

Научные записки ОрелГИЭТ

№4(16)

Июнь 2016 г.

Журнал издается под эгидой
Совета молодых ученых ОрелГУЭТ

Издается с мая 2010 г. Выходит 6 раз в год.

Подписка во всех отделениях связи по объединенному каталогу
«Пресса России» (индекс Е13171)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации:
ПИ № ФС 77-39504 от 22 апреля 2010 г.

Учредитель: ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Издатель: ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

При перепечатке ссылка на издание обязательна

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ»:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (486) 434095, e-mail: almanah-ogiet@mail.ru

© ОрелГУЭТ, 2016

Подписано в печать 20.06.2016 г. Заказ №24
Формат 60х84½ Объем 25 п.л. Тираж 1000 экз.
Цена свободная

Отпечатано с готового оригинал-макета
на полиграфической базе ОрелГУЭТ
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Главный редактор:

Воронкова И.Е. доктор исторических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Редакционный совет:

Алдошина М.И. доктор педагогических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

Дзуржинский К. доктор философии
Вшехница Польска Университет в Варшаве

Дли М.И. доктор технических наук, профессор
Филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ» в г. Смоленске

Завиц М. доктор педагогики, доктор теологии, доктор философии, доцент
Университет имени Коменского в Братиславе

Зубцов Ю.Н. доктор медицинских наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Лисичкин В.Г. доктор технических наук, доцент
ГКОУ ВПО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

Лозенко В.К. доктор технических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Паршутина И.Г. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт университет и торговли»

Рисин И.Е. доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ
ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет»

Шманев С.В. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Чечкин А.В. доктор физико-математических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Ответственный редактор:

Жучков А.А. кандидат технических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Литературный редактор:

Зайцева Н.Н. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Технический редактор:

Смагина И.В. кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Переводчик:

Лепешкина Г.Г. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

СОДЕРЖАНИЕ

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА

Илюхина Н.А., Пронина А.С. Особенности учета затрат на медицинский осмотр работников	6
Ермолова Т.С. Особенности учета спецодежды (униформы) в коммерческих организациях	11
Жданов В.В. Инновационные способы организации ведения бухгалтерского учета	14
Кравцова О.В., Илюхина Н.А. Организация налогового учета прочих расходов, связанных с производством и реализацией	18
Свиштунова М.А., Сопова О.А., Сорина Т.В. Расчетные операции с подотчетными лицами: учет, формирование отчетности и условия погашения задолженности	22
Сучкова Н.А., Деминова С.В. Совершенствование методики и организации статистической оценки финансового состояния организаций	28
Филонов А.Б. Порядок признания расходов на приобретение основных средств в организациях, применяющих специальные режимы налогообложения	32
Забелина А.А. Экологический аудит как направление государственного аудита	

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

Савина А.Г., Малявкина Л.И. Математический алгоритм выявления скрываемой информации в ходе социологических обследований	40
Закутаева К.В., Локтионова Э.А. Классификация тенденций в экономических процессах: математическое описание	43

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Макарова Т.Н., Рахимова А.Дж. Изменение поведения российских потребителей как предпосылка формирования современных форматов розничной торговли	46
Разумова В.Л., Арманшина Г.Р. Особенности современного аутсорсинга в России	49
Ретунский Р.С. Роль правоприменения в управленческой деятельности	54
Волкова Ю.А. Историография по проблеме рекламы и продвижения банковских продуктов	57
Ясакова А.В. Понятие эффективности коммерческой деятельности	61
Алехина Л.Л., Болтёнок Т.А., Прошляков С.В. Адаптация новых сотрудников на предприятии в современных условиях хозяйствования	63

Кузьмичева К.С., Куликов С.И., Куприн А.А. Актуальные проблемы трудовой адаптации молодых специалистов в организации	68
МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	
Киселева Н.А., Прищеп И.П. К вопросу о глобализации современного мира: плюсы и минусы	72
Соболева Ю.П., Осипова Н.С. К проблеме оценки перспективных направлений развития региона (на материалах Орловской области)	74
Бакалева В.В. Влияние санкций на сферу торговли России	78
Калабухина М.В. Анализ поддержки малого и среднего предпринимательства в Орловской области	82
Щекотихина С.А. Региональная направленность экономической политики Российской Федерации	87
Соболева Ю.П., Пенькова А.Ю. Оценка инвестиционной политики региона (на материалах Орловской области)	90
Ноздрина С.Е., Захаркина Н.В. Разработка региональных целевых программ	94
И.В. Шаникова, Н.В. Захаркина Современные подходы оценивания и прогнозирования тенденций социально-экономического развития регионов центрального федерального округа	97
ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ	
Кузьмичева К.С., Арманшина Г.Р. Основные формы экономического взаимодействия частного бизнеса и государства	100
Скворцова Н.А., Антипова О.С., Лебедева О.А. Виды и формы торговой деятельности в Российской Федерации	103
Андрейченко А.М. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности организации	108
Крылова А.В., Димитрова Е.В. Безработица в современном мире	110
Жох Д.В., Хохлов Д.Д., Лисичкина Н.В. Совершенствование оценочного процесса на рынке недвижимости	113
Калабухина М.В. Инфраструктура поддержки малого бизнеса в России	118
Курако О.А. Эволюция предпринимательства и защиты прав предпринимателей в России	121
Старовойтов Р.В. Научно-технический прогресс как фактор экономического роста	124
Савин В.Ф. Безработица в России и пути ее преодоления	127
Ясакова А.В. Инвестиционный потенциал организации и его использование	130
Тюрюканов А.В. Бизнес и предпринимательство: сущность, общие черты и различия	132

Крылова А.В., Димитрова Е.В. Инфляция в России	134
Сусли Е.А., Жаворонков А.А. Основные методы принятия решений социально-экономических проблем	137
Фролова А.А. Антикризисное управление предприятием в современных условиях	140
Шмарков М.С. Тенденции развития современного предпринимательства на рынке туризма	150

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Деминова С.В., Сучкова Н.А. Методика прогнозирования показателей рентабельности хозяйствующих субъектов на основе программного обеспечения	153
Ягодкин Д.А. Создание баз данных в малых автотранспортных предприятиях	156

СТАНДАРТИЗАЦИЯ, МЕТРОЛОГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

Петрова Л.А., Лучкин А.Г. Зависимость сроков годности плавленых сыров от их состава и упаковки	160
Бакалева В.В. Совершенствование управления качеством банковских услуг	162

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ермолаева М.А. Совершенствование системы образования в России	166
Елагин А.В. Специфика PR-технологий в образовательной сфере	169
Яковлева Е.А. Аудит эффективности в образовательных организациях: методологические аспекты	173
Соломон Ю.В. Информатизация системы образования	176
Баева А.А., Лядченко А.В. Проблема масштабности обучения и развития персонала	178

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

Черненко Р.И., Гуськов В.М. Влияние спорта на развитие личности	182
Попкова М.А., Андрианова Т.А. Физическая культура в США	185
Труцина Ю.Ю., Корнеева М.Д. История возникновения и возрождения физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне»	189

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ	193
--------------------------------------	-----

ANNOTATION	195
-------------------	-----

УДК 657.471.122:614

Илюхина Н.А., Пронина А.С.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ НА МЕДИЦИНСКИЙ ОСМОТР РАБОТНИКОВ

В статье рассмотрены критерии обязательного медицинского осмотра работников, порядок документального оформления затрат на проведение медосмотров, группы расходов на обязательные медицинские осмотры.

Ключевые слова: налогообложение, медицинский осмотр работников, трудовой кодекс, налоговый кодекс, прочие расходы.

Необходимость организации медицинского обеспечения сотрудников обусловлена требованиями действующего законодательства. Суммы понесенных расходов на поддержание здоровья сотрудников могут быть различны и зависят как от политики организации в области медицинского обеспечения своих сотрудников, так и от характера взаимоотношения юридического лица с медицинскими и (или) страховыми организациями. Организация может направлять своих работников на медосмотры в обязательном порядке и по собственной инициативе. Однако если в первом случае такие затраты включаются в себестоимость продукции, то во втором используется полученная прибыль. Все виды медицинских осмотров представлены на рисунке 1.

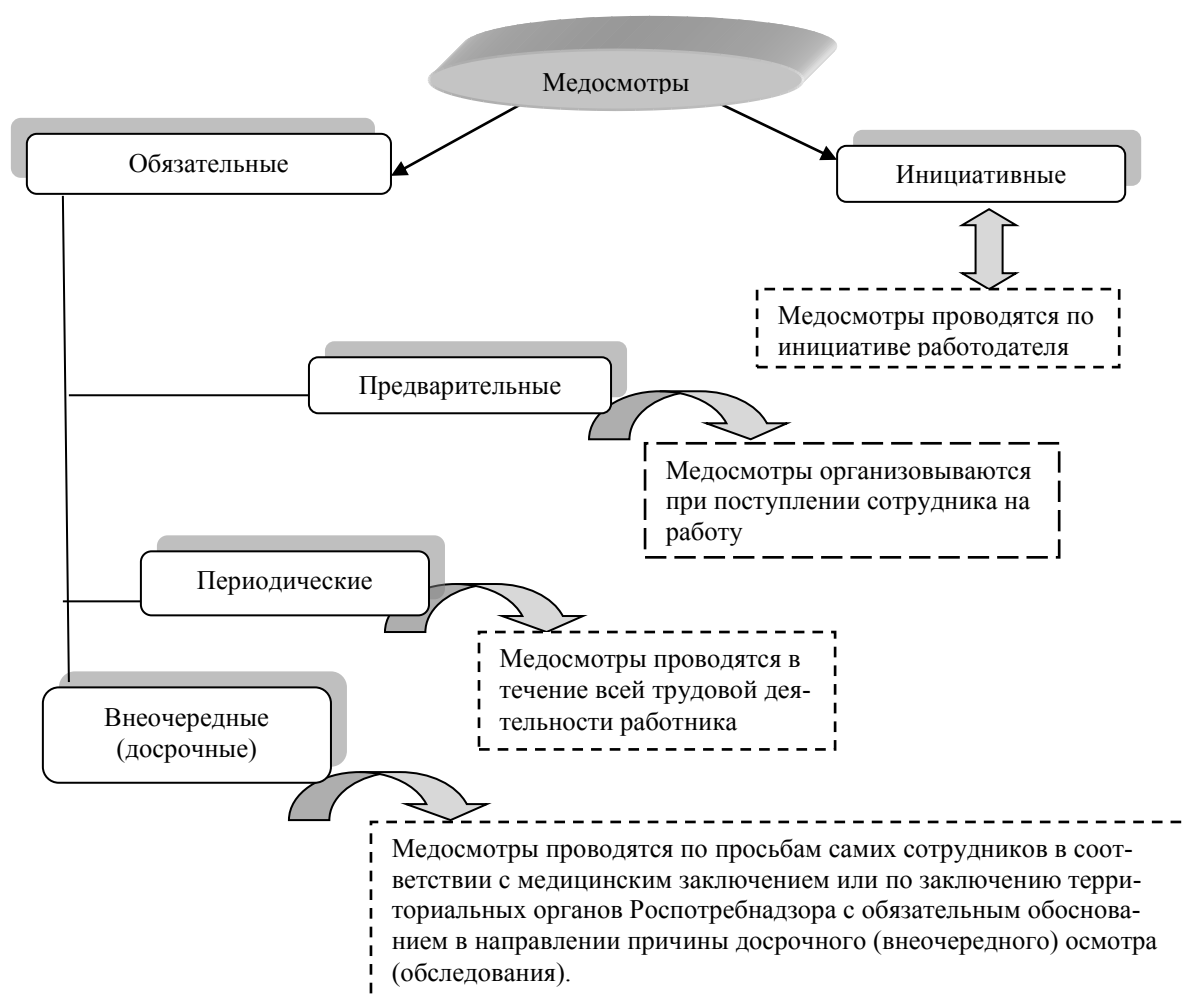


Рисунок 1 – Виды медосмотров

Расходы на медицинские осмотры принимаются в составе прочих расходов организации. Особенности налогообложения определяются исходя из условий и характера проведения медицинских осмотров или обследований. В настоящее время существует целый ряд правовых документов, каждый из которых предполагает проведение обязательных медосмотров в какой-либо отрасли производства. Так, статьей 213 Трудового Кодекса Российской Федерации (ТК РФ) предусмотрено обязательное прохождение медицинских осмотров для работников [1, 2]:

- занятых на работах с вредными и (или) опасными условиями труда;
- занятых на работах, связанных с движением транспорта;
- пищевой промышленности, общественного питания и торговли, водопроводных сооружений, лечебно-профилактических и детских учреждений.

