24.

АНАЛИЗ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ В ЖИЛИЩНОЙ СФЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Данилова С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Жилищно-коммунальное хозяйство Нижегородской области представляет собой многоотраслевой комплекс, направлениями деятельности которого является содержание жилищного фонда, благоустройство, дорожное хозяйство, электроэнергетика, теплоэнергетика, газоснабжение и газификация, водопроводное хозяйство, тепловое хозяйство, канализационное хозяйство, энергосбережение.

Жилищный фонд Нижегородской области в 2017 году составляет 49,2 млн. кв. м. Для его обслуживания создано и функционирует 1611 жилищно-коммунальных предприятий (организаций) различных форм собственности. Основные показатели работы предприятий (организаций), осуществляющих деятельность в жилищно-коммунальном хозяйстве, представлены в таблице 1. [1]

Таблица. 1 – Финансовые показатели функционирования предприятий и организаций жилищно-коммунального хозяйства

Предприятия и организации	Доходы от основного вида деятельности	Расходы от основного вида деятельности, млн. руб.	Финансовый результат (прибыль, убыток), млн. руб.
По эксплуатации жилищного фонда	10978,2	7646,3	3331,9
По отпуску воды	2655,9	2496,7	159,2
По пропуску сточных вод	1922,2	1981,3	-59,1
По отпуску теплоэнергии	18570,1	17191,6	1378,5
По отпуску электроэнергии	25652,8	25515,5	137,3
По отпуску газа:			
Сетевого	19297	19019,8	277,2
Сжиженного	352,5	331,0	21,5

Объем коммунальных услуг, предоставленных населению и хозяйствующим субъектам Нижегородской области, представлен на рис.1 [1].

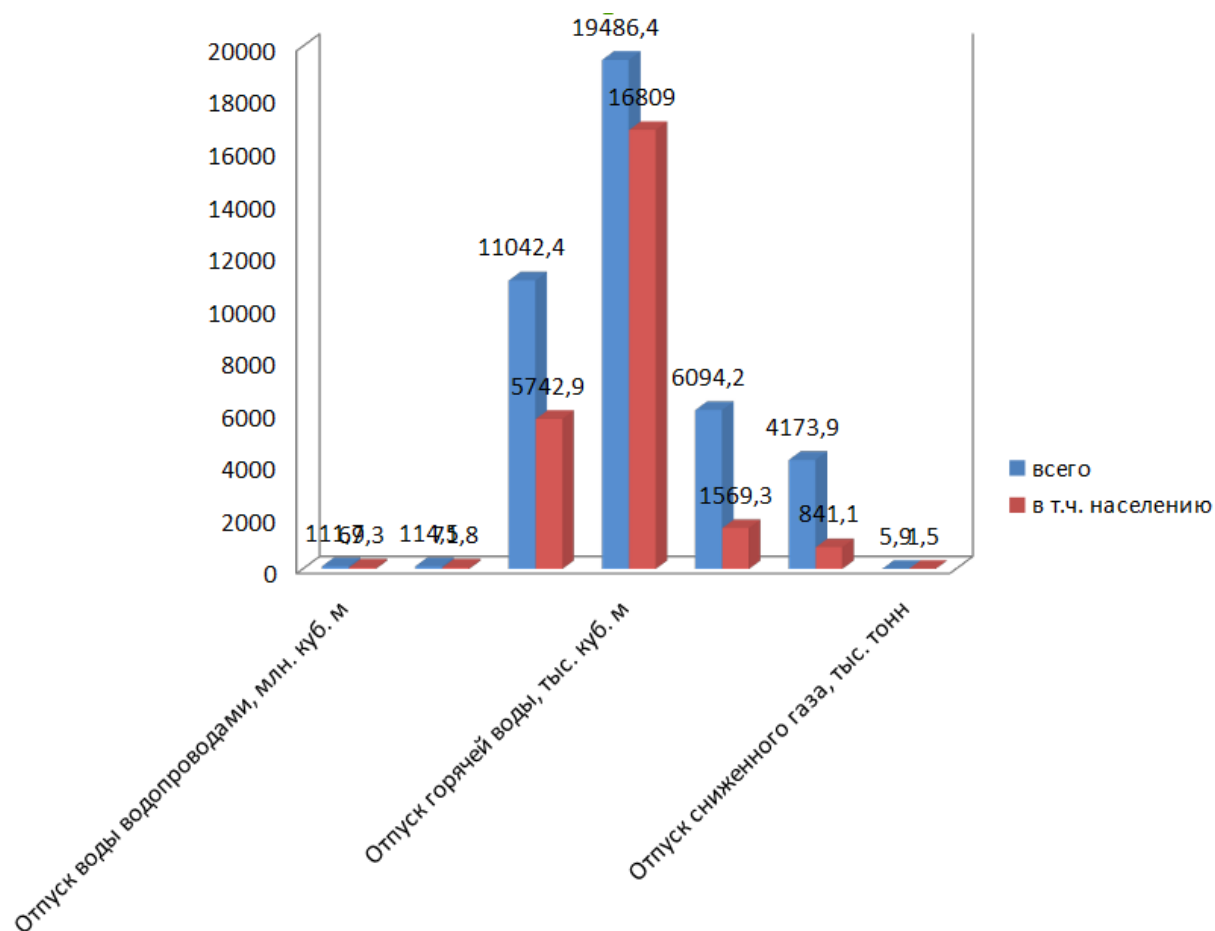


Рис. 1 - Объем коммунальных услуг, оказываемых населению

За истекший период фактическое финансирование жилищно-коммунальной сферы из бюджетов всех уровней составило 215,1 млн. рублей, из них 40,4 % - на содержание и ремонт жилья; 3,7 % - водопроводно-канализационное хозяйство, 48,0 % - на теплоснабжение, 7,9 % - на благоустройство (рис. 2).



Рис. 2 - Структура бюджетного финансирования жилищно-коммунального хозяйства Нижегородской области

Оплата услуг жилищно-коммунального хозяйства составила 45,8% от всех расходов населения на платные услуги. Рост тарифов по оплате ЖКУ к соответствующему периоду прошлого года составил: по жилищным услугам – 10,34%, по коммунальным услугам – 6,81%. (таблица 2) [2].

Таблица 2 – Стоимость жилищно-коммунальных услуг в расчете на 1 человека в месяц.

Показатели	Стоимость ЖКУ, рассчитанная по экономически обоснованным тарифам, рублей	Стоимость ЖКУ по действующим тарифам для населения, рублей	Фактически возмещение затрат населением, рублей	Уровень возмещения затрат населением (в %)	
				установленный	фактический
По жилищным услугам	805,13	805,13	740,57	100	93,1
По коммунальным услугам:	1900,83	1751,09	1695,57	89,5	86,7
водоснабжение	93,02	93,02	83,32	100	89,6
канализация	90,06	90,06	83,52	100	92,7
теплоснабжение, в т.ч.:	985,72	985,70	956,21	100	97,4
отопление	696,76	696,74	682,43	100	97,9
ГВС	288,96	288,96	273,78	100	94,7
электроэнергия	453,44	303,72	289,51	67,0	63,8
газ сетевой	278,59	278,59	283,01	100,0	101,6

Уровень фактических платежей граждан, от начисленных в целом по области, составил 95,8%. По районам этот показатель колеблется: от 61 до 80% - в 3 районах, от 81 до 90 - в 15 районах и свыше 91% - в 34 районах области. [1]

Дебиторская задолженность жилищно-коммунального хозяйства составила 34750,6 млн. рублей, в том числе задолженность бюджетов всех уровней – 90,0 млн. рублей (0,3%), бюджетных организаций – 3256,6 млн. рублей (9,4%), населения по оплате ЖКУ – 12769,7 млн. руб. (36,6%). [1]