Обязательные медосмотры осуществляются за счет средств работодателя. Медицинская организация, которая проводит медицинские осмотры, обязана иметь соответствующую лицензию на указанный вид деятельности. Порядок проведения медосмотров и документального оформления затрат представлен на рисунке 2.

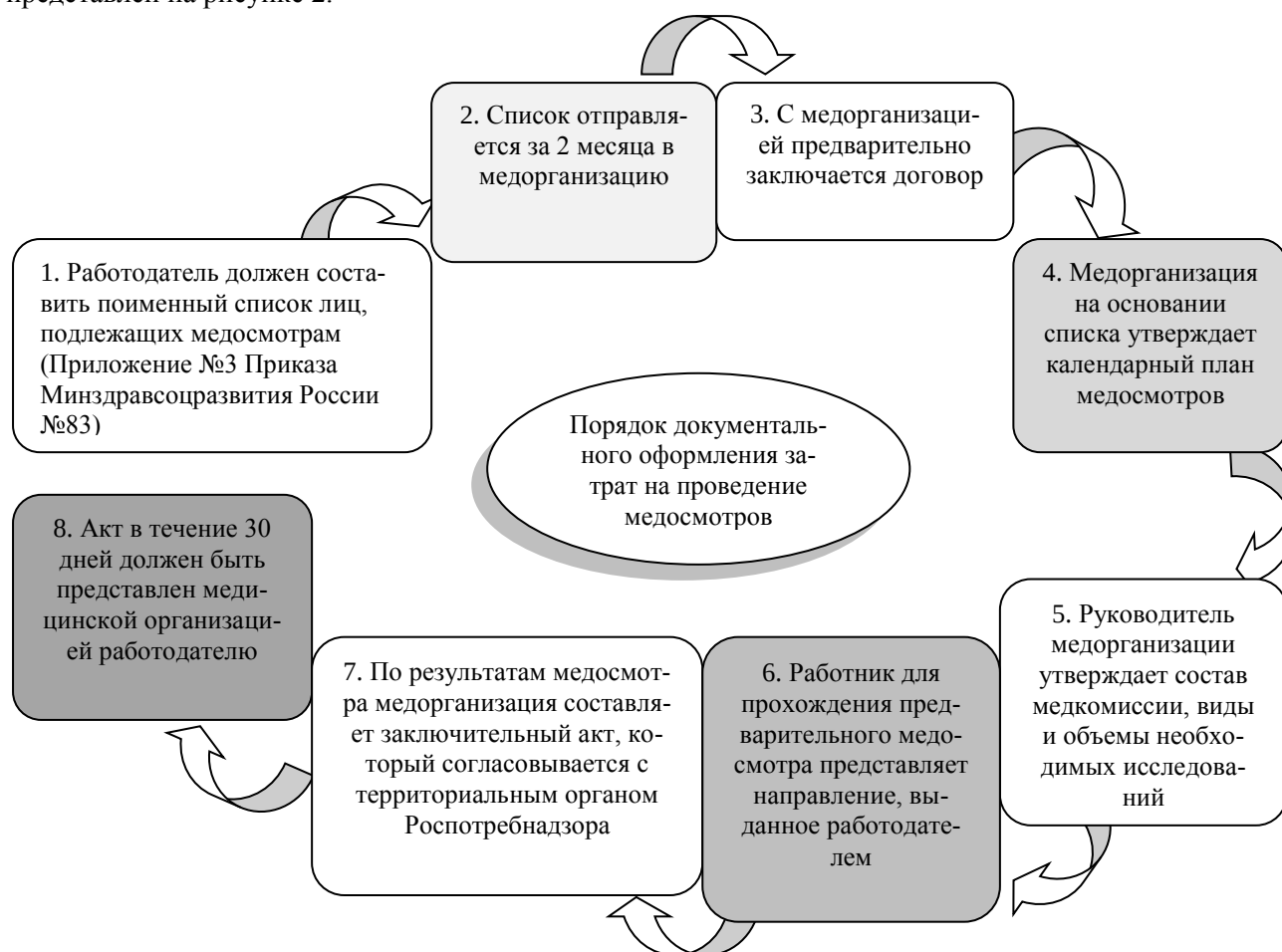


Рисунок 2 – Порядок документального оформления затрат на проведение медосмотров

Для подтверждения расходов в бухгалтерском учете прилагается акт приемки-сдачи оказанных услуг. В связи с проведением обязательных медосмотров в бухгалтерском учете организации могут возникать 3 группы расходов (рисунок 3). Однако в организации может возникнуть необходимость оплаты работнику времени вынужденного простоя в связи с тем, что медицинский осмотр им не пройден не по его вине. В данном случае списание дополнительных расходов на увеличение себестоимости продукции (работ, услуг) является неправомерным, так как отсутствие вины работника не означает автоматического отсутствия вины должностных лиц. Следовательно, более правильным надо считать предварительное списание начисленных сумм в состав недостач на сумму оплаты труда за время вынужденного простоя. Впоследствии в зависимости от результатов проведенного служебного расследования суммы материального ущерба могут быть списаны либо на увеличение себестоимости продукции, работ или услуг – при отсутствии вины других лиц (или по другим основаниям), либо на счет виновных лиц [3, 4].

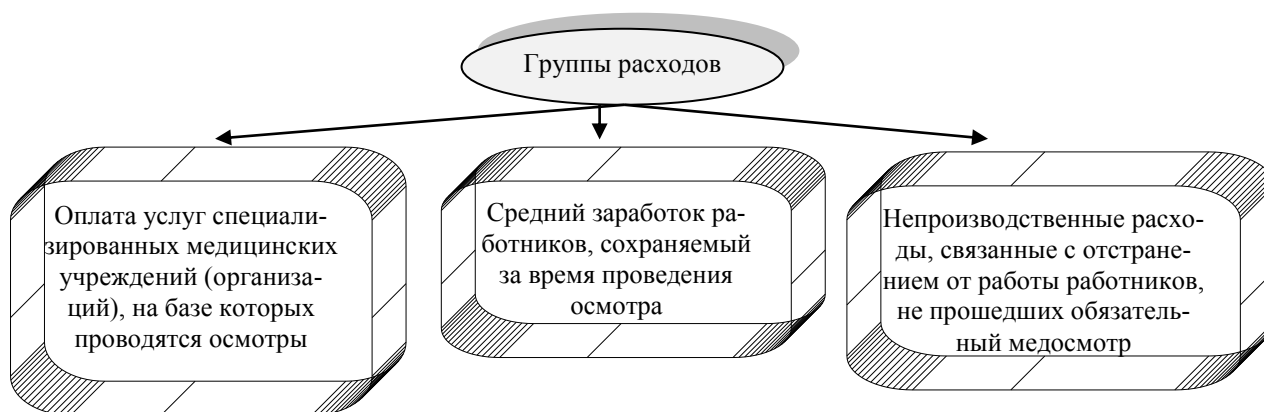


Рисунок 3 – Группы расходов на обязательные медицинские осмотры

Таким образом, представленные на рисунке 3 группы расходов в бухгалтерском учете организации могут быть учтены следующим образом (таблица 1).

Таблица 1 – Корреспонденция счетов по учету затрат организации на обязательные медицинские осмотры

№ п/п	Хозяйственная операция	Корреспонденция счетов	
		Дебет	Кредит
1	Расходы могут быть отнесены на увеличение себестоимости продукции, работ или услуг (в организациях торговли и общественного питания – на увеличение издержек обращения): - на сумму стоимости услуг медицинских организаций	20 (23,25, 26,29,44)	60
2	Если осмотры проводятся специализированным подразделением организации: - на сумму фактической себестоимости услуг соответствующего подразделения	20 (23,25, 26,29,44)	29
3	- на сумму стоимости услуг медицинских организаций по проведению осмотра работников, с которыми впоследствии трудовой договор не был заключен	91	60
4	Списание сумм среднего заработка	20 (23,25, 26,29,44)	70

В бухгалтерском учете расходы организации на проведение инициативных медосмотров могут быть включены в состав расходов по обычным видам деятельности или отнесены к прочим расходам организации. При отражении расходов на проведение инициативных медосмотров в бухгалтерском учете их целесообразно учитывать на отдельном субсчете 1 «Расходы, не принимаемые для целей налогообложения налогом на прибыль», что наглядно иллюстрирует пример 1.

Пример 1. Медицинское учреждение, в котором был проведен медосмотр по инициативе руководителя организации торговли, имеет лицензию. Затраты на медосмотр составили 50 000 руб. У организации имеются все необходимые подтверждающие документы. В бухгалтерском учете организации следует сделать следующие записи:

- на сумму стоимости услуг медицинской организации:

Дебет 91/1 «Расходы, не принимаемые для целей налогообложения налога на прибыль»

Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» 50 000

Данные расходы не учитываются для целей налогообложения, так как данное обследование не является обязательным. В данном случае в бухгалтерском учете организации возникает постоянное налоговое обязательство (ПНО) (50000 x 20%), которое должно быть отражено следующим образом:

Дебет 99/1 «Постоянное налоговое обязательство»

Кредит 68 «Расчеты по налогам и сборам» 10 000

Для принятия к налоговому учету расходов, связанных с прохождением обязательных медосмотров, расходы должны быть обоснованы и документально подтверждены.

Для подтверждения данных расходов в целях налогообложения необходимы:

– договор с копией лицензии;

- утвержденный и согласованный список работников на проведение медосмотра;
- календарный план проведения медосмотров;
- утвержденный состав медкомиссии и акт учреждения здравоохранения;
- акт приемки-сдачи оказанных услуг.

Затраты на проведение обязательных медицинских осмотров при их надлежащем документальном оформлении и удовлетворении требованиям ст. 252 НК РФ относятся к прочим расходам, связанным с производством и реализацией, учитываемым согласно пп.7 п.1 ст. 264 НК РФ. Потери от простоев (в связи с отстранением от работы работника, не прошедшего медицинский осмотр не по его вине) в налоговом учете включаются в состав внереализационных расходов в соответствии с пп.3 или 4 п.2 ст.265 НК РФ (в зависимости от того, какие причины – внутренние или внешние – обусловили простой).

Расходы на оплату времени, связанного с прохождением медицинских осмотров, к налоговому учету принимаются в составе расходов на оплату труда в соответствии с п.7 ст.255 НК РФ. Как уже отмечалось, на время прохождения медосмотра за работником сохранялся средний заработок. Так на сумму среднего заработка за время прохождения медосмотра начисляются страховые взносы, НДФЛ, страховые взносы на обязательное пенсионное страхование и страховые взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний (таблица 2) [1, 5].

Таблица 2 – Налог на прибыль, страховые взносы и НДФЛ по обязательным медицинским осмотрам

Вид налога	Обязательные медосмотры	
	Нормативный документ	Разъяснения
Налог на прибыль	Пп.7 п.1 ст.264 НК РФ; Письма Минфина РФ от 07.08.2007 № 03-03-06/1/543, от 05.03.2005 №03-03-01-04/1/100	Документально подтвержденные расходы уменьшают налогооблагаемую базу по налогу на прибыль и включаются в прочие затраты, связанные с производством и реализацией
	Письмо Минфина РФ от 07.11.2005 № 03-03-04/1/340	Налогооблагаемая база по налогу на прибыль может быть уменьшена на сумму расходов по возмещению работникам организации стоимости оплаченных ими за свой счет предварительных медицинских осмотров при трудоустройстве на работу на основании представленных работниками документов
	П.29 ст.270 НК РФ	Расходы организации на лечение заболеваний работников общего профиля, на профилактические и реабилитационные медицинские услуги, направленные на сохранение здоровья и восстановление трудоспособности работников, в целях налогообложения прибыли не учитываются
Страховые взносы, НДФЛ	П.1 ст.236 НК РФ	Затраты по проведению медосмотров не относятся к расходам на оплату труда, поэтому не подлежат обложению страховыми взносами и НДФЛ
	Постановление ФАС УО от 04.09.2007 № Ф09-7064/07-С1	Компенсационные суммы за первичные медицинские осмотры, выплаченные в пользу работников на основании представленных ими документов, не относятся к затратам на оплату труда, следовательно, не подлежат обложению страховыми взносами и НДФЛ

Порядок учета расходов на проведение инициативных медосмотров должен быть установлен в учетной политике организации как для целей бухгалтерского, так и для налогового учета [3, 6].

В организации для принятия к учету расходов по инициативным медосмотрам должны быть выполнены следующие условия их документального оформления:

- наличие лицензии у медицинского учреждения;
- наличие приказа руководителя с обоснованием производственной необходимости проведения медосмотра;
- полное документальное подтверждение суммы фактических расходов на медосмотр;
- оплата расходов в безналичном порядке.