Наиболее социально незащищенным гражданам предоставляются субсидии и социальная поддержка по оплате жилищно-коммунальных услуг. (Таблица 3)

Таблица 3 – Сравнительный анализ жилищных субсидий и социальной поддержки по оплате жилья и коммунальных услуг населению Нижегородской области и г. Нижнего Новгорода

Показатели	Ед. измерения	Всего по области	В т. ч Н.Новгород
Количество семей, получивших субсидии на оплату ЖКУ	Единиц	77919	33122
Удельный вес семей, получивших субсидии в общем количестве семей, на которые распространяется право на субсидии	%	5,7	6,4
Начислено субсидий на оплату ЖКУ	млн. руб.	722,1	303,6
Средний размер субсидии за месяц, в расчете на одну семью	руб.	1545,0	1527,0
Число граждан, пользующихся социальной поддержкой	Чел.	867791	308231
Объем средств, предусмотренных на предоставление социальной поддержки по оплате ЖКУ	млн. руб.	3657,2	1455,9
Среднемесячный размер социальной поддержки на одного пользователя	руб.	702,39	787,24

Таким образом, по состоянию на 01.07.2017 г. более четверти всего населения Нижегородской области пользовались социальной поддержкой по оплате ЖКУ, 5,7% семей области получали субсидии по оплате услуг жилищно-коммунального хозяйства.

Становление жилищно-коммунального хозяйства в Нижегородской области прошло несколько важных этапов, в ходе которых были в целом выполнены задачи реформы оплаты жилья и коммунальных услуг, создания системы адресной социальной поддержки граждан, совершенствования системы управления многоквартирными домами, финансового оздоровления организаций жилищно-коммунального хозяйства, развития в жилищно-коммунальной сфере конкурентных рыночных отношений и привлечения частного сектора к управлению объектами коммунальной инфраструктуры и жилищного фонда. Тем не менее, конечные цели - обеспечение нормативного качества жилищно-коммунальных услуг и нормативной надежности систем

коммунальной инфраструктуры, повышение энергоэффективности систем коммунальной инфраструктуры и жилищного фонда, оптимизация затрат на производство коммунальных ресурсов и затрат по эксплуатации жилищного фонда - на сегодняшний день не достигнуты [3].

Для модернизации и повышения энергоэффективности объектов коммунального хозяйства необходимо принять меры по обеспечению благоприятных условий для привлечения частных инвестиций в сферу жилищно-коммунального хозяйства с использованием кредитно-финансовые механизмов в сфере развития и модернизации коммунальной инфраструктуры с учетом лучшей мировой практики, которые должны предусматривать установление стандартов привлечения заемных средств и унифицированных процедур взаимодействия органов местного самоуправления, коммунальных предприятий, банков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области [Электронный ресурс] - <http://nizhstat.gks.ru/>
2. Официальный сайт Министерства энергетики и жилищно-коммунального хозяйства Нижегородской области [Электронный ресурс] - <https://mingkh.government-nnov.ru/>
3. Летягина Е.Н. О критериях оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления в жилищной сфере/Е.Н. Летягина//Проблемы и механизмы оценки эффективности системы государственного и муниципального управления: теория и практика. – 2016. 378 с. [Электронный ресурс] - <https://elibrary.ru/>

НИЖЕГОРОДСКИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В РАЗВИТИИ РОДНОГО ГОРОДА

Деканова О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современный город – это сложный комплексный организм, который сочетает в себе множество разнообразных социальных явлений. Когда присваивается тому или иному поселению статус «город», то учитываются следующие факторы: численность населения и активная деятельность его жителей. Существуют различные характеристики города. Так, по мнению немецкого социолога М. Вебера, «дефиниции «города» могут быть самыми

различными по своему характеру. Общее для них всех только одно: то, что город представляет собой замкнутое (во всяком случае, относительно) поселение, «населенный пункт», а не одно или несколько отдельно расположенных жилищ» [2; 400].

В целом, большинство «классиков» объединяет ориентация на анализ функциональной составляющей городского пространства. Лишь в трудах Г.Зиммеля подробно рассматривается взаимодействие индивида с городской средой. Только в начале и середине XX века рассматривается и изучается поведение и деятельность человека в городской среде.

В современных условиях для создания комфортного проживания в городе необходима организация не только торгово-промышленных площадок, но и культурно-развлекательных, туристических центров, предприятий общественного питания и т. д.

Город Нижний Новгород является административным центром Приволжского федерального округа и Нижегородской области. Это крупнейший экономический, промышленный, культурный и научно-образовательный центр России. И развитие городской среды в нашем городе – одна из важнейших задач в настоящее время. Сами нижегородцы все больше проявляют заинтересованность в сохранении исторических ценностей города, благоустройстве и развитии городской инфраструктуры.

Социологические опросы показывают, что оптимистов в Нижнем Новгороде немного больше пессимистов: 27% находят, что дела в городе обстоят несколько лучше и намного лучше, чем в других городах, общее число недовольных – 21% [3].

В развитии городской среды большую роль играют местные власти. Муниципальная программа «Формирование комфортной городской среды города Нижнего Новгорода на 2017 год» в рамках соответствующего федерального приоритетного проекта включает в себя благоустройство дворовых территорий многоквартирных домов, мест массового отдыха [6].

В развитие комфортного проживания в Нижнем Новгороде вносят свой вклад местные предприниматели. Малый и средний бизнес является ключевым в развитии города, поскольку он обеспечивает поступления в бюджет, конкуренцию, занятость и экономическую самостоятельность населения.

Предпринимательство в Нижнем Новгороде, в основном, сосредоточено на торговых точках, в строительстве и предоставлении риелторских услуг.

Трудности предпринимателям приходится преодолевать постоянно. Они заключаются в следующем: высокие налоги, доступ к кредитам ограничен, собственных оборотных средств порой не хватает, цены на сырье, оборудование, электроэнергию постоянно растут, проверки контрольно-надзорных органов увеличились, крупные компании усиливают конкуренцию.

Учитывая эти условия, разработана специальная муниципальная программа поддержки малого и среднего предпринимательства на 2018-2020 годы. Она предполагает обеспечить нижегородским бизнесменам финансовую помощь, льготную аренду помещений, на сайте администрации Нижнего Новгорода будет выделена отдельная страница для предпринимателей. Планируется работа над нормативными документами. Город и предприниматели – вместе к процветанию любимого Нижнего!

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Панкратов Н.В. Городская среда как пространство для реализации человеческого потенциала // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. № 12. [Электронный ресурс]. Доступ к статье: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskaya-sreda-kak-prostranstvo-dlya-realizatsii-chelovecheskogo-potentsiala>
2. Вебер М. Избранное. Образ общества. М., 1994. 704 с.
3. Иудин А.А. Нижний и нижегородцы: проблема идентичности / А.А. Иудин, А.А. Сериков. – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2007. – 60 с. ISBN 978-5-93116-086-3
4. Переверзева Н.В. Тенденции формирования и регулирования развития центральной торговой зоны крупнейшего города // АКАДЕМИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК УРАЛНИИПРОЕКТ РААСН. 2011 - № 1. С.25-29.[Электронный ресурс]. Доступ к статье: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-formirovaniya-i-regulirovaniya-razvitiya-tsentralnoy-torgovoy-zony-krupneyshego-goroda>
5. Приоритетный проект «Формирование комфортной городской среды и ЖКХ». Минстрой России. <http://www.minstroyrf.ru/trades/zhishno-kommunalnoe-hozyajstvo/strategicheskoe-napravlenie-razvitiya-zhkh-i-gorodskaya-sreda/>
6. «Формирование комфортной городской среды города Нижнего Новгорода» на 2017 год. Утверждено Постановлением Правительства Нижегородской области от 25 мая 2017 года № 2380 <http://docs.pravo.ru/document/view/96414576/110171468>

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ ЧЕРЕЗ ВОЗРОЖДЕНИЕ ЦЕНТРАЛЬНОЙ УЛИЦЫ ГОРОДА

Изотова Т. С.