Расходы на проведение медосмотров, которые не являются обязательными (инициативные), по общему правилу не признаются обоснованными и, как следствие, не уменьшают налогооблагаемую базу по налогу на прибыль организации. Согласно п. 10 ст. 217 НК РФ суммы оплаты за медосмотр по инициативе работодателя могут не облагаться НДФЛ, причем должны быть выполнены

условия документального оформления расходов представленных выше. Если работник организации самостоятельно прошел медицинское обследование, а руководитель принял решение о выплате работнику компенсации стоимости медицинских услуг, то в данном случае с этой суммы следует удерживать НДФЛ.

В силу того, что выплаты затрат по проведению инициативного медосмотра не относятся к расходам, уменьшающим базу по налогу на прибыль, то страховые взносы на сумму произведенных расходов не начисляется. Также не начисляются взносы на обязательное пенсионное страхование. Так как в настоящее время медицинская страховка стала неотъемлемой частью так называемого «социального пакета», кратко рассмотрим позицию налоговых органов учета затрат взносов по договорам медицинского страхования.

В соответствии с п. 16 ст. 255 НК РФ к расходам на оплату труда в целях налогообложения прибыли относятся суммы:

- платежей (взносов) работодателей по договорам обязательного страхования;
- (взносов) работодателей по договорам добровольного страхования, заключенным в пользу работников со страховыми организациями, имеющими лицензии, выданные в соответствии с законодательством РФ, на ведение страховой деятельности в РФ [1].

Поэтому в случаях добровольного страхования указанные суммы могут быть отнесены к расходам на оплату труда. Рассмотрим налогообложение расходов по дополнительному медицинскому обслуживанию, осуществляемых по договорам добровольного страхования (таблица 3).

Таблица 3 – Налогообложение расходов по дополнительному медицинскому обслуживанию

Срок договора	Процент затрат от расходов на оплату труда	Налогообложение расходов
Не менее 1 года	В пределах 3 %	Не облагаются страховыми взносами (пп.7 п.1 ст.238 НК РФ), НДФЛ (п.3 ст.213 НК РФ) и страховыми взносами от несчастных случаев (п.4 Правил)
Менее 1 года	Свыше 3 %	Не облагаются страховыми взносами (п.3 ст.236 НК РФ), НДФЛ (п.3 ст.213 НК РФ) и страховыми взносами от несчастных случаев (п.4 Правил)

Следует отметить, что затраты по договорам добровольного страхования в целях налогообложения прибыли, не превышающие 3% от суммы расходов на оплату труда, признаются в том налоговом периоде, в котором уплачены страховой организации. Если по условиям договора страхования предусмотрена уплата страхового взноса разовым платежом, то по договорам, заключенным на срок более одного отчетного периода, расходы признаются равномерно в течение срока действия договора пропорционально количеству календарных дней действия договора в отчетном периоде.

Рассмотрев порядок учета и налогообложения обязательных и инициативных медосмотров, а также налогообложение расходов по дополнительному медицинскому обслуживанию, осуществляемых по договорам добровольного страхования, возникает вопрос, какой из вариантов учета расходов на медицинское обеспечение является предпочтительным для работодателя [5, 7].

По мнению многих авторов, наиболее выгодным вариантом учета расходов на медицинское обеспечение как для сотрудников, так и для работодателей является заключение договоров добровольного медицинского страхования. Этот выбор объясняют тем, что в случае оплаты лечения сотрудников указанные расходы не могут быть учтены для целей налогообложения по налогу на прибыль независимо от вида оказываемой медицинской помощи. В заключение следует сделать вывод о том, что какие бы расходы (на медицинское обслуживание или медицинское страхование) не производились работодателем, все производимые выплаты должны быть отражены в локальных документах организации. В зависимости от того, как они будут оформлены, определяется порядок их налогообложения.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая. Федеральный закон Российской Федерации от 31 июля 1998 года №146-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации. Федеральный закон Российской Федерации от 30 декабря 2001 года №197-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>.
3. Федеральный закон Российской Федерации «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 года №402-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>.
4. Илюхина Н.А., Лытнева Н.А., Боброва Е.А. Методические основы и принципы учета затрат на про-

- изводство // Science, technology and life – 2014: Proceedings of the international scientific conference. – Karlovy Vary – Kirov: Международный центр научно-исследовательских проектов, 2015. – С. 455-463.
5. Крамаренко Л.А., Косов М.Е. Налоги и налогообложение: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 576 с.
6. Медведкин Я.В. Бухгалтерский учет расчетов с персоналом. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 188 с.
7. Региональное управление экономикой: коллективная монография / под общей редакцией Сибирской Е. В. – Воронеж: Научная книга, 2010. – 212 с.

Илюхина Наталия Александровна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: ilyukhina.orel@mail.ru

Пронина Анастасия Сергеевна

студентка 2 курса факультета бизнеса и рекламы
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: pronina.anastasya2014@yandex.ru

УДК 687.157:339.3

Ермолова Т.С.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА СПЕЦОДЕЖДЫ (УНИФОРМЫ) В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

В статье рассмотрены особенности изготовления и приобретения спецодежды коммерческими организациями, а также отражение в бухгалтерском учете доходов и расходов, связанных со списанием специальной одежды.

Ключевые слова: спецодежда, забалансовые счета, основное производство, списание стоимости.

Спецодежда, находящаяся в собственности организации, хозяйственном ведении или оперативном управлении, учитывается для целей бухгалтерского учета по фактической себестоимости, т.е. сумме фактических затрат на изготовление или приобретение исчисленных в порядке, предусмотренном для учета материально-производственных запасов. Если спецодежда, используемая в организации, ей не принадлежит, то она учитывается на забалансовых счетах по стоимости, указанной в договоре, или по стоимости, указанной владельцем. До передачи в производство или эксплуатацию принадлежащая организации спецодежда, а также спецодежда, находящаяся в оперативном управлении или хозяйственном ведении, учитывается в составе оборотных активов на счете 10 «Материалы». Счет 10 для целей учета спецодежды должен иметь субсчет «Специальная оснастка и специальная одежда на складе» [1, 2].

В случае изготовления спецодежды своими силами учет затрат ведется на счетах «Основное производство» или «Вспомогательное производство». По окончании работ по производству спецодежды оформляется акт выполненных работ установленной формы. Первичными учетными документами при передаче на склад изготовленной собственными подразделениями спецодежды являются требование-накладная формы М-11 или накладная формы М-15, утвержденные Госкомстатом РФ. Требование-накладная формы М-11 или накладная формы М-15 оформляются в трех экземплярах. Один экземпляр остается у изготовителя, другой – передается в бухгалтерию для оприходования изготовленной спецодежды, третий – вместе со спецодеждой передается на склад или другое место хранения.

Оприходование специальной одежды на склад оформляют приходным ордером формы М-4. В ряде случаев спецодежда может быть передана сразу на производство для эксплуатации, минуя склад. Но это не освобождает от заполнения складской и бухгалтерской документации. В таком случае заполняются приходные и расходные складские документы и приходные документы в подразделении, куда поступила спецодежда для эксплуатации. В подразделении происходит распределение среди тех работников, которым положена спецодежда. Организации, кроме основных форм первичной документации, могут применять собственные формы документов для отражения движения материальных ценностей, в данном случае спецодежды, но при этом собственные формы должны иметь все обяза-

тельные поля, предусмотренные Федеральным законом «О бухгалтерском учете». Пример бухгалтерских проводок, отражающих поступление спецодежды, можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1 – Отражение поступления спецодежды на предприятие

Дебет	Кредит	Количество	Сумма	Содержание хозяйственной операции
10.10 «Специальная оснастка и специальная одежда на складе»	60 «Расчет с поставщиками и подрядчиками»	10	7500	Приобретены у поставщика комплекты спецодежды для охранного предприятия
10.10 «Специальная оснастка и специальная одежда на складе»	23 «Вспомогательные производства»	10	1000	Оприходованы на склад медицинские халаты по фактической себестоимости, изготовленные собственными силами на вспомогательном производстве

В целях бухгалтерского учета на предприятии для отражения передачи спецодежды собственного производства на склад делается проводка по дебету счета 10 «Материалы» субсчет «Специальная оснастка и специальная одежда на складе» и кредиту счетов учета затрат на производство в сумме фактически произведенных затрат на ее изготовление. Фактическая себестоимость изготовленной спецодежды определяется согласно установленным порядкам исчисления себестоимости соответствующих видов продукции. По кредиту может быть счет «Основное производство» или счет «Вспомогательное производство». Для отпуска спецодежды в производство, кроме установленных форм требования-накладной М-11 или накладной М-15, могут использоваться лимитно-заборные карты формы М-8.

В бухгалтерском учете отпуск специальной одежды в производство отражается по дебету счета 10 «Материалы» субсчету «Специальная оснастка и специальная одежда в эксплуатации» кредиту счетов по учету материально-производственных запасов, как правило, это счет 10 «Материалы» субсчет «Специальная оснастка и специальная одежда на складе». По данной проводке отображается сумма фактических затрат или, другими словами, фактическая себестоимость, затраченная на приобретение или изготовление специальной одежды. Если срок службы спецодежды, согласно нормам выдачи, не превышает двенадцать месяцев, то разрешается производить единовременное списание ее стоимости в дебет счетов учета затрат на производство в момент выдачи спецодежды сотрудникам. Аналитический учет специальной одежды, находящейся в эксплуатации, ведется в разрезе наименования, количества, фактической себестоимости, даты ввода в эксплуатацию, подразделения и материально ответственного лица. Учет движений специальной одежды на предприятии отражается в оборотной ведомости. Аналитика движений может вестись в электронном виде.

Основанием для выбытия спецодежды на предприятии может быть физический износ, продажа или безвозмездная передача, передача в виде вклада учредителя в уставной капитал другой организации, выбытие вследствие аварии, стихийного бедствия. В бухгалтерском учете необходимо правильно отразить списание стоимости специальной одежды, которая не используется по причине выбытия. Списание спецодежды со счетов бухгалтерского учета выполняется при ее фактическом физическом выбытии. Если причиной выбытия спецодежды является продажа другому лицу, то выручка от продажи принимается к бухгалтерскому учету в сумме, указанной сторонами в договоре купли-продажи [3, 4].

Отражение в бухгалтерском учете доходов и расходов, связанных со списанием специальной одежды, происходит в том отчетном периоде, в котором они фактически произведены. Доходы и расходы от списания специальной одежды являются операционными доходами и расходами и поэтому подлежат отнесению на финансовый результат. Вопрос о невозможности дальнейшей эксплуатации и списании спецодежды на предприятии решает инвентаризационная комиссия, действующая на постоянной основе, либо рабочая инвентаризационная комиссия, создаваемая на время инвентаризации. Комиссия проводит осмотр спецодежды и устанавливает ее пригодность к дальнейшему использованию. Кроме этого, комиссия определяет причину списания спецодежды, например, естественный износ, стихийное бедствие, пожар, вина ответственных лиц и т.п. При выявлении лиц, по вине которых происходит преждевременное выбытие спецодежды, комиссия готовит предложения для руководства о привлечении к ответственности виновных лиц.

По окончании инвентаризации комиссия готовит акт на списание спецодежды и представляет его на утверждение руководству предприятия. После утверждения акта списания руководством ко-

миссия контролирует правильность утилизации выбывшей спецодежды. Предприятие может производить утилизацию своими силами, при этом составляется акт утилизации спецодежды, на основании которого со счетов бухгалтерского учета и списывается стоимость выбывшей спецодежды. Если происходит ликвидация юридического лица, то числящаяся на счете 10.10 спецодежда вместе с другими ТМЦ подлежит обязательной инвентаризации, после чего компетентная комиссия решает, как с ней поступить. Спецодежда в этом случае может быть реализована или передана в счет погашения не денежных обязательств либо выбыть любым иным законным образом [5, 6].

Погашение или перенос стоимости спецодежды на затратные счета производства происходит линейным способом пропорционально сроку полезного использования специальной одежды, предусмотренному в типовых отраслевых нормах бесплатной выдачи специальной одежды, специальной обуви и других средств индивидуальной защиты. Разрешается единовременное полное погашение стоимости (фактической себестоимости или фактических затрат) в момент передачи в эксплуатацию специальной одежды, срок полезного использования которой не более 12 месяцев.