*Нижегородский государственный архитектурно-строительный
университет*

В настоящей статье рассматривается проблема функционального наполнения центральной улицы города Ухта – проспект Ленина.

На сегодняшний день город развивается благодаря наличию большого количества студентов. Актуальным становится поиск адресного и адекватного пространства для обитания молодого слоя населения города. [1]

Жилые дома, представленные сейчас, являются частью советской эпохи. Дома основаны на жесткой социально-функциональной программе, не предусматривающей возможностей изменения и развития. Для дополнительных функций нет резервных территорий, что приводит к целому перечню проблем (социально-функциональных, экологических, экономических и др.).

Настоящая ситуация с жильем в городе не отвечает требованиям прогрессивного слоя населения – молодежи.

Растет актуальность формирования адресного жилья и вместе с этим создания пространств для проведения досуга, для интеграции жилого комплекса в городскую среду. С помощью внедрения новых функций осуществляется прирост жителей других районов на новые территории. [2, 3]

При учете всех социально-экономических моментов предложен проект интегрированной жилой среды в городе Ухта (рис. 1).

Жилой комплекс расположен на главной транспортной артерии центра города Ухта, на проспекте Ленина. В связи с этим комплекс ориентирован на разный демографический состав семей. В проекте запроектированы квартиры больших площадей, с высоким уровнем показателя средней жизнеобеспеченности - 33 м²/чел.

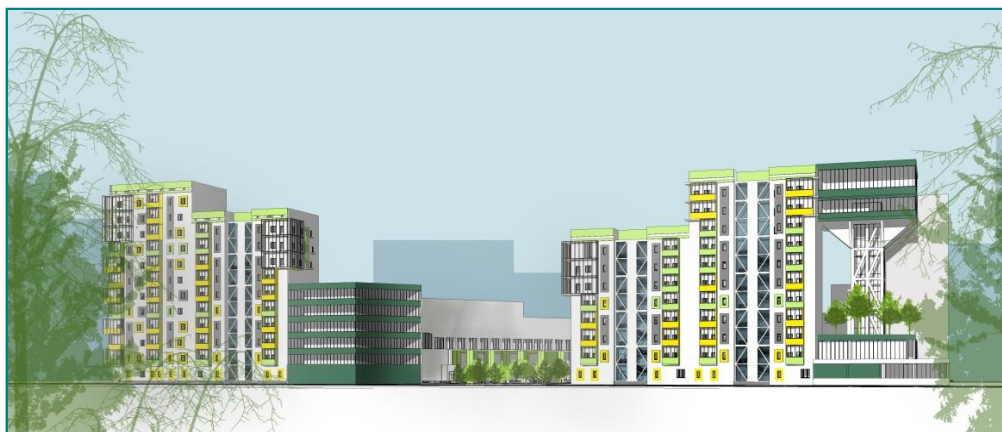


Рисунок 1 – Жилой комплекс в городе Ухта
общий вид

Помимо этого в комплексе предусмотрена планировка квартир для маломобильных групп населения, а так же квартиры с возможностью совмещения в уровне одного этажа.

Особенно важным в проекте является внедрение сопутствующих функций для комфортной жизни в комплексе. Первые этажи домов полностью отданы под торговые площади и предоставление дополнительных услуг (парикмахерская, химчистка, языковая школа, школа танца, стоматология, и т. д.). Основным элементом притяжения горожан является наличие в комплексе элитного спортивного центра, имеющего эффектный вид (рис. 2). [2, 3]

Жилой комплекс расположен на участке таким образом, что образует замкнутый контур для формирования комфортной кулуарной, дворовой среды. В плане комплекс представлен в виде буквы «S», такая форма позволяет организовать прострелы во дворы жилого комплекса (рис. 3).



Рисунок 2 – Жилой комплекс в городе Ухта
вид на спортивный комплекс

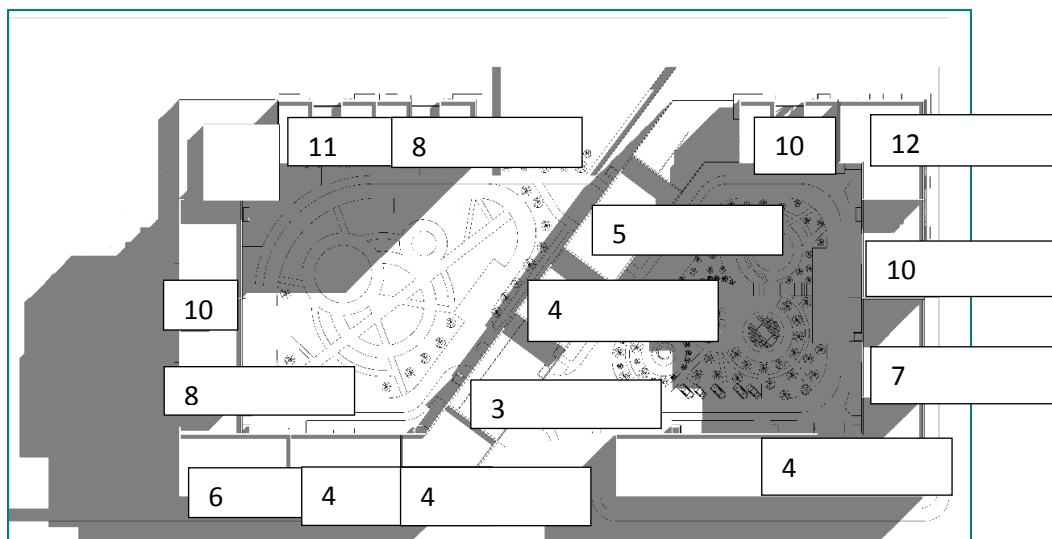


Рисунок 3 – Генплан проектируемого Жилого комплекса.

Повышение этажности комплекса формируется таким образом, что бы максимально оградится от оживленного проспекта и увеличить шумоизоляцию от непрерывного потока машин. Со стороны Ленина этажность повышается до 12 этажей, сторона ориентированная вглубь микрорайона этажностью от 6 до 4-х этажей. Такая градация повышает комфорт дворовой среды. [4]

Двор жилого комплекса сформирован по принципу пересечения линейных элементов и наложения на них разных функциональных полей, которые ограждены визуалью от окружения зелеными насаждениями. Такой прием формирует пульсирующие пространства, которые нанизываются на

пешеходные оси, образуя лабиринт зон (рис. 4). Дополнительные дворовые пространства сформированы в виде амфитеатров со стороны проспекта Ленина, они являются элементами интегрирования в городскую среду.



Рисунок 4 – Жилой комплекс в городе Ухта
Схема генплана

Представленная пространственная модель жилой среды предоставляет резерв развития дополнительных функций в микрорайоне. Оживление главной артерии города повышает уровень комфорта городской среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Фролова Н. Золотое жилье для студентов и стрижей [Электронный ресурс] // Архитектурный электронный журнал «Архи.ру» – URL: <http://archi.ru/world/68997/zolotoe-zhile-dlya-studentov-i-strizhej> (дата обращения 12.11.16).
2. Лоренте Д., Рикарт Ж. Студенческое жилье [Электронный ресурс] // Архитектурный электронный журнал «Archdaily» – URL: <http://www.archdaily.com/327868/student-housing-universitat-politecnica-de-catalunya-h-arquitectes-dataae> (дата обращения 12.11.16).
3. Банноу С. Студенческие квартиры в Бергене [Электронный ресурс] // Архитектурный электронный журнал «Archdaily» – URL: <http://www.archdaily.com/586716/gronneviksoren-student-apartments-3rw-arkitekter> (дата обращения 12.11.16).