В бухгалтерском учете начисление погашения стоимости спецодежды отражается по дебету затратных счетов на производство (например, по дебету счетов «Основное производство», «Вспомогательные производства», «Расходы на продажу» в торговле) и кредиту счета «Материалы» субсчет «Специальная оснастка и специальная одежда в эксплуатации». Расходы организации по ремонту и уходу за специальной одеждой (например, чистка, обеспыливание, дегазация и прочее) включаются в расходы по элементам затрат, например, в расходы на производство, расходы на продажу, расходы на оказание услуг или расходы выполнение работ. Вся спецодежда, выданная работникам на предприятии, является собственностью предприятия. Поэтому работодатель заинтересован в постоянном оперативном учете специальной одежды и других средств индивидуальной защиты [7].

Выдача спецодежды на предприятии происходит на основании коллективного договора, разработанного в соответствии с отраслевыми нормами выдачи спецодежды, и отражается в личных карточках работников. В личной карточке работника делается отметка о сроке службы и степень изношенности спецодежды. А в документах на отпуск специальной одежды (требованиях, накладных) – еще и основание выдачи. Для контроля над сроком эксплуатации спецодежды и других средств индивидуальной защиты рекомендуется ставить штамп с датой ввода в эксплуатацию или выдачи работнику. При увольнении, переводе на другую работу или по окончании срока эксплуатации спецодежды, выданная работнику, подлежит возврату. Дежурная специальная одежда коллективного пользования, которая выдается только для выполнения каких-либо работ, хранится в кладовой подразделения, за которым закреплена, и передается от смены к смене. Ответственность за сохранность дежурной спецодежды несет лицо, которому она выдается. Учет дежурной спецодежды осуществляется на карточках учета с пометкой «Дежурная». Сдача и возврат работниками спецодежды для стирки, чистки, ремонта, дезинфекции оформляется в ведомости и подписывается материально ответственным лицом о приемке специальной одежды. Возврат специальной одежды оформляется под расписку работника. При сдаче зимней (утепленной) спецодежды с наступлением теплого сезона, если на предприятии организовано централизованное хранение, также оформляется по ведомости с подписями ответственных лиц.

Налоговый учет спецодежды подразумевает собой документальное подтверждение затрат, их целесообразность и порядок переноса стоимости спецодежды на затраты. Для этого необходимо вести все поименованные выше бухгалтерские формы с обязательным указанием сроков эксплуатации, датами выдачи спецодежды работнику и передачей на склад, подписями работников и ответственных лиц. Специальная одежда со сроком полезного использования меньше 1 года переносит свою стоимость в состав материальных затрат единовременно при передаче в эксплуатацию. Для спецодежды со сроком полного использования больше 1 года для целей налогообложения действуют критерии списания амортизируемого имущества. Стоимость выдаваемой работнику спецодежды не является объектом налогообложения для исчисления НДФЛ. Спецодежда не может быть признана доходом, выплаченным в натуральной форме, потому как она выдается только на время исполнения работником трудовых обязанностей и для временного использования, оставаясь собственностью предприятия на протяжении всего срока эксплуатации.

Для подтверждения факта выдачи спецодежды именно на производственные цели, а не в качестве какого-либо вознаграждения на предприятии необходимо наличие следующих документов:

- приказа по предприятию с указанием перечня сотрудников и выполняемых ими работ, при которых производится выдача специальной одежды;
- ведомости по учету выдачи специальной одежды с оригинальными подписями сотрудников, получивших ее;

- подписанного акта о списании пришедшей в негодность спецодежды.

В случае увольнения работник, получивший специальную одежду, обязан ее вернуть предприятию, если срок носки специальной одежды еще не истек. В бухгалтерском учете данная ситуация отражается обратным перемещением спецодежды из эксплуатации на склад. На складе к учету она принимается по остаточной стоимости:

- Дт 10.10 Кт 10.11 – отражен возврат работником спецодежды по остаточной стоимости. Если же срок эксплуатации специальной одежды не истек, а увольняющийся работник не возвращает ее предприятию, остаточную стоимость необходимо удержать из заработной платы.

- Дт 73 Кт 10.11 – отражена задолженность работника на сумму остаточной стоимости невозвращенной спецодежды.

- Дт 70 Кт 73 – указанная стоимость удержана из заработной платы.

При этом по поводу возникновения объекта налогообложения для исчисления НДС и налога на прибыль необходимо получить письменные разъяснения налоговой инспекции по месту регистрации. Данные разъяснения помогут предотвратить последующие возможные штрафные санкции.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая. Федеральный закон Российской Федерации от 31 июля 1998 года №146-ФЗ.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации. Федеральный закон Российской Федерации от 30 декабря 2001 года №197-ФЗ.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 6 декабря 2011 года №402-ФЗ. «О бухгалтерском учете».
4. Илюхина Н.А., Лытнева Н.А., Боброва Е.А. Методические основы и принципы учета затрат на производство // Science, technology and life – 2014: Proceedings of the international scientific conference. – Karlovy Vary – Kirov: Международный центр научно-исследовательских проектов, 2015. – С. 455-463.
5. Илюхина Н.А. Модернизация системы управления затратами в пищевой и перерабатывающей промышленности // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2012. – №2. – С. 111-117.
6. Илюхина Н.А. Система учета в управлении затратами промышленных предприятий монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 98 с.
7. Медведкин Я.В. Бухгалтерский учет расчетов с персоналом. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 188 с.
8. Региональное управление экономикой: монография / Н.В. Парушина и др. – Воронеж: Научная книга, 2010. – 212 с.

Ермолова Татьяна Сергеевна

студентка 2 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: tatjana.ermolowa2014@yandex.ru

Научный руководитель

Илюхина Наталия Александровна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail:ilyukhina.orel@mail.ru

УДК 657.1:001.895

Жданов В.В.

**ИННОВАЦИОННЫЕ СПОСОБЫ ОРГАНИЗАЦИИ
ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

В данной статье рассмотрено определение аутсорсинга, его виды, приведены примеры. Определены преимущества и недостатки для фирмы, пользующейся услугами аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, фирма, аутсорсер-компания, услуги, бизнес-процессы

Аутсорсинг – это передача организацией некоторых производственных функций или бизнес-процессов на обслуживание сторонней компании, которая специализируется в нужной области. Но в отличие от поддержки, имеющей разовый или эпизодический характер (пришли - сделали -

ушли), на аутсорсинг передаются функции по профессиональной поддержке работоспособности отдельных систем на основе постоянного контракта (сроком от 1 года). Виды аутсорсинга представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Виды аутсорсинга

IT-аутсорсинг – в большинстве случаев – это программирование; создание сайтов; разработка и сопровождение ПО; обслуживание техники (настройка периферии: принтеры, мышки, сканеры). В том числе может касаться и разработки достаточно больших и сложных вычислительных систем, как в случае с дата-центрами. Производственный аутсорсинг – передача части функций производства сторонним производителям. Например, рекламные агентства, использующие типографии и их печатные мощности, или же винные дома, которые приобретают вина и разливают их под собственными марками.

Аутсорсинг бизнес-процессов – передача организации-исполнителю отдельного бизнес-процесса (или нескольких), который при этом не является основными. Например, бухгалтерский учет, управление персоналом, реклама, логистика, маркетинг. Аутсорсинг управления знаниями – управление теми видами процессов, которые требуют более глубокого изучения или серьезной аналитической обработки больших массивов данных, создания и управления базами знаний (БЗ), которые в последующем будут применяться для поддержки принятия решений. Данный вид аутсорсинга только начинает набирать популярность на территории США [1, 2].

Рассмотрим более подробно одно из направлений, а именно IT-отрасль. Здесь аутсорсинг подразумевает передачу на обслуживание сторонней компании информационных систем. Если говорить в общем, то для успешного ведения бизнеса на сегодняшний день вовсе не обязательно выполнять все функции компании с помощью своего штата персонала, ведь можно переложить ведение этих процессов на плечи специализированной организации. Фирма, берущая на себя «чужие» функции, называется аутсорсинговой, или аутсорсером.

Наибольшее распространение на практике получило абонентское обслуживание компьютеров. Так, заказчику предлагается полный пакет услуг, позволяющий ему не нанимать в штат системного администратора.

Комплекс обычно включает в себя следующие виды услуг:

- настройка и апгрейд аппаратной части оборудования;
- настройка и обновление ПО;
- защита сети от несанкционированного доступа извне;
- антивирусная защита;
- своевременный ремонт и замена сопровождаемого оборудования;
- резервное копирование информации (backup);
- консультирование и обучение персонала.

Из сопутствующих услуг можно отметить прокладку локальных сетей, IP-телефонию и настройку АТС, IT-аудит и консалтинг. Именно поэтому данный вид аутсорсинга часто приобретает форму обслуживания всего комплекса информационных систем предприятия-клиента.

Сегодня даже мелкие и средние компании все чаще сталкиваются с необходимостью больших вычислений. Своих мощностей не хватает, и здесь на помощь приходят дата-центры и Центры Обработки Данных. Это избавляет компанию от привлечения финансирования, решения проблем с энергоснабжением, закупки серверного оборудования и обеспечения безопасности. Также ЦОДы периодически требуют модернизации. Небольшим компаниям это просто невыгодно. Проще и дешевле заключить договор SLA с коммерческим ЦОДом и получить услуги обработки данных как сервис.

У истоков аутсорсинга в Российской Федерации стояли частные охранные предприятия, кото-

рые позволили сотням предприятий защищать свой бизнес, каким бы мелким или крупным он ни был, более качественно и более профессионально, но при этом не содержать несколько штатных охранников. Поначалу все было организовано на низком уровне. Но постепенно ниша развивалась, и все большее значение приобретал маркетинг. Специалистов по маркетингу в то время просто катастрофически не хватало, это и создало благоприятную почву для появления и становления специализированных рекламных агентств, которые были способны вести сложные проекты. Вслед за рекламными агентствами подтянулись и PR-агентства и некоторые исследовательские компании. А в теперь уже далеком 1998 году начался бум Рунета. Именно он привел к появлению не только тысяч сайтов, но и гигантского рынка услуг по их созданию и продвижению. Для многих людей это была потрясающая возможность, в результате которой появились 3 хостинг-компании (как три кита): masterhost, РТКомм.ру и Utransit (бывший Valuehost). По данным независимых исследований RUнета, на долю этих трех компаний сегодня приходится размещение более 65% российских сайтов [2, 3].

Во времена всеобщей глобализации и стремительного развития бизнес-сегмента экономики быть узкопрофильным специалистом крайне невыгодно. Это в корне неверное утверждение. Чем уже специализация компании или человека, тем выше профессионализм и глубже знания. Если некоторые сопутствующие виды деятельности представляются компании обременительными по деньгам или по каким-либо другим затратам, на помощь приходит аутсорсинг. Слово «аутсорсинг» английского происхождения, от слияния двух слов: out «внешний» и source «источник». Таким образом, аутсорсинг – это, говоря простыми словами, процесс передачи компанией части производственных или бизнес-процессов другой компании, являющейся экспертом в данной области. Делегируя процессы, не относящиеся к основному производству, но являющиеся стратегически важными для аутсорсера (компании, берущей «чужие» функции на себя), компания совершает взаимовыгодный обмен.

Стоит различать понятия разовой поддержки и аутсорсинга. Разовая поддержка имеет эпизодический характер, а с компанией-аутсорсером заключается договор на оказание аутсорсинговых услуг на определенный интервал времени. Прежде всего нежелание тратить драгоценное время на сопровождающие основную деятельность направления: программное обеспечение, бухгалтерию, техническое обслуживание. Аутсорсинг позволяет доверить ведение этих направлений профессионалам, а все силы сосредоточить на решении основных стратегических и производственных задач. При передаче вспомогательных бизнес-процессов аутсорсинговой компании, для оценки и контроля эффективности внедряют показатели KPI. Правильно подобранные метрики повышают качество взаимодействия между компаниями. Аутсорсинг позволяет компаниям фокусироваться на главном.

Преимущества и недостатки. Принимая решение о передаче некоторых функций на аутсорсинг, не стоит полагаться только лишь на опыт западных коллег. Следует брать в расчет общее состояние экономики и положение целевого рыночного сегмента. Однако нельзя быть уверенным на все сто процентов в успехе данного предприятия. Виной тому некоторые особенности, присущие аутсорсингу как развивающемуся направлению бизнеса. Главная задача аутсорсинга – вынести за рамки бизнеса непрофильные и узкоспециализированные направления деятельности. Начнем с очевидных плюсов, которые дает передача сопутствующих основной деятельности процессов на аутсорсинг. С экономической точки зрения привлечение аутсорсера позволяет фирме значительно снизить затраты. Ведь компании не придется содержать дополнительную структуру и раздувать штат [4].