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ КРУПНЫХ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ

Королева О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На данный момент для Нижнего Новгорода очень остро стоит вопрос о том, что будет со стадионом после проведения Чемпионата Мира по футболу 2018 года. По самым скромным подсчётам, проведение мундиаля обойдётся России более чем в 600 млрд руб [1].

Существует большое множество случаев непродуманного и неэффективного использования уникальных спортивных объектов, например, такие как заброшенный футбольный стадион «Эстадио Луис Ситар» (о. Майорка, Испания), вместимостью 32 тыс. чел., или стадион «Сильвердоум» (г. Детройт, США).

Многие люди в правительстве считают, что наш стадион ждет то же что и другие страны такие как Бразилиа и ЮАР, после ЧМ.

В качестве неудачного примера эксплуатации стадионов после ЧМ в Бразилии:

«Маракана», Рио-де-Жанейро стал нерентабельным и задолжал 31,2 миллиона долларов.

«Амазония», Манаус хоть как-то заработать на красивейшем стадионе, построенном в глуши, пытались при помощи концертов. Однако их окупаемость заставила городские власти схватиться за голову. Все прочие потенциальные арендаторы обходят арену стороной: во-первых, она и так у черта на рогах, во-вторых, проводить на нем мероприятия элементарно дорого.

Национальный стадион им. Мане Гарринчи, Бразилиа. Там нет сильного футбольного клуба с толпой болельщиков. В этом городе политиков больше, чем футболистов. Наверное, это объясняет то, что единственное применение арене придумали в виде стоянки для автобусов [2].

Так же неудачно сложилось и в ЮАР: за четыре года после ЧМ стадион принял семь товарищеских матчей, а также несколько игр чемпионата ЮАР по регби. Главная статья доходов – музыкальные концерты.

«Нельсон Мандела Бэй» очень много играли в регби, проводили музыкальные концерты и даже пытались поставить мировой рекорд по числу женщин в бикини, собравшихся в одном месте (905 участниц оказалось недостаточно). В общем, использовали арену как угодно, но не как футбольную. С нынешнего сезона ситуация немного изменилась. На стадион переехал новичок премьер-лиги «Чиппа Юнайтед».

«Полоквана Сити» кроме того, изредка принимает матчи по крикету и регби. В прессе регулярно поднимается вопрос о сносе дорогостоящего объекта или переделке арены под торговый центр [3].

Но в качестве достаточно удачного примера можно привести олимпийские объекты в Сочи. Важной составной частью наследия Игр является возможность последующего использования олимпийских спортивных объектов и интенсивное развитие Сочи в качестве одного из ведущих спортивных центров России. Как показал опыт проведения Олимпиад в других странах, эффективное использование олимпийского наследия – одна из самых сложных задач. Тем не менее, на данный момент олимпийские объекты в Сочи пользуются большим спросом и приносят прибыль. Хотя и недостаточно откупаются [4].

Но все же имея пример других стран мы можем предложить несколько вариантов эксплуатации стадиона «Нижний Новгород» после проведения мундиаля в 2018 году.

Первый и самый неприбыльный - передать стадион футбольной команде. Этот вариант кажется не оптимальным, т.к., во-первых, нет сильных команд в России, которые могут содержать этот стадион, а в Нижнем Новгороде нет огромного количества болельщиков, которые позволят турнирам окупиться.

Второй – это использование стадиона как площадки для проведения концертов и других масштабных мероприятий, выступлений, а также выставок.

Третий – спортивные секции для разных видов спорта, для очень большого диапазона возрастов. А также проведение соревнований по различным видам спорта.

Четвертый в дополнение ко всему - подтрибунные помещения, которые будут сдаваться в аренду.

Грамотный менеджмент, основанный на сочетании всех этих путей, на наш взгляд, даст возможность окупить затраты по эксплуатации стадиона на Нижегородской стрелке, в частности нами разработан бизнес-проект магазина спортивной одежды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Почем мундиаль? // Версия. <https://versia.ru/cena-provedeniya-chempionata-mira-po-futbolu-rastyot>
2. Что стало с бразильскими стадионами после ЧМ-2014 // <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/codfo18/1094170.html>
3. Никому не нужные. Что стало со стадионами ЧМ-2010? // Советский спорт. <https://www.sovsport.ru/football/articles/736707-nikomu-ne-nuzhnye-chto-stalo-so-stadionami-chm-2010>
4. Маркина Е.В. Современное состояние и перспективы использования объектов наследия Олимпийских игр в городе Сочи // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-ispolzovaniya-obektov-naslediya-olimpiyskih-igr-v-gorode-sochi>

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ — ОСНОВА РАЗВИТИЯ НИЖНЕГО НОВГОРОДА

Кузнецова В.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время проблема трудоустройства молодых специалистов имеет очень большое значение. Зачастую выпускники вузов сталкиваются с нехваткой рабочих мест и нежеланием сотрудничества со стороны работодателей. Министерство образования и науки ежегодно проводит мониторинг, по результатам которого 25% выпускников вузов не найти работу, а средний возраст трудоустройства составляет 27 лет, что говорит о высоком уровне безработицы среди молодого населения [1]. У инициативных специалистов возникает желание реализовать собственные идеи и создать бизнес, однако проблемы с финансами, высокая конкуренция или иные причины становятся препятствием на этом пути. В решении этой проблемы с помощью государственного регулирования и поддержки заинтересованы не только безработные молодые люди, но и сами органы власти.

Мотивы государства в оказании помощи молодым предпринимателям:

1. Предпринимательская деятельность стимулирует развитие экономики – юные специалисты способны привнести свежие идеи и разнообразить рынок товаров и услуг.
2. Снижение числа неработающего населения трудоспособного возраста изменяет показатели уровня безработицы и свидетельствует о развитии экономики.
3. Реализация бизнеса обеспечивает разнообразие рабочих мест, то есть выполняет социальную функцию.
4. Предпринимательская деятельность становится дополнительным источником дохода государства за счёт налоговых отчислений.
5. Создание бизнеса освобождает государство от бремени содержания нетрудоустроенных лиц.

В настоящее время в России проходит активное оказание помощи начинающим предпринимателям. Это осуществляется посредством нескольких программ. Программа «Молодёжный бизнес России» оказывает финансовую поддержку для начинающих предпринимателей с готовыми концепциями ведения бизнеса. По её условиям участнику предоставляется льготное кредитование на сумму до 300 тыс. рублей на срок от 1 года до 3 лет с возможностью отсрочки выплаты [2]. Программа носит международный характер, таким образом, способствуя не только развитию малого бизнеса, но и интеграции стран. Одним из самых передовых способов оказания помощи молодым предпринимателям является создание бизнес-инкубаторов.

Бизнес-инкубаторы – это организации, поддерживающие начинающих бизнесменов в реализации их идей. Они ориентированы на различные направления и оказывают правовую, бухгалтерскую, организационную поддержки [3]. Этот метод успешно реализуется на базе различных вузов, в том числе на базе ННГУ им. Лобачевского. Государственная поддержка малому бизнесу также оказывается на основе предоставления льготного налогообложения, субсидирования и упрощенной процедуры регистрации. Так, на основе ФЗ от 29.12.2014 № 477 начинающий предприниматель может применять нулевые ставки по налогам при соблюдении установленных законом условий. По Постановлению Правительства РФ от 15.04.2014 № 316 владелец малого бизнеса имеет возможность получить субсидию в размере до 500 тыс. рублей [4]. Мера поддержки начинающих предпринимателей существует и на региональном уровне. Так, в Нижегородской области в

соответствии с постановлением Правительства Нижегородской области от 23.12.2011 № 1081 центр занятости населения выплачивает государственную поддержку на создание и развитие бизнеса в сумме 68 тыс. рублей. Правом получения этой поддержки обладают люди в возрасте от 18 лет [4].