Транзакционные издержки также могут снизиться. Некоторые постоянные издержки могут трансформироваться в переменные в зависимости от потребностей фирмы в конкретный период времени. С точки зрения реализации стратегических задач аутсорсинг дает возможность сконцентрировать ресурсы на основном производстве, а также улучшить операционный контроль. Кроме того, облегчается процесс внедрения новых технологических или управленческих операций. С технологической стороны аутсорсинг открывает доступ к более высоким технологиям. Если в штате нет необходимых специалистов, их можно привлечь по программе аутсорсинга. Качество обслуживания в случае привлечения аутсорсера значительно возрастает, так как сторонняя компания обязуется контролировать качество предоставляемых по контракту работ (рисунок 2).

Конечно, есть и обратная сторона медали. Обозначим основные недостатки, которые могут помешать компании достигнуть желаемой цели посредством аутсорсинга. Рост расходов. Это возможно, если компания передает слишком много процессов на аутсорсинг. Кроме того, внедрение системы аутсорсинга требует тщательного расчета расходов и сопоставления их с ожидаемым экономическим эффектом. Транзакционные издержки могут также возрасти. Не стоит исключать и возможность банкротства компании-аутсорсера. Может потеряться контроль над выполнением переданных на аутсорсинг процессов. Руководство может потерять связующую нить между управлением и бизнес-практикой. Снижается управленческая гибкость. Опасность концентрации технологических про-

цессов в одном месте. Это опять же лишает компанию гибкости в определенных бизнес-процессах. Отсутствие четкой законодательной базы аутсорсинга. Кроме того, многие компании опасаются делегировать бизнес-процессы другим лицам из-за боязни утечки информации или возможного нарушения договорных отношений. Определение валовой прибыли предприятия или что такое EBITDA и как применяется для оценки операционных результатов фирмы [5].



Рисунок 2 – Преимущества аутсорсинга

Интернет-магазины в силу специфики бизнеса часто пользуются услугами аутсорсинговых компаний: от доставки и аутсорсинга бухгалтерских услуг до передачи практически всех функций интернет-магазина под управление внешних компаний. Прародителем производственного аутсорсинга можно назвать Генри Форда. Он одним из первых понял, что ни одна фирма не может быть самодостаточной. Глава автомобильной компании стремился лично контролировать все этапы производства, но вскоре он столкнулся с непомерными затратами, уходившими на обслуживание всех направлений деятельности компании. Тогда он и обратился за помощью к независимым компаниям, взявшим на себя часть задач. Сейчас компания Ford самостоятельно производит только 30% комплектующих, остальное производство передано на аутсорсинг. Другой гигант, не понаслышке знающий о преимуществах аутсорсинга, компания ИКЕА. Собственного производства ИКЕА практически не имеет, вместо этого она сотрудничает с 2500 поставщиками, проверенными годами. Логистические функции ИКЕА также делегированы сторонней организации. ИКЕА направляет все свои ресурсы на организацию розничного бизнеса, а остальные услуги и бизнес-инфраструктура вынесены на аутсорсинг. Фирма Kodak в начале 90-х годов решила, что лидерство в сфере высоких технологий не является ее стратегической целью. Она передала все IT-направления на аутсорсинг компании IBM, которая как раз стремилась завоевать лидерство в этом сегменте. Идеальный пример взаимовыгодного аутсорсинга.

В целом аутсорсинг представляется выгодной сделкой для многих компаний, не имеющих достаточно ресурсов для тотального контроля всех этапов и процессов производства. Мировая статистика это подтверждает. Американская ассоциация менеджмента провела опрос 600 фирм. Оказалось, что 20% из них уже передали на аутсорсинг некоторые финансовые операции, а 80% – административные функции. Такая статистика дает право предполагать, что все большее количество компаний будет присматриваться к возможности использовать аутсорсинг.

Список литературы:

1. Бухгалтерский учет, анализ, аудит и налогообложение / под ред. М.В. Васильева. – М.: Студенческая наука, 2012. – 975 с.

2. Грекул В.И., Коровкина Н.Л. Организация ИТ-аутсорсинга. – 2-е изд., испр. – М.: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. – 200 с.
3. Илюхина Н.А. Модернизация системы управления затратами в пищевой и перерабатывающей промышленности // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2012. – №2. – С. 111-117.
4. Илюхина Н.А. Система учета в управлении затратами промышленных предприятий монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 98 с.
5. Россия в мировых экономических процессах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237216>.

Жданов Виталий Вячеславович
студент 2 курса факультета бизнеса и рекламы
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: witos112@gmail.com

Научный руководитель
Илюхина Наталия Александровна
к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: ilyukhina.orel@mail.ru

УДК 657.44

Кравцова О.В., Илюхина Н.А.

ОРГАНИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО УЧЕТА ПРОЧИХ РАСХОДОВ, СВЯЗАННЫХ С ПРОИЗВОДСТВОМ И РЕАЛИЗАЦИЕЙ

Постоянные реформы в области экономики и политики, происходящие в нашей стране, а также изменения правовых отношений между органами власти и хозяйствующими субъектами, процесс интегрирования экономики Российской Федерации – все это требует проведения адекватной налоговой политики, которая, в свою очередь, представляет собой сложный многоплановый комплекс, включающий в себя различные функции по построению эффективной, справедливой и стабильной налоговой системы. В связи с этим перед любой организацией возникает необходимость в создании налогового учета и контроля правильности его осуществления.

Ключевые слова: бухгалтерский, налоговый учет, амортизация, учет расходов организации, прочие расходы.

Процесс доходов и расходов крайне важен для любой организации. При грамотном ведении учета расходов можно избежать ряда ошибок в ведении учетной политики. Неверное отнесение расходов организации по статьям может дать неверные показатели в бухгалтерской отчетности, за что предусмотрена ответственность. Так, например, искажение любой строки в форме бухгалтерской отчетности не мене чем на 10 процентов карается штрафом. В налоговом учете порядок признания расходов представляет большой интерес. Порой шибки, допущенные в учете затрат предприятия, дорого ему обходятся. И постоянно вносимые изменения в главу №25 Налогового кодекса Российской Федерации еще больше осложняют ситуацию. Ошибки, допущенные в налоговом учете расходов, чреваты штрафами. Если налогоплательщик не полностью уплатил или вовсе не уплатил налог в результате занижения налоговой базы либо неправильно исчислил налог, то это обернется штрафом в размере 20% от неуплаченной суммы налога (п.1 ст. 122 НК РФ) [1].

Если же обнаружится, что действия были умышленными, то штраф будет исчисляться в размере 40% от неуплаченной суммы налога. Поэтому крайне важно знать все тонкости учета расходов не только для целей бухгалтерского учета, но и для целей налогового учета. После введения налогового учета в организациях возникает проблема распределения производственных расходов на прямые и косвенные. Для налогоплательщика процесс распределения расходов по налоговым группам крайне важен, так как он связан с формированием налоговой базы по налогу на прибыль. Распределение прямых расходов отчетного периода между остатками незавершенного производства, готовой продукцией на складе, отгруженной, но нереализованной и реализованной продукцией, – все это важно для формирования суммы прямых затрат, учитываемых для целей налогообложения.

Расход – это показатель, на который организация может уменьшить свой доход. Однако не все

расходы организации уменьшают полученные доходы. Существует перечень расходов, которые не принимаются для целей налогообложения. Данный перечень указан в ст. 270 Налогового кодекса Российской Федерации. Для того чтобы расходы можно было принять к учету, они должны соответствовать требованиям, которые установлены пунктом 1 статьи 252 Налогового кодекса Российской Федерации [1]. Перечень требований, которым должны отвечать производственные расходы: расходы должны быть обоснованы; любые расходы должны иметь документальное подтверждение; расходы должны быть произведены для деятельности, направленной на получение дохода. Данные требования являются обязательными при учете производственных расходов в целях уменьшения доходов организации. Если расход организации не соответствует одному из требований, содержащихся в п. 1 ст. 252 НК РФ, то такой расход не учитывается для целей налогообложения.

Экономически оправданные затраты являются обоснованными расходами, оценка которых выражена в денежной форме (абз. 3 п. 1 ст. 252 НК РФ). Для того чтобы расходы можно было принять к учету, их необходимо документально подтвердить. Согласно статье 252 НК РФ, расходы можно подтвердить теми документами, которые оформлены в соответствии с требованиями и которые издает правительство Российской Федерации. Если расходы организации не следуют из договоров с контрагентами, то такие расходы, как правило, оформляются с помощью внутренних распорядительных документов. Для того чтобы организация могла принять к учету расходы, ей не нужно одновременно получать доход, чтобы расходы осуществлялись в рамках деятельности, по которой предполагается получение доходов [2]. Так же, как и доходы, расходы организации подразделяются на группы (рисунок 1).



Рисунок 1 – Классификация расходов организации

К расходам, связанным с производством и реализацией, относятся:

- расходы, понесенные на изготовление (производство), хранение, доставку товаров, выполнение работ, оказание услуг;
- расходы по содержанию, эксплуатации, ремонту и техническому обслуживанию основных средств и иного имущества, а также на поддержание их в исправном состоянии;
- расходы на освоение природных ресурсов;
- расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки;
- расходы на обязательное и добровольное страхование;
- прочие расходы.

На основании статьи 253 Налогового кодекса Российской Федерации все расходы, связанные с производством и реализацией, подразделяются на четыре вида:

- материальные расходы;
- расходы на оплату труда;
- суммы начисленной амортизации;
- прочие расходы.

В свою очередь, основной перечень материальных расходов приведен в статье 254 НК РФ и является открытым. Это означает, что в состав материальных расходов может быть отнесен любой вид затрат, отвечающих требованиям п. 1 ст. 252 НК РФ и непосредственно связанных с технологическими особенностями производственного процесса. Так, например, материальными расходами являются:

- затраты на сырье, материалы, используемые в производстве;
- затраты на упаковку выпускаемой продукции;
- затраты, понесенные в связи с приобретением спецодежды, инвентаря и другого немор-

тизируемого имущества;

- затраты на топливно-энергетические ресурсы предприятия;
- затраты по приобретению услуг и работ производственного характера;
- потери от недостачи, порчи, хранения и транспортировки;
- технологические потери при производстве и другие расходы.

Размер материальных расходов для списания сырья и материалов в производство определяется, исходя из методов оценки, разработанных в учетной политике организации. Исходя из п. 8 ст. 254 НК РФ, организацией может быть выбран один из следующих методов.

- Метод оценки по стоимости единицы запасов.
- Метод оценки по средней стоимости.
- Метод оценки по стоимости первых по времени приобретений.

Порядок применения методов оценки производственных запасов не раскрыт в НК РФ. Однако данные методы схожи методами оценки, которые, в свою очередь, применяются в бухгалтерском учете. Их описание содержится в п.п. 16-19 Положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 (утв. Приказом Минфина России от 09.06.2001 №44н), п.п. 73-76 Методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов (утв. Приказом Минфина России от 28.12.2001 №119н). К расходам на оплату труда относятся всевозможные начисления в натуральной или денежной форме в пользу работника, если такие предусмотрены законодательством РФ; трудовым либо гражданско-правовым договором [3]. Данные начисления могут носить как стимулирующий, так и компенсационный характер, а также начисления могут быть связаны с содержанием работников. Поэтому предприятие, основываясь на перечне расходов, указанных в ст. 255 НК РФ, может принять к расходам на оплату труда любые затраты, предусмотренные трудовым либо гражданско-правовым договором. Но и из этого правила есть исключения. В статье 270 НК РФ перечислены те расходы, которые запрещено принимать к учету по налогу на прибыль.

В состав расходов, связанных с производством и реализацией, также входят суммы начисленной амортизации. Суть амортизации заключается в том, чтобы полная стоимость имущества, которое использует организация в своем производственном процессе, списывалась на расходы данной организации постепенно [4]. Имущество, стоимость которого списывается постепенно, то есть через амортизацию, должно отвечать следующим критериям:

- 1) имущество принадлежит предприятию на праве собственности (если иное не предусмотрено гл. 25 НК РФ);
- 2) имущество используется для получения дохода;
- 3) его первоначальная стоимость превышает 100 000 тыс. руб.; срок его полезного использования превышает 12 месяцев (п. 1 ст. 256 НК РФ).

По общему правилу амортизационные отчисления должны исчисляться и включаться в расходы предприятия ежемесячно, их размер зависит:

- 1) от срока полезного использования амортизируемого имущества;
- 2) от стоимости данного имущества;
- 3) от метода, по которому начисляется амортизация (линейного или нелинейного).

Затраты, связанные с производственным процессом и реализацией, но не включенные в состав расходов, перечисленных в статьях 254-259 НК РФ, относят к прочим расходам. К ним относятся:

- 1) расходы на ремонт основных средств предприятия;
- 2) арендные, лизинговые платежи;
- 3) расходы на юридические, консультационные и аудиторские услуги;
- 4) расходы по освоению природных ресурсов;
- 5) расходы по сертификации продукции, услуг, а также декларированию соответствия с участием третьей стороны.