Стоит отметить, что появление новых направлений обучения, таких как биомедицина, информационная безопасность и других, в вузах страны позволяет студентам в будущем быть востребованными и квалифицированным специалистами. Вовлечение молодых людей в общественную деятельность повышает активную жизненную позицию у молодёжи, а это, в свою очередь, позволяет в будущем лучше понимать механизмы экономических, правовых, социальных законов и стать успешными. Например, в Нижнем Новгороде с 2012 года функционирует Молодёжная палата при Городской Думе, которая занимается разработкой различных социальных проектов. Также на базе Студенческого совета ННГУ им. Лобачевского существует Карьерный офис, который позволяет студентам получить опыт работы в различных сферах. Ежегодно во многих популярных вузах России проводятся конкурсы на разработку лучшего бизнес-проекта. Участники конкурса получают как опыт в реализации своей идеи, так и денежное поощрение. Резюмируя вышеизложенное, мы приходим к выводу, что в нашей стране создаются все необходимые условия поддержки молодых предпринимателей. Разработка программ оказания помощи начинающим бизнесменам набирает популярность в последние несколько лет, что говорит о выходе экономики России на новый уровень. Молодым бизнесменам предоставляется возможность реализовать свои цели, однако не стоит оставить незамеченным тот факт, что для начала своего дела необходимо, в первую очередь, иметь желание и чёткий грамотный план.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Портал мониторинга трудоустройства выпускников. – Режим доступа: http://vo.graduate.edu.ru/#/?year=2015&year_monitoring=2016
2. Международный форум лидеров бизнеса (IBLF Russia). – Режим доступа: <http://www.iblfrussia.org/>
3. Экономист.by – информационно-поисковый портал экономистов и финансистов. – Режим доступа: <http://ekonomist.by/>
4. Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

УДОБНЫЙ ГОРОД КАК БРЕНД: ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ НИЖНЕГО НОВГОРОДА

Семенова А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы обусловили несколько процессов. Во-первых, развитие маркетинга и брендинга городов в связи с возросшей конкуренцией между ними. Во-вторых, становление дискурса нового социально-ориентированного урбанизма. Наконец, актуальность обусловлена признанием Нижнего Новгорода «вымирающим» городом-миллионником. Целью работы является анализ возможности брендинга города Нижнего Новгорода, основанного на идеях нового урбанизма.

Для развития города в условиях глобальности мира и усиления социальных проблем необходимо сделать этот процесс осознанным. Городским сообществам надо уметь продвигать и отстаивать свои интересы. Однако столкновение интересов городов рождает конкуренцию между ними за инвестиции, туристов и новых жителей, востребованных на местном рынке труда. В связи с этим перед каждым городом ставится задача стать уникальным среди остальных городов, обозначить свою идентичность [13–15; 1]. Следствием новых потребностей городов является развитие брендинга и маркетинга городов. Такой подход к продвижению городов становится популярным за счёт того, что в обществе тотальной сигнификации люди потребляют не столько предметы, сколько знаки. И бренд является таким знаком.

Процесс брендинга города является не коммерческим, а социальным, потому что успешное развитие города сказывается на всём городском сообществе, а не отдельном предприятии. Поэтому бренд города не является искусственно созданной конструкцией, он основан на городской идентичности, которая формируется путём восприятия города его жителями [17; 1]. Городское пространство является набором определённых смыслов и культурных кодов. При взаимодействии с пространством города жители воспринимают и понимают эти знаки и в соответствии с этим они строят своё поведение, т.е. в основе городской идентичности лежит то, как люди понимают свой город. Это понимание выражается через систему общих для горожан смыслов и ценностей города.

В условиях эпохи универсальных сравнений люди ищут, где им будет более комфортно и выгодно находиться. Они выбирают местом жительства город как референтную группу горожан, разделяющую определённые ценности, схожие с их собственными. За счёт усиления социальных проблем жизнь в современных городах повышает значимость ценностей безопасности, комфорта, экологичности, доступности и удобства. Можно сказать, бренд города, сконструированный на основе этих ценностей, имеет преимущество перед остальными. Именно эти ценности поддерживает и транслирует новый урбанизм.

С начала XX века развиваются урбанистические теории, сосредоточившие своё внимание на проблемах городской инфраструктуры, вопросах управления развитием города и социальной жизни в нём [2]. Новый урбанизм определяет главную проблему города в его организации. Город разделён на функциональные районы, что неестественно для человека. Возникает идея города, удобного для жизни человека, независимо от социально-экономических или физических особенностей. Чтобы люди могли жить, работать и отдыхать территориально в одном месте. Вся инфраструктура должна быть в шаговой доступности [3].

Основным понятием концепции города для жизни является «качество жизни». Оно раскрывается в следующих принципах:

5. полная доступность инфраструктуры (экономическая и физическая);
6. возможность жителей участвовать в принятии планировочных решений, а также развитие дворового самоуправления;
7. экономическая и физическая доступность жилья;
8. безбарьерная мобильность [4; 163].

Именно понятие «качество жизни» станет основным для анализа возможности конструирования бренда удобного города для Нижнего Новгорода. Департамент социологии Финансового университета при Правительстве РФ проводит проект, посвященный оценке качества жизни населения в городах России. В 2014 и в 2015 годах было проведено исследование в 38 крупных и средних российских городах, среди которых и Нижний Новгород. Результаты этого исследования представлены в индексах от 0 до 1, который показывает качество жизни по разным критериям. В рамках этого подхода для оценки качества жизни использованы исходные данные, полученные как из статистики Росстата, так и из опросов общественного мнения [5].

Нижний Новгород занял в этом рейтинге 25 и 27 позиции в 2014 и в 2015 годах соответственно – можно заметить отрицательную тенденцию. По качеству медицинского обслуживания город занимал в 2014 году предпоследнее место. Но в 2015 поднялся в рейтинге на 12 пунктов, однако всё равно с довольно невысоким индексом 0,47. По другим показателям Нижний Новгород также не является передовым (табл. 1). Индекс удовлетворённости жизнью в городе составляет всего 0,27, что более чем в 3 раза меньше, чем у города-лидера по этому показателю.

Т а б л и ц а 1 - Частичные индексы качества жизни в г. Нижнем Новгороде
за 2015 год

Показатель	Индекс	Место в рейтинге
качество жилого фонда и работа ЖКХ	0,68	18
образование	0,62	10
благоустройство города	0,58	19
качество дорожного хозяйства	0,48	17
миграция*, удовлетворенность жизнью	0,27	31
доходы населения	0,19	28

* Миграция – отражает уровень реальной миграции населения, а также готовность людей уехать из города.

Российская страховая компания «Росгосстрах» на протяжении нескольких лет также проводит исследование «Качество жизни в российских городах». Результаты основаны на опросе общественного мнения и представлены процентами от числа определившихся с ответом [6].

По данным этих исследований Нижний Новгород признают удобным для жизни в 2012 году 89% населения, в 2013 – 88%, в 2015 – 91%, а в 2016 – 83%. За год наблюдается резкое снижение оценки города. Однако доля тех, кто считает город удобным, достаточно велика по сравнению с оценкой удовлетворённости жизнью в предыдущем исследовании.

За последние годы наблюдается падение удовлетворённости благоустройством города, наиболее резкое падение заметно в последний год – на 11% (с 70% в 2015 году до 59% в 2016 году). Низко оценивается качество дорог в городе – 35% положительных оценок в 2016 году.