Более полный перечень прочих расходов, связанных с производством и реализацией, представлен в Статье 264 НК РФ. Поскольку перечень прочих расходов является открытым, то любая организация может принять к учету те расходы, которые не перечислены в данном перечне. Главное, чтобы подобные расходы отвечали требованиям, предусмотренными п. 1 ст. 252 НК РФ. То есть такие расходы должны быть документально подтверждены, иметь производственный характер, направленный на получение дохода организацией. Для того чтобы за отчетный период организация могла рассчитать прибыль, необходимо точно знать, какие доходы и расходы она может признать в том или ином налоговом периоде, а какие не может.

Даты, на которые признаются доходы и расходы организации для целей налогообложения, определяются двумя методами. Это метод начисления и кассовый метод. Право на выбор того или ино-

го метода начисления доходов и расходов остается за организацией. Однако в отличие от метода начисления, кассовый метод могут использовать не все организации. Порядок применения кассового метода учета доходов и расходов организации при исчислении налога на прибыль установлен в п. 1 ст. 273 НК РФ. Организация имеет право использовать кассовый метод, если в среднем за предыдущие четыре квартала сумма выручки от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС не превысила 1 млн руб. за каждый квартал. При этом не могут применять кассовый метод следующие организации:

- банки;
- кредитные потребительские кооперативы;
- микрофинансовые организации;
- организации, признаваемые контролирующими лицами контролируемых иностранных компаний;
- организации, владеющие лицензиями на пользование участком недр, в границах которого расположено новое морское месторождение углеводородного сырья либо в границах которого предполагается осуществлять поиск, оценку и (или) разведку нового морского месторождения углеводородного сырья; а также организации, являющиеся операторами нового морского месторождения углеводородного сырья.

Кроме того, кассовый метод не имеют права использовать организации, заключившие договор простого, договор доверительного управления имуществом или товарищества либо договор инвестиционного товарищества (п. 4 ст. 273 НК РФ). В организации, использующей кассовый метод, расходы признаются после их фактической оплаты. При этом оплатой товара, услуг, работ считается прекращение покупателем встречного обязательства перед продавцом. Для предприятия, выступающего в роли покупателя, это означает, что аванс, уплаченный поставщику, не признается расходом. Моментом признания расходов в этой ситуации будет являться дата отгрузки товара, оказания услуг, выполнения работ либо передача имущественных прав. Кроме того, в статье 273 НК РФ для отдельных видов расходов устанавливаются особенности признания. Если же организация использует метод начисления, то доходы такой организации признаются в том периоде, в котором они имели место вне зависимости от даты поступления денежных средств, иного имущества либо имущественных прав. А расходы организации, использующей подобный метод начисления, признаются в том отчетном периоде, в котором они возникли, исходя из условий сделки.

Если же связь между расходами и доходами предприятия не может быть определена четко косвенным путем, то такие расходы налогоплательщик распределяет самостоятельно [4]. При использовании того или иного метода у организации в любой момент может возникнуть вопрос: когда следует признавать доход или расход. Так, например, могут возникнуть сложности с принятием к учету внереализационного дохода, возникшего в случае истечения срока давности по кредиторской задолженности. Из письма Федеральной налоговой службы Российской Федерации от 08.12.2014 №ГД-4-3/25307@ и письма Минфина РФ от 12.09.2014 №03-03-РЗ/45767 можно сделать вывод, что доход возникает в последний день отчетного периода, в котором закончился срок исковой давности. Но некоторые специалисты считают, что получившийся доход необходимо принять к учету в том периоде, когда руководителем предприятия был подписан приказ о списании данной задолженности.

Во избежание спорных ситуаций необходимо закрепить порядок признания того или иного дохода в ученой политике. Независимо от того, какова сфера деятельности организации, в процессе её деятельности постоянно происходит формирование ее доходов и расходов. Именно эти аспекты деятельности крайне важны для всех заинтересованных сторон: собственников, сотрудников организации, государства. Так, например, грамотное планирование и функционирование предприятия позволяет всем участникам производственной деятельности достичь своей цели, которая, в первую очередь, заключается в получении прибыли. Функционирование любой организации невозможно без получения доходов и совершения расходов. Привлекая средства, организация несет расходы, а также передавая в пользование товары, оказывая услуги, организация получает доходы. Систему, которая обобщает информацию о доходах и расходах организации для определения базы по налогу на прибыль, называют налоговым учетом. Каждая организация самостоятельно выбирает свою систему налогового учета для целей налогообложения, которая закрепляется соответствующим приказом в учетной политике. Если предприятие выбирает определение доходов и расходов по методу начисления, то расходы на производство и реализацию товаров (услуг), осуществленные в рамках отчетного периода, подразделяются на прямые и косвенные. В свою очередь, прямые расходы относятся к расходам текущего периода по мере реализации товаров, услуг, в стоимость которых они включены. Однако многие организации несут расходы, которые нельзя включить в стоимость конкретного вида товаров, оказания одного вида услуг, поэтому подобные затраты распределяются по всем видам продукции. И такие расходы организации называются косвенными.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая). Федеральный закон Российской Федерации от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 05.04.2016, с изм. от 12.04.2016).
2. Гончаренко Л.И. Налоги и налоговая система Российской Федерации. Учебник и практикум для академического бакалавриата: учеб. пособие. – М.: Юрайт, 2016. – 512 с.
3. Илюхина Н.А., Соболева С.А. Порядок отражения отдельных операций в налоговом учете коммерческой организации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №1. – С. 179-182.
4. Илюхина Н.А. Приоритетные направления развития национальной учетной системы в условиях модернизации российской экономики // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – №17. – С. 50-55.
5. Черник Д.Г. Налоги и налогообложение: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 415 с.

Кравцова Ольга Викторовна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: o.kravtsova@mail.ru*

Илюхина Наталия Александровна

*к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: ilyukhina.orel@mail.ru*

УДК 657.282

Свистунова М.А., Сопова О.А., Сорокина Т.В.

**РАСЧЕТНЫЕ ОПЕРАЦИИ С ПОДОТЧЕТНЫМИ ЛИЦАМИ: УЧЕТ, ФОРМИРОВАНИЕ
ОТЧЕТНОСТИ И УСЛОВИЯ ПОГАШЕНИЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ**

В статье обоснована необходимость грамотной организации бухгалтерского и налогового учета расчетов с подотчетными лицами, повышения качества формирования отчетных показателей и проведения мониторинга расчетных операций с позиций предупреждения возникновения дебиторской и кредиторской задолженности.

Ключевые слова: подотчетные лица, мониторинг, отчетность, расчеты, учет.

Расчетные операции являются основным разделом организации бухгалтерского учета предприятия. От правильного и грамотного ведения учета зависит достоверность формирования показателей бухгалтерской отчетности и своевременность погашения задолженности подотчетных лиц. Организация внутреннего контроля расчетных операций с подотчетными лицами должна стать эффективным инструментом управления финансово-хозяйственной деятельностью, мониторинга финансовых операций, прогнозирования платежеспособности.

В соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкцией по его применению (приказ Минфина РФ от 31.10.2000 г. №94н) учет расчетов с подотчетными лицами ведется на синтетическом активно-пассивном счете 71 «Расчеты с подотчетными лицами», сальдо которого отражает сумму задолженности подотчетных лиц организации (дебетовое) или сумму невозмещаемого работнику перерасхода (кредитовое).

По дебету счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами» фиксируются полученные в подотчет или в счет компенсации производственных расходов денежные средства обычно в корреспонденции со счетом 50 «Касса». В этом случае погашается задолженность организации перед работником или такой проводкой может отражаться возникновение дебиторской задолженности подотчетного лица по выданной, но еще не израсходованной сумме.

По кредиту счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в исследуемой организации отражаются направления расходования подотчетных сумм в корреспонденции с соответствующими счетами, при этом возникает задолженность работнику или погашается его задолженность перед организацией по ранее выданным авансам.

Подотчетные суммы, не возвращенные работниками в установленные сроки, отражаются по дебету счета 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей». В дальнейшем эти суммы списываются со счета 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей» в дебет счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», если они могут быть удержаны из заработной платы работника, или счета 73 «Расчеты с пер-

соналом по прочим операциям», когда удержания не могут быть произведены.

Корреспонденция счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами» и документальное обоснование соответствующих расходов в соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета и инструкцией по его применению приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Корреспонденции счетов по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета и инструкцией по его применению

Содержание хозяйственной операции	Корреспонденция счетов		Наименование первичного документа
	дебет	кредит	
Выдано под отчет работникам организации на хозяйственные и командировочные расходы	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	50 «Касса»	Отчет кассира, расходный кассовый ордер
Оприходованы приобретенные подотчетным лицом товары, материалы	10 «Материалы», 41 «Товары»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	Авансовый отчет, кассовые чеки, товарные чеки, счет-фактура, приходный ордер
Учен налог на добавленную стоимость	19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	Авансовый отчет, кассовые чеки, товарные чеки, счет-фактура, приходный ордер
Оприходовано оборудование к установке	07 «Оборудование к установке»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	Авансовый отчет, кассовые, товарные чеки, счет-фактура, приходный ордер
Оприходованы оплаченные подотчетным лицом расходы, относящиеся к вложениям во внеоборотные активы	08 «Вложения во внеоборотные активы»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	Авансовый отчет, кассовые чеки, товарные чеки, счет-фактура, приходный ордер, накладные
Списаны хозяйственные и командировочные расходы	20, 23, 25, 26, 28, 29, 44	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	Авансовый отчет, кассовые чеки, путевой лист, акты
Сданы в кассу неиспользованные суммы, полученные на хозяйственные и командировочные расходы	50 «Касса»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	Отчет кассира, приходный кассовый ордер
Удержанные не погашенные в установленные сроки задолженности по полученным подотчетными лицами авансам	70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	Расчетно-платежная ведомость, лицевой счет, авансовые отчеты
Списаны не возвращенные в установленные сроки задолженности по полученным подотчетными лицами авансам	94 «Недостачи и потери от порчи ценностей»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	Приказ руководителя, справка бухгалтерии

К примеру, в рабочем плане счетов ООО «Продмаш» для учета расчетов с подотчетными лицами предназначен счет 71 «Расчеты с подотчетными лицами» и аналитический счет 71/1 «Расчеты с подотчетными лицами (в рублях)».

Учет подотчетных сумм в ООО «Продмаш» в течение каждого месяца календарного года осуществляется в разрезе каждого работника организации и каждой хозяйственной операции в карточке по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами». Записи в карточке аналитического учета осуществляются с использованием компьютерной программы «1С Бухгалтерия» за каждый месяц отчетного года, в том числе в разрезе аналитического счета и сотрудников. Карточка аналитического учета по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» представляет собой совмещенный регистр аналитического и синтетического учета, который сочетает в себе синтетический и аналитический учет с линейной формой записи. Каждой хозяйственной операции отводится в ведомости одна строка. Хозяйственная операция отражает движение денежных средств через подотчетных лиц. Записи, отражающие операции с данным подотчетным лицом по мере выдачи подотчетных сумм, предоставления авансового отчета, сдачи неиспользованных средств в кассу, получения денег в погашение перерасхода, производятся в разрезе конкретной хозяйственной операции, документа с указанием каждого подотчетного лица. Основанием для заполнения данного регистра являются расходные и приходные кассовые ордера – при выдаче средств подотчет и возврате их в кассу, а также авансовые отчеты при списании израсходованных сумм.

В дополнение к карточке счета составляется оборотно-сальдовая ведомость по подотчетным лицам за каждый месяц. Оборотно-сальдовая ведомость является регистром аналитического учета по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в разрезе сотрудников организации. В оборотно-сальдовой ведомости отражаются остатки по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» на начало и конец месяца, а также обороты по счету за месяц по каждому подотчетному лицу. Дебетовые обороты отражают сумму выданных под отчет денежных средств, а кредитовые обороты – сумму израсходованных денежных средств. Оборотно-сальдовая ведомость может формироваться по субконто (по сотрудникам) (таблица 2).

Таким образом, по данным таблицы видно, что на 01.01.2016 г. счет 71/1 «Расчеты с подотчетными лицами (в рублях)» имеет дебетовое сальдо, что свидетельствует о наличии задолженности подотчетного лица перед организацией в сумме 213399,23 руб.

На основании карточки аналитического учета по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в компьютерной программе «1С Бухгалтерия» формируется журнал-ордер и ведомость по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами». Журнал-ордер и ведомость по счету отражают сальдо по счету, суммы оборотов по корреспондирующим со счетом 71 «Расчеты с подотчетными лицами» счетам. Журнал-ордер и ведомость формируются за каждый день отчетного месяца, например, за каждый день декабря 2015 года с 01.12.2015 г по 31.12.2015 г.

Также в компьютерной программе можно сформировать анализ счета за конкретный месяц. Анализ счета отражает сальдо на начало и конец месяца и обороты по корреспондирующим счетам в разрезе субсчетов по субконто сотрудники. Этот регистр бухгалтерского учета является сводным и обобщенно отражает корреспонденцию счетов за календарный месяц отчетного года.

Таблица 2 – Сальдо и обороты по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в ООО «Продмаш» за декабрь 2015 г. по сотрудникам на основании данных оборотно-сальдовой ведомости по счету 71/1 «Расчеты с подотчетными лицами (в рублях)»

Сотрудник	Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
	дебет	кредит	дебет	кредит	дебет	кредит
Егорова В.И.	19353,70	-	-	1980,00	17373,70	-
Калинкина С.А.	127761,22	-	7557,61	5975,00	129343,83	-
Лысенкова Ю.Н.	-	0,46	-	-	-	0,46
Михайлов Г.Г.	10248,94	-	-	-	10248,94	-
Новиков А.Н.	52941,07	-	-	-	52941,07	-
Пилюгин А.А.	4498,75	-	1000,00	2000,00	3498,75	-
Юркова Т.М.	-	3,59	-	-	-	3,59
Яндиев А.М.	-	3,01	-	-	-	3,01
ИТОГО РАЗВЕРНУТОЕ	214803,68	7,06	-	-	213406,29	7,06
ИТОГО	214796,62	-	8557,61	9955,00	213399,23	-

Также в компьютерной программе можно сформировать анализ счета за конкретный месяц. Анализ счета отражает сальдо на начало и конец месяца и обороты по корреспондирующим счетам в разрезе субсчетов по субконто сотрудники. Этот регистр бухгалтерского учета является сводным и обобщенно отражает корреспонденцию счетов за календарный месяц отчетного года.

В программе «1С Бухгалтерия» формируются обороты по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» за каждый месяц отчетного года, а также в целом за отчетный год с целью прослеживания хозяйственных операций, отраженных на счетах бухгалтерского учета. На основании представленных авансовых отчетов за 2015 г., в целом по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в бухгалтерском учете были произведены записи, которые сгруппированы в таблице 3.

Таблица 3 – Синтетический учет расчетов с подотчетными лицами за 2015 год в ООО «Продмаш»

Содержание операции	Корреспонденция счетов		Сумма, руб.
	дебет	кредит	
1	2	3	4
Сальдо на 01.01.2015 г.	78457,13		
Отражены различные расходы основного производства, произведенные через подотчетных лиц наличными денежными средствами	20 «Основное производство»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	18118,80

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4
Отражены различные управленческие расходы, произведенные через подотчетных лиц наличными денежными средствами	26 «Общехозяйственные расходы»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	177338,59
Оплачено поставщикам через подотчетных лиц	60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	121771,98
Отражен возврат денежных средств в кассу	50 «Касса»	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	220262,20
Итого по кредиту счета			537491,57
Выданы из кассы денежные средства подотчет	71 «Расчеты с подотчетными лицами»	50 «Касса»	672433,67
Итого по дебету счета			672433,67
Сальдо на 31.12.2015 г.	213399,23		

Таким образом, дебетовый оборот по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами в рублях» за 2015 год составил 672433,67 рублей, кредитовый оборот по данным таблицы 3 составил 537491,57 рублей. Изменение задолженности по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» за 2015 год приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Изменение задолженности по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в ООО «Продмаш» за 2015 год

Наименование показателя	Сумма, руб.
Сальдо на 01.01.2015 года	
Дебетовое сальдо	78457,13
Кредитовое сальдо	-
Обороты за месяц	
Дебетовый оборот	672433,67
Кредитовый оборот	537491,57
Сальдо на 31.12.2015 года	
Дебетовое сальдо	213399,23
Кредитовое сальдо	-

Таким образом, можно констатировать несоблюдение расчетной дисциплины по подотчетным суммам в ООО «Продмаш» за 2015 год, так как у организации имеется значительная дебиторская задолженность по подотчетным суммам на начало года в сумме 78457,13 руб. и дебиторская задолженность на конец исследуемого периода в сумме 213399,23 руб.

Обороты по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в программе «1С Бухгалтерия» заменяют Главную книгу организации. Главная книга ведется по принципу оборотно-сальдовой ведомости, в ней приводится расшифровка сальдо по счету, дебетовых и кредитовых оборотов счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами» и прочих счетов бухгалтерского учета. Главная книга формируется также с использованием программы «1С Бухгалтерия». Главная книга составляется за отчетный месяц и нарастающим итогом с начала отчетного года.

Если организация применяет журнально-ордерную форму счетоводства, то расчеты с подотчетными лицами ведутся в журнале-ордере №7 по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами». В конце каждого месяца суммы журнала-ордера по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» переносятся в Главную книгу. Главная книга ведется по дебетовому признаку, в ней приводится расшифровка дебетовых оборотов счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами» в корреспонденции с кредитом счета 50 «Касса». Кредитовые обороты счета приводятся в главной книге общей суммой. Следовательно, для сверки оборотов необходимо набирать обороты по всем корреспондирующим с кредитом счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами» счетам. При журнально-ордерной форме счетоводства аналитический учет подотчетных сумм может вестись в разрезе каждого работника в отдельной аналитической ведомости или в журнале-ордере №7 по счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами». Основанием для заполнения ведомости или журнала-ордера являются авансовые отчеты подотчетных лиц, приходные и расходные кассовые ордера.

Организация ООО «Продмаш» ведет налоговый учет расчетов с подотчетными лицами.

В соответствии с ст. 313 НК РФ организации исчисляют налоговую базу по итогам каждого

отчетного (налогового) периода на основе данных налогового учета. Налоговый учет – система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на прибыль на основе данных первичных документов, сгруппированных в определенном порядке. Налоговый учет осуществляется в целях формирования полной и достоверной информации о порядке учета для целей налогообложения хозяйственных операций, а также обеспечения информацией внутренних и внешних пользователей для контроля за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью исчисления и уплаты в бюджет налога на прибыль.

Для ведения налогового учета организация вправе самостоятельно дополнять применяемые регистры бухгалтерского учета дополнительными реквизитами, формируя тем самым регистры налогового учета, либо вести самостоятельные регистры налогового учета. Налоговый учет в организации взаимосвязан с бухгалтерским учетом и организован таким образом, что позволяет проконтролировать порядок формирования показателей налоговой декларации по налогу на прибыль.

Принцип ведения налогового учета во взаимосвязи с данными бухгалтерского учета расчетов с подотчетными лицами заключается в следующем.

Для ведения налогового учета используется компьютерная программа «1С Бухгалтерия». Однако в программе выделяется отдельный модуль для формирования регистров налогового учета, который основан на отборе налоговых показателей. При этом в каждом налоговом регистре будет присутствовать запись «Отбор: вид учета = Налоговый учет (НУ)».

К примеру, одновременно с формированием оборотно-сальдовой ведомости по счетам 20 «Основное производство» и 26 «Общехозяйственные расходы» одновременно программа «1С Бухгалтерия» формирует оборотно-сальдовую ведомость по счетам 20 «Основное производство» и 26 «Общехозяйственные расходы» (налоговый), в которой отражаются только расходы, принимаемые в целях налогообложения налогом на прибыль.

Причем, в главе 25 Налогового кодекса РФ четко указано, в каком случае можно признать расходы в целях налогообложения налогом на прибыль. Расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты (п.1 ст. 252 НК РФ). Под обоснованными расходами понимаются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме. Под документально подтвержденными расходами понимаются затраты, подтвержденные документами, оформленными в соответствии с законодательством Российской Федерации, и (или) документами, косвенно подтверждающими произведенные расходы (в том числе таможенной декларацией, приказом о командировке, проездными документами, отчетом о выполненной работе в соответствии с договором). Расходами признаются затраты при условии, что они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

В целях налогообложения хозяйственные и командировочные расходы в ООО «Продмаш» учитываются по методу начисления. Расходы признаются таковыми в том отчетном (налоговом) периоде, к которому они относятся, независимо от времени фактической выплаты денежных средств и (или) иной формы их оплаты (п. 1 ст. 272 НК РФ). При этом датой осуществления материальных расходов признается (п. 2 ст. 272 НК РФ):

- дата передачи в производство сырья и материалов – в части сырья и материалов, приходящихся на произведенные товары (работы, услуги);
- дата подписания налогоплательщиком акта приемки-передачи услуг (работ) – для услуг (работ) производственного характера.

Для командировочных и прочих расходов датой признания расходов является дата утверждения авансового отчета – для расходов: на командировки; на содержание служебного транспорта; на представительские расходы; на иные подобные расходы (п. 5 ст. 272 НК РФ).

К примеру, нам известно, что командировочные расходы всегда отражаются в учете с использованием счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами». Таким образом, сумма, командировочных расходов, принимаемая в целях налогообложения налогом на прибыль, будет являться элементом расходов основного производства или управленческих расходов, принимаемым в налоговом учете. Аналогично в составе расходов отражаются другие виды затрат, исходя из соблюдения принципов их отражения в налоговом учете (расходы по ремонту основных средств, материальные расходы, нотариальные расходы).

Расходы, совершенные через подотчетных лиц, как правило, в налоговом учете включаются в состав прочих расходов, связанных с производством и реализацией, на основании ст. 264 главы 25 НК РФ. При этом те расходы, которые не учитываются в целях налогообложения налогом на прибыль, в программе сортируются как НЕ – доходы и расходы, не учитываемые в целях налогообложения. Сортировка осуществляется по данным отчетного квартала при составлении налоговой деклара-

ции по налогу на прибыль. Для этого составляется оборотно-сальдовая ведомость (налоговый учет) за квартал. Детальная расшифровка расходов, произведенных через подотчетных лиц, в составе прочих расходов в налоговом учете (в частности командировочных расходов) приводится в расчете облагаемой базы по налогу на прибыль, который предназначен непосредственно для составления налоговой декларации по налогу на прибыль.

Таким образом, исследование бухгалтерского и налогового учета расчетов с подотчетными лицами показало, что учет ведется в ООО «Продмаш» с использованием специализированной компьютерной программы «1С Бухгалтерия».

Вместе с тем имеются существенные нарушения, влияющие на достоверность и законность ведения бухгалтерского и налогового учета, возможное искажение налоговых показателей.

Таким образом, контроль организации учета, формирования показателей отчетности и погашения задолженности по подотчетным суммам является действенным элементом системы управления и мониторинга финансово-хозяйственной деятельности организации.

Список литературы:

1. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Модели экономического анализа в управлении прибылью коммерческих организаций в условиях развития региональной экономики // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №1. – С. 121-127.
2. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А., Акимов Н.В. Управление капиталом: современные концепции методологии учетного обеспечения: монография. – Орел: Изд-во ОрелГАУ, 2009. – 240 с.
3. Парушина Н.В. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности // Бухгалтерский учет. – 2002. – №4. – С. 23-27.
4. Парушина Н.В. Анализ финансовых результатов по данным бухгалтерской отчетности // Бухгалтерский учет. – 2002. – №5. – С. 68-72.
5. Парушина Н.В. Использование пояснительной информации в управлении и прогнозировании деятельности организаций // Аудитор. – 2009. – №10. – С. 13-25.
6. Парушина Н.В. Теория и практика управления интегрированными образованиями // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4 (6). – С. 16-23.
7. Парушина Н.В., Кыштымова Е.А. Аудит: основы аудита, технология и методика проведения аудиторских проверок: учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. – 560 с.
8. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов и фонда заработной платы организации // Аудитор. – 2012. – №9. – С. 30-35.
9. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Система показателей экономики труда в управлении кадровым потенциалом организации // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2012. – Т.35. – №2. – С. 131-135.
10. Парушина Н.В., Сучкова Н.А., Губина О.В. Концепция профессиональной подготовки кадров для инновационной экономики на основе современных информационно-аналитических технологий, алгоритмов, методик и программ // Фундаментальные исследования. – 2013. – №10-5. – С. 1112-1116.
11. Парушина Н.В., Сучкова Н.А., Деминова С.В. Мониторинг системы показателей эффективности как инструмент принятия управленческих решений // Вопросы экономики и права. – 2012. – №46. – С. 90-94.