Доверие городским властям упало на 10 % за 2016 год. Если в 2015 году 45% жителей считали, что власти много делают для благополучия жителей, то в 2016 этот показатель равен 35%. При этом 18% и 19% в 2015 и 2016 годах соответственно считают, что могут повлиять на городскую власть – это 32 позиция из 38 исследуемых городов.

По оценкам за 2013 год для достойной жизни в городе человек должен получать около 52 тысяч рублей. Средняя заработная плата на тот год составляла около 24 тысяч рублей. Не удовлетворены своей заработной платой более 50% жителей, только 35% удовлетворены.

Компания КБ «Стрелка» разработала индекс оценки качества городской среды, в который вошли 30 индикаторов, отвечающих за различные аспекты городского пространства. Состояние городской среды Нижнего Новгорода было оценено, как «плохое» с показателем 46%. Самые

низкие оценки (1 из 10) город получил по показателям комфортности и экологичности жилья и прилегающих территорий, идентичности и разнообразия уличной инфраструктуры, безопасности парковых территорий и набережных [7].

На основании этих исследований можно сказать, что качество городской среды города неудовлетворительно. В данной ситуации маркетинговый подход к развитию города может стать эффективным. Также можно сделать вывод, что город не соответствует критериям удобного города и конструирование такого бренда в настоящее время не даст результатов. Можно выделить несколько причин:

1. в связи с низким уровнем доходов горожан и неразвитостью дорожной, жилищной и медицинской инфраструктуры город не отвечает критерию доступности инфраструктуры;
2. низкий уровень доверия городским властям и оценки возможности собственного участия в развитии города говорят о неразвитости самоуправления;
3. низкие оценки благоустройства не отвечают критериям удобного города.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Визгалов, Д.В. Брендинг города / Д. В. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с. – ISBN 978-5-8130-0157-4.
2. Наберушкина, Э.К. Город – проект для жизни [online] / Э.К. Наберушкина // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 2. –Доступ через:<<https://www.science-education.ru/pdf/2012/2/294.pdf>>. [Обращение к документу: 26 марта 2017 года].
3. Аммосов, Ю. Возвращение дружелюбного города [online] / Юрий Аммосов // Эксперт. – 2005. – № 17 (464). Доступ через:
4. < http://expert.ru/expert/2005/17/17ex-nauka2_5595/>. [Обращение к документу: 26 марта 2017 года].
5. Глазычев, В.Л. Урбанистика / В.Л. Глазычев. – М.: Европа, 2008. – 218 с. – ISBN 978-5-9739-0148-6.
6. Лучшие города России 2015 (отчёт) / Департамент социологии Финансового университета при Правительстве РФ [online]. Доступ через: <http://www.fa.ru/chair/priklsoc/Documents/30_Life_Quality_2015.pdf>. [Дата обращения к документу: 19 ноября 2017 года].
7. Качество жизни в российских городах (отчёт) / «Росгосстрах» [online]. Доступ через: <http://www.rgs.ru/upload/medialibrary/a5c/life_quality_2016.pdf>. [Дата обращения к документу: 19 ноября 2017 года].

8. Индекс качества городской среды (сайт) / КБ «Стрелка» [online]. Доступ через: <http://индекс-городов.рф/towns/6-nizhniy-novgorod>. [Дата обращения к документу: 20 ноября 2017 года].

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЕГО ПОТЕНЦИАЛ В РАЗВИТИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Синицын Д.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последнее время в России проблемы малого предпринимательства все больше привлекают внимание практиков и ученых. Малый бизнес - это огромный пласт экономики и социальной сферы.

Путь, по которому идет развитие малых форм предпринимательства в РФ, имеет свою специфику и особенности. Связано это, в первую очередь, с менталитетом, нестабильной экономикой, отсутствием культуры ведения бизнеса в целом. Открывая собственное дело, необходимо понимать, что процветание или крах будут зависеть от ряда факторов – внешних и внутренних.

Первый нормативный документ по малому предпринимательству был принят еще в далеком 1995 году. С годами стало совершенно понятно, что данное законодательство обладает массой недостатков, которые не только не способствуют, но еще и тормозят становление бизнеса в нашей стране. Следующий документ был подписан в 2007 году и сегодня в него ежегодно вносятся все новые и новые изменения.

Власти предпринимают некоторые действия для поддержки и развития малого бизнеса по той причине, что им также это выгодно, ведь предприниматели платят налоги в государственную казну, и чем больше они будут зарабатывать, соответственно, тем больше они будут получать, поэтому финансирование малого бизнеса в России 2018 году будет продолжаться.

В 2016 году утверждена Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года. Цель стратегии – развитие сферы малого и среднего предпринимательства как одного из факторов инновационного развития страны и улучшения отраслевой структуры экономики. Стратегия направлена на создание конкурентоспособной, гибкой и адаптивной экономики, которая обеспечивает высокий уровень индивидуализации

товаров и услуг, высокую скорость технологического обновления и стабильную занятость [1].

Нужно сказать о том, что относительно недавно члены Правительства РФ создали специальную организацию, направленную на развитие малого и среднего бизнеса в Российской Федерации, причем в ней расписаны планы его развития на ближайшие десять лет.

Создан важный институт поддержки - это Федеральная корпорация малого и среднего предпринимательства, она обеспечивает финансовую и нефинансовую поддержку малого бизнеса. Есть возможность для малого бизнеса при гарантийной поддержке корпорации МСП (МСП - малые и средние предприятия) получать кредиты под 11% годовых, а среднему бизнесу под 10% годовых, это помогает МСП улучшать свою конкурентоспособность и достойно выступать на рынках товаров и услуг. Подобная поддержка государством малого и среднего бизнеса крайне важна в условиях экстремально высоких кредитных ставок.

Россия продолжает отставать от мировых стандартов по занятости работников в сфере МСП. Доля работников, которые заняты в предприятиях малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей примерно 25% от общей занятости, мировые стандарты - от 35% и выше.

Основной особенностью малого бизнеса является гибкость его участников. В условиях постоянного меняющегося рынка, а, следовательно, и изменения конъюнктуры малому бизнесу необходимо максимально быстро подстраивается под новые условия с минимальными потерями для себя.

Малому бизнесу присуща высокая заинтересованность каждого работника, так как эффективность предприятия напрямую связана с активностью отдельных его членов.

Малый бизнес создает новые рабочие места и тем самым снижает безработицу в стране. Поэтому государство заинтересованно в поддержке и развитии малого бизнеса.

Согласно данным Росстата за 1 квартал 2017 года, на территории современной России количество малых предприятий постоянно растет. Доля малого и среднего бизнеса в стране составляет приблизительно 40% ВВП [3].

Отдельно стоит обсудить вопрос о том, что можно отнести к понятию перспективный малый бизнес в России в 2018 году, потому что развиваться можно в разных направлениях.

Достигнуть успехов в 2018 году можно будет при открытии бизнеса в следующих сферах деятельности:

- Мобильные приложения. Сегодня они завоевывают все больше число поклонников, нужно только найти собственную «нишу» - игры для детей, приложения для работы, вспомогательные инструменты для бизнеса и т.п.;
- Производство экологически чистых продуктов. На сегодняшний день, многие переживают за собственное здоровье и отказываются от приобретения продуктов в супермаркетах, отдавая предпочтение приобретению натуральных овощей, мясных продуктов и даже органической бытовой химии;
- Бизнес, направленный на саморазвитие. Люди хотят и должны ориентироваться в различных сферах деятельности. Кроме того, многие стремятся сделать свое хобби источником дохода, что так же требует дополнительного обучения. Именно поэтому бизнес, направленный на получение дополнительных знаний и навыков, можно смело назвать высокорентабельным бизнесом в 2018 году.

Эти направления могут способствовать развитию городской среды.

Большим преимуществом дальнейшего развития малых форм бизнеса в нашей стране является факт, что государство полностью отдает себе отчет в том, что утрата данной экономической прослойки приведет к непоправимым изменениям. Прежде всего, исчезнет средний класс населения, начнется социальная дискриминация, уровень цен на товары и услуги выйдет из-под контроля.

Таким образом, полное и правильное функционирование экономики страны без развития, поддержания и укрепления деятельности субъектов малого предпринимательства невозможно. Для достойного функционирования рыночных механизмов усовершенствование малого бизнеса — это одно из самых важных направлений экономической политики государства. Следовательно, главной целью политики органов исполнительной и государственной власти становится создание обязательных для этого условий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» №209-ФЗ от 24 июля 2007 г.
2. Быкова Н. Н., Рогозина Л. С. Проблемы развития малого бизнеса в России // Молодой ученый. — 2016. — №3. — С. 479-483.
3. Занятость и безработица в Российской Федерации в марте 2017 года. Данные Росстата <http://www.gks.ru/>

4. Министерство экономического развития Российской Федерации
<http://economy.gov.ru/minec/main>;

5. Сайт правительства Российской Федерации <http://government.ru/>

ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НЕСООТВЕТСТВИЯ РЫНКА ТРУДА ПОТРЕБНОСТЯМ ЭКОНОМИКИ В Г.НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Степанова Е.Л.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рынок труда представляет собой важный сектор экономики страны, исходя из высокой значимости в экономическом и социальном развитии государства и общества.

Проблема регулирования рынка труда и занятости населения является актуальной в современной России и злободневной в связи с введением антироссийских санкций и необходимости решения проблемы импортозамещения. Негативное влияние санкций и экономического кризиса на российскую экономику сильно повлияло на состояние рынка труда как в стране в целом, так и в ее отдельных городах. Поэтому изучение данной проблемы является очень важным вопросом.

Под эффективным рынком труда следует понимать соответствие пополнения рынка труда нуждам экономики каждого региона страны, выпуск квалифицированных специалистов, которые будут востребованы экономикой.

Состояние проблем, связанных с занятостью молодежи на сегодняшний день, говорит о том, что представления старшеклассников и их родителей о выборе будущей профессии не совпадают с той ситуацией, которая реально происходит на рынке труда. Деятельность профессиональных учреждений по подготовке кадров для экономики не отвечает современным требованиям рынка труда. Остро ощущается нехватка рабочих кадров, что создаёт серьёзные проблемы для большинства промышленных предприятий. Повышение престижа рабочих профессий позволит молодежи реализовать себя в общественно полезной и актуальной сфере, стать в ней профессионалами.

Актуальность данного вопроса обозначена в одном из Посланий Федеральному Собранию главы государства В.В.Путина, где президент поставил следующую задачу: «К 2020 году как минимум в половине

колледжей России подготовка по 50 наиболее востребованным и перспективным рабочим профессиям должна вестись в соответствии с лучшими мировыми стандартами и передовыми технологиями. Важным показателем эффективности изменений в профессиональном образовании должны стать результаты конкурсов по рабочим и инженерным профессиям. Такая система профессиональных соревнований уже давно существует в мире. Россия в неё активно включилась. Это не только шаг к повышению престижа инженерных и рабочих профессий, но и хорошая возможность ориентироваться на самые передовые рубежи в подготовке инженеров и рабочих, строить на их основе профессиональные и образовательные стандарты».

Данная статья рассматривает поставленную проблему на уровне Нижнего Новгорода.

Нижний Новгород исторически является крупным промышленно-экономическим центром не только Нижегородской области и Приволжского федерального округа, но и России.

Здесь расположены крупные предприятия машиностроительной отрасли. Для эффективного функционирования и динамичного экономического развития области, требуется определенное количество трудовых ресурсов. Работодатели хотят принимать на работу молодых, образованных специалистов. Но нехватка инженерных и рабочих кадров создаёт проблемы для большинства промышленных предприятий. В части подготовки инженерных кадров можно выделить следующие основные проблемы. Во-первых, это снижение интереса выпускников школ к освоению технических специальностей. Во-вторых, падение имиджа этих профессий.

В связи с ростом производства на промышленных предприятиях городу необходимы молодые, профессиональные рабочие и инженерные кадры, а их острая нехватка - это огромная проблема для развития нижегородской промышленности.

Если не поменять ситуацию с подготовкой, то на заводах и фабриках, многие из которых сейчас модернизируются, уже в ближайшем будущем будет некому работать.

В качестве примера можно привести строительство в Нижнем Новгороде завода имени 70 лет Победы. Концерн ВКО «Алмаз — Антей» открыл в Нижнем Новгороде новое предприятие — АО «Нижегородский завод 70-летия Победы». Строительство началось еще в 2011 году, а уже к

концу 2015 года готовые цеха были оснащены всем необходимым оборудованием. Завод специализируется на выпуске средств зенитных ракетных систем С-400, С-500, "Витязь", радиолокационных комплексов "Небо-М", "Ниобий". Сегодня на производстве уже работают 1 300 сотрудников, а в будущем штат увеличится до 3 000 человек. Соответственно, предприятию необходимо пополнить штат сотрудников квалифицированными работниками, а дефицит работников технических специальностей затрудняет выполнение данной задачи.

Это заставляет органы власти всех уровней, руководителей вузов, ссузов и крупнейших предприятий принимать срочные меры.

Так, 19 апреля 2016 г. в Нижегородском государственном университете имени Н.И. Лобачевского состоялся форум «Образование и наука». В масштабном мероприятии приняли участие около 150 участников: председатель Комитета Государственной Думы РФ по образованию В.А. Никонов, заместитель Министра образования и науки Российской Федерации А.Б. Повалко, Министр образования Нижегородской области С.В. Наумов, Губернатор Нижегородской области В.П. Шанцев, ректоры ведущих вузов Нижегородской области, федеральные эксперты, депутаты всех уровней, специалисты отрасли по различным направлениям. Участники Форума говорили о том, что техническое образование должно быть одним из приоритетов в образовательной политике государства.

В современных условиях развития нижегородской экономики существует острая необходимость в объединении усилий образовательных организаций и промышленных предприятий в организации процесса формирования личностных ценностей обучающихся и их профессиональных интересов в выборе профессиональной карьеры.

Нехватка инженерных и рабочих кадров создаёт проблемы для большинства промышленных предприятий. Поэтому главной целью должно оставаться повышение престижа инженерных и рабочих специальностей.

Для решения поставленной цели необходимо усовершенствовать систему профориентационной работы среди учащихся общеобразовательных школ в целях повышения престижа рабочих и инженерных специальностей. Нужно провести целый комплекс мер, направленных на решение проблемы кадрового обеспечения промышленных предприятий Нижнего Новгорода молодыми и квалифицированными рабочими и инженерными кадрами.

По нашему мнению, комплекс мер должен включать следующее:

1. Работа над повышением престижа технического образования должна реализовываться в первую очередь СМИ путем следующих действий:

- создание единого медиа пространства (интернет, телевидение, газеты, реклама), ориентированного на получение образования и трудоустройство по техническим специальностям, раскрывающего все преимущества и возможности производственного комплекса Нижнего Новгорода;
- развитие «социальной» рекламы;
- раскрытие и популяризация в обществе исторического наследия нижегородского научно-промышленного комплекса.

2. Региональная и муниципальная поддержка имиджевой составляющей технического образования рабочих и инженерных профессий:

- поощрение «трудовых династий» - например, почетной грамотой Губернатора, Правительства Нижегородской области, муниципалитета;
- разработка и реализация системы наград для рабочих и специалистов на региональном уровне;
- приглашение на официальные мероприятия с участием представителей власти (заседания, круглые столы, конференции и т.п.) победителей конкурсов профессионального мастерства, награждение в официальной обстановке;
- выставочная деятельность – организация тематических экскурсий, организация поездок для школьников, студентов, победителей соревнований;

3. Работа промышленных организаций со школами:

- повышения качества обучения школьников естественным наукам;
- проведение разъяснительной работы по вопросам выбора технической карьеры с родителями и преподавательским составом общеобразовательных учреждений;
- подготовка агитационного и разъяснительного материала для родителей и школьников;
- развитие дополнительного образования по робототехнике, изобретательству, инженерному техническому творчеству и разработка программ их развития в школах, гимназиях и лицеях;
- увеличение «часов» профобразования - общение с предприятиями города, историей техники и изобретательства;
- размещение в школах современной и интересной для детей информации о предприятиях города и технических специальностях;

- организация встреч, экскурсий на предприятия, музеи предприятий, организации высшего и среднего профессионального образования, проведение совместных конкурсов и мероприятий;
4. Работа высших и средних образовательных учреждений со школами:
- развития программ взаимодействия вузов со школами, учреждениями среднего профессионального образования, службой занятости, СМИ;
 - создание на базе вузов и предприятий центров участия школьников в инженерной творческой деятельности.

Таким образом, для устранения проблемы несоответствия рынка труда потребностям экономики необходимо совершенствование деятельности профессиональных образовательных учреждений. Система профориентации учащихся общеобразовательных учреждений должна быть направлена на решение проблемы необходимости кадрового обеспечения предприятий Нижнего Новгорода рабочими и инженерными кадрами, что несомненно будет работать на улучшение качества жизни в городе.

ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС КАК ОДИН ИЗ ИНДИКАТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Тяпкина С.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последнее время индустрия туризма активно набирает обороты, что делает данную сферу одной из перспективных отраслей экономики стран в целом. Ежегодно в туристическую сферу вовлекается все больше людей, в связи с чем появляются новые виды туризма, делая данный сектор экономики еще более востребованным. По данным ЮНВТО мировой туризм за 2016 год вырос на 4% [1], несмотря на кризисные явления, террористические угрозы и т.д. Говоря о туризме нельзя не затронуть один из важнейших сегментов туризма – гостиничный бизнес, которому отдается большое внимание, поскольку он обеспечивает занятость населения (особенно в слабо развитых государствах, где основная доля экономики составляет туризм), инвестирование в реальный сектор экономики, доступ к международному капиталу и усилению интеграции в мировую экономику. Гостиничный бизнес - активно эволюционирующая отрасль, которая способна приносить немалый доход в бюджет страны, связывая межрегиональные и

международные коммуникации, способствующие развитию конкуренции на данном рынке.

На современном этапе в индустрии гостеприимства наблюдается усиление вертикальной интеграции, где крупные игроки – гостиничные сети, предоставляют свои услуги на разных сегментах рынка (высшие и низшие категории), то есть ориентируется под различные потребности своих гостей.

Если говорить о гостиничном бизнесе, нельзя пропустить такой важный элемент как привлекательность, который относится к региону, городу или страны в целом, который будет непосредственно оказывать влияние на повышение туристического потенциала и делового климата. Ведь в туристической сфере, как и во многих других сферах, есть свои сдерживающие факторы, мешающие полноценному развитию, как, например, достаточное количество и качество мест размещения для туристов. Поэтому необходимо определить главные направления и тенденции развития гостиничной отрасли на территории России.

В настоящее время в России гостиничный бизнес является стратегическим направлением в связи с проведением таких мероприятий как Олимпиада и Чемпионат Мира по футболу. По итогам 2016 года доля туризма в ВВП страны вырос до 3,4% и составил около 3 млрд. долл. В структуре платных услуг населению гостиничный бизнес составляет 2,5% (2016), это самый лучший результат за последние 7 лет.

В 2016 году Россия заняла 43 место из 136 стран по конкурентоспособности в области туризма и путешествий, повысив свой результат на 2 позиции согласно данным Мирового экономического форума [2].

По данным Росстата, с 2010 года количество гостиниц и аналогичных средств размещения (хостелы и мотели) увеличилось в 2,5 раза. На конец 2016 года насчитывалось около 15 тыс. гостиниц с номерным фондом более 1035 тыс. мест. Такой рост дают сетевые отели, которые с помощью бренда и стандартизированного продукта гарантируют высокое качество своим клиентам. На данном этапе на рынке гостиничных услуг России осуществляют свою деятельность несколько крупных международных гостиничных сетей, соответствующие международным стандартам качества, такие как Accor, Renaissance, Marriott. В связи с проведением крупных мероприятий данные сети продолжают активно расширяться, специализируясь на специфику каждого региона, то есть реализуют стратегии, ориентированные под спрос, а именно ценовую политику,

поэтому почти в каждой крупной сети есть бренды гостиниц разного уровня класса. Стоит отметить, что в последнее время прослеживается тенденция продвижения гостиничных сетей из столиц в регионы, которые обусловлены меньшими затратами при введении в эксплуатацию и обслуживании, повышенному интересу к регионам и высокой концентрации отелей в столицах. Но при входе могут возникнуть трудности из-за плохой инфраструктуры, которые свойственны российским регионам. Стоит также отметить роль частных гостиниц, которые лучше знакомы с местными условиями своего региона, ориентированы более под низкий ценовой сегмент.

Гостиничный бизнес активно взаимодействует с другими отраслями экономики, потому что сам по себе он не может развиваться, если нет дополнительных факторов развития, таких как транспортные сети, энерго- и водоснабжение, Интернет - все это говорит о плотности продуктового пространства, без которого не может функционировать гостиничная индустрия. Стратегия международных отелей на российском рынке направлена на активное освоение регионов, но все это обусловлено с трудностями, встречающимися на данном этапе: нехватка профессиональных кадров, большой срок введения в эксплуатацию, недостаточный уровень инфраструктуры.

Стоит отметить, что регионы пользуются спросом у бизнес - туристов, которые крайне чувствительны к цене, имея ограниченные командировочные расходы. Поэтому в регионах большим спросом пользуются гостиницы 2-3-4 звезд. Такой бизнес еще выгоден тем, что в такие регионы не обязательно вкладываться в инфраструктуру, и можно спокойно получать прибыль на полной загрузке благодаря бизнес-туристам. Количество лиц, проживающих в гостинцах поступательно растет с каждым годом в среднем на 1%, так на конец 2016 численность размещенных лиц составило более 42818 тыс. [3], из которых большую долю составляют поездки, связанные с отдыхом и командировками.

Говоря про гостиничный бизнес нельзя не отметить государственную политику, работу региональных и местных властей, потому что во многом правильная политика, направленная на развитие инфраструктуры региона или города будет стимулировать приток туристов, а следовательно, оказывать положительный эффект на гостиничный бизнес.

В заключение стоит сказать, что развитый гостиничный бизнес является одним из факторов привлекательности субъекта Российской

Федерации. Существование туристической дестинации невозможно без средств размещения, поэтому на рынках большое разнообразие как гостиничных сетей, так и индивидуальных гостиниц. Следовательно, велика роль сбалансированности формирования единой инфраструктуры, которая будет обеспечивать равномерное распределение по нагрузкам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. World Tourism Organization UNWTO URL: <http://media.unwto.org/ru>
2. Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/ranking/#series=TTCI>
3. Федеральная службы государственной статистики РФ. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#
4. Сводные статистические данные официального сайта Федерального агентства по туризму РФ. URL: <https://www.russiatourism.ru>