Свиштунова Мария Александровна

*студентка 5 курса факультета экономики и управления
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: marietta.sv@yandex.ru*

Сопова Ольга Алексеевна

*студентка 5 курса факультета экономики и управления
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: olg-ryzhik@yandex.ru*

Сорина Татьяна Владимировна

*студентка 5 курса факультета экономики и управления
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: parushinan@mail.ru*

Научный руководитель

Парушина Наталья Валерьевна

*д.э.н., профессор, заведующая кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: parushinan@mail.ru*

Сучкова Н.А., Деминова С.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

В современных условиях функционирования организаций существует необходимость систематического проведения статистической оценки финансовых показателей. Основной задачей исследования является разработка теоретико-методических положений и практических рекомендаций по совершенствованию методики и организации статистической оценки финансового состояния в рамках инвестиционной деятельности. Основным применяемым методом оценки будет служить метод расчета финансовых коэффициентов.

Ключевые слова: статистика, финансовое состояние, инвестиционная деятельность, рентабельность, деловая активность.

Статистика финансов включает процесс исследования финансового состояния организации. Необходимым условием успешного функционирования организаций является активное осуществление ими инвестиционной деятельности. Это связано с тем, что для расширения текущей деятельности организация должна быть обеспечена финансовыми ресурсами и регулярно инвестировать средства в свое развитие.

Следует отметить, что методика проведения оценки финансового состояния организаций описывается современными экономистами различно. С одной стороны, методика оценки финансового состояния экономического субъекта должна учитывать не только внутренние перемещения активов и капитала организации, но и ее отраслевую принадлежность и специфику деятельности внутри отрасли, для чего им предполагается использование дискриминантного анализа. С другой стороны, помимо текущего финансового состояния, считается необходимым проведение оценки кредитоспособности и степени развития организации.

Актуальность данной темы определяется тем, что, являясь важнейшим разделом статистики, оценка финансового состояния предполагает комплексное рассмотрение вопросов наличия, размещения и эффективности использования финансовых ресурсов, обеспечивающих улучшение их использования и повышение уровня платежеспособности организации.

Текущая и инвестиционная деятельность тесно взаимосвязаны между собой. Так, создаваемые текущей деятельностью организации денежные потоки могут быть использованы для ее модернизации и развития, переходя в инвестиционную деятельность.

В действительности текущая деятельность часто поддерживается за счет инвестиционной деятельности, что обеспечивает выживание многих предприятий в нестабильной экономической среде (как правило, не выделяются средства на капитальные вложения).

Вместе с тем, в настоящее время в работах современных экономистов отсутствует общий подход к составу инвестиционной деятельности. В наибольшей степени эта проблема касается отношения долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений к определенному виду деятельности организаций.

Анализируя поток денежных средств по основным направлениям деятельности предприятия, экономисты включают операции, связанные с финансовыми вложениями, в финансовую деятельность, полагая, что инвестиционная деятельность, как правило, рассматривает реальные инвестиции и речь идет о приобретении или реализации основных средств и нематериальных активов, строительстве новых предприятий, внедрении новой техники, новых технологий и т.п.

Денежный поток в рамках инвестиционной деятельности с некоторыми условностями и допущениями можно представить включающим следующие поступления (приток) и выплаты (отток) денежных средств в соответствии с основными доступными для пользователей источниками их информации (таблица 1).

Таблица 1 – Денежные потоки коммерческих организаций по инвестиционной деятельности

Поступления (приток) денежных средств		Выплаты (отток) денежных средств	
Показатель	По данным бухгалтерской отчетности	Показатель	По данным бухгалтерской отчетности
Приобретение основных средств, доходных вложений в материальные ценности, нематериальных активов и прочих внеоборотных активов	Бухгалтерский баланс: - стр. 1150 «Основные средства» - стр. 1160 «Доходные вложения в материальные ценности» - стр. 1110 «Нематериальные активы» - стр. 1120 «Результаты исследований и разработок» - стр. 1130 «Нематериальные поисковые активы» - 1140 «Материальные поисковые активы» - стр. 1190 «Прочие внеоборотные активы»	Расходы на приобретение основных средств, доходных вложений в материальные ценности, нематериальных активов и прочих внеоборотных активов	Бухгалтерский баланс: - стр. 1160 «Доходные вложения в материальные ценности» - стр. 1110 «Нематериальные активы» - стр. 1120 «Результаты исследований и разработок» - стр. 1130 «Нематериальные поисковые активы» - 1140 «Материальные поисковые активы» - стр. 1190 «Прочие внеоборотные активы»
Приобретение ценных бумаг и иных финансовых вложений, погашение займов, предоставленных другим организациям	Бухгалтерский баланс: - стр. 1170 «Финансовые вложения» - стр. 1240 «Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)»	Расходы на приобретение ценных бумаг и иных финансовых вложений, предоставление займов другим организациям	Бухгалтерский баланс: - стр. 1170 «Финансовые вложения» - стр. 1240 «Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)»
Выручка от продажи объектов основных средств и иных внеоборотных активов, ценных бумаг и иных финансовых вложений	Отчет о финансовых результатах: - стр. 2340 «Прочие доходы»	Расходы, связанные с продажей основных средств и иных внеоборотных активов, ценных бумаг и иных финансовых вложений, предоставлением другим организациям займов	Отчет о финансовых результатах: - стр. 2350 «Прочие расходы»

При этом оценка инвестиционной деятельности организации основана на оценке двух основных групп показателей финансового состояния (таблица 2), среди которых показатели рентабельности и показатели деловой и инвестиционной активности.

Инвестиционная деятельность характеризует вложение средств в ресурсы, которые в будущем, предположительно, приведут к поступлению денежных средств и принесут организации прибыль. В связи с этим, основной группой показателей финансового состояния организаций в рамках инвестиционной деятельности являются показатели рентабельности, определяющие прибыльность их деятельности.

При расчете показателей рентабельности в рамках инвестиционной деятельности используется прибыль до налогообложения. Сумма прибыли до налогообложения является более точной, так как уровень налоговой нагрузки не зависит от менеджмента организации, а регулируется политикой государства. Кроме того, уровень выплачиваемых процентов за пользование заемными средствами также не зависит от уровня управления организацией.

Прибыль до налогообложения учитывает все изменения, произошедшие с прибылью от продаж за счет влияния показателей прочих доходов и расходов, в основном относимых к инвестиционной деятельности. В связи с этим, на наш взгляд, показатели финансового состояния, рассчитываемые на основе этого вида прибыли, также целесообразно отнести к инвестиционной деятельности.

Для оценки рентабельности пользователи довольно часто применяют показатель рентабельности активов. Рентабельность активов позволяет оценить возможную прибыль при осуществлении вложений. Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) также является довольно распространенным показателем, необходимым большому числу пользователей и в обязательном порядке рассчитываемым органами государственной статистики.

Таблица 2 – Показатели инвестиционной деятельности

Показатели инвестиционной деятельности			
Показатели рентабельности			
Наименование	Формула	Характеристика	Пользователи
Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг)	Прибыль до налогообложения / Себестоимость продаж	Характеризует величину прибыли до налогообложения, полученную на рубль затрат	Менеджеры, статистические органы, налоговые органы
Рентабельность активов	Прибыль до налогообложения / Средняя величина совокупных активов	Отражает количество рублей прибыли, полученных организацией на рубль, вложенный в ее активы	Менеджеры, статистические органы, налоговые органы, инвесторы, банки
Рентабельность продаж (по прибыли до налогообложения)	Прибыль до налогообложения / Выручка	Для обеспечения 1 класса кредитоспособности значение коэффициента должно превышать 40, 2 класса – составлять 35-40, 3 класса – 25-30, 4 класса – 25-20, 5 класса – составлять менее 20.	Менеджеры, инвесторы
Рентабельность собственного капитала	Прибыль до налогообложения / Средняя величина собственных средств	Характеризует эффективность использования собственного капитала	Банки

В таблице 3 представим показатели рентабельности для крупных, средних и малых организаций РФ по видам экономической деятельности на 1 января 2011-2015 годов.

Таблица 3 – Показатели рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) и рентабельности активов организаций Российской Федерации по видам экономической деятельности на 1 января 2011-2015 гг., в процентах

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Рентабельность проданных товаров					
Всего	11,43	11,46	9,74	7,73	8,62
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	10,28	10,29	11,71	6,25	18,35
Рыболовство, рыбоводство	20,83	22,04	21,42	21,52	33,20
Обрабатывающие производства	14,34	13,23	10,99	9,48	10,70
Строительство	5,74	6,79	6,74	4,84	5,07
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	9,19	10,54	8,23	7,05	7,42
Гостиницы и рестораны	8,21	6,90	8,44	6,66	5,82
Транспорт и связь	13,77	12,82	12,21	9,89	9,63
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	11,80	10,43	10,04	9,04	8,85
Образование	8,33	5,46	7,16	5,32	5,22
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	7,17	5,26	6,52	5,93	7,38
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	-0,42	0,70	-1,04	-0,50	-5,62
Рентабельность активов					
Всего	6,82	7,04	6,80	5,02	3,90
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3,43	4,20	4,78	2,51	5,74
Рыболовство, рыбоводство	13,91	13,76	18,72	15,12	6,05
Обрабатывающие производства	7,81	8,25	8,06	4,94	2,35
Строительство	2,17	2,58	2,72	1,78	1,57
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	6,86	10,22	7,89	7,25	4,65
Гостиницы и рестораны	7,23	5,07	5,61	4,22	-1,57
Транспорт и связь	4,98	4,66	5,72	4,14	1,47
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг		1,39	2,48	0,07	1,19

продолжение таблицы 3

Образование	4,03	3,89	5,06	4,08	3,60
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	5,35	3,59	3,45	2,89	3,13
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	4,50	5,66	6,04	5,12	0,94

*Источник: данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации

Рассматриваемые показатели рентабельности демонстрируют рост рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) и снижение рентабельности активов крупных, средних и малых организаций Российской Федерации по видам экономической деятельности 1 января 2011-2015 годов.

Однако, помимо рассмотренных коэффициентов, в рамках текущей деятельности к показателям рентабельности относятся еще и показатели рентабельности продаж и рентабельности собственного капитала.

Второй группой показателей, относимых к инвестиционной деятельности, являются показатели деловой и инвестиционной активности, представленные эффективностью внеоборотного капитала (фондоотдачей) и коэффициентом инвестиционной активности (таблица 4), которые используются для оценки эффективности использования предприятием своих средств.

Таблица 4 – Показатели деловой и инвестиционной активности

Показатели деловой и инвестиционной активности			
Наименование	Формула	Характеристика	Пользователи
Эффективность внеоборотного капитала (фондоотдача)	Среднемесячная выручка / Стоимость внеоборотного капитала	Показывает эффективность использования основных средств, устанавливая соответствие общего объема имеющихся в наличии основных средств объемам деятельности организации.	Менеджеры, инвесторы
Коэффициент инвестиционной активности	Стоимость внеоборотных активов в виде незавершенного строительства, доходных вложений в материальные ценности и долгосрочных финансовых вложений / Стоимость внеоборотного капитала	Показывает величину средств, направленных на модернизацию и усовершенствование имущества, а также на долгосрочные финансовые вложения в другие организации. Крайне низкие или неоправданно высокие значения показателя могут говорить о недостаточно полном контроле со стороны собственников или о неверной стратегии развития организации.	Менеджеры, инвесторы

В некоторых литературных источниках эти показатели называют коэффициентами оценки оборачиваемости активов, показателями использования, управления активов или объединяют их с рентабельностью предприятия.

Показатели деловой активности, пожалуй, являются одними из важнейших аналитических инструментов в финансовой оценке состояния предприятия, поскольку в зависимости от анализа этих коэффициентов судят об эффективности использования и управления активами и капиталом предприятия.

Инвестиционная деятельность является достаточно емким понятием, которое охватывает обширную часть финансово-хозяйственной деятельности организаций, связанную с долгосрочным вложением средств. Она включает операции, связанные с изменением величины внеоборотных активов и объектов инвестиций, не являющихся денежными эквивалентами. Основными направлениями инвестиционной деятельности являются:

- приобретение основных средств, доходных вложений в материальные ценности, нематериальных активов и прочих внеоборотных активов и связанные с этим затраты;
- приобретение ценных бумаг и иных финансовых вложений, займов, предоставленных другим организациям и связанные с этим затраты;
- продажа объектов основных средств и иных внеоборотных активов, ценных бумаг и иных финансовых вложений и связанные с этим затраты;
- расходы, связанные с предоставлением другим организациям займов;
- получение дивидендов и процентов.

С целью обобщения вышеизложенного хотелось бы отметить, что оценка инвестиционной дея-

тельности организаций была произведена на основе оценке двух основных групп показателей финансового состояния: показатели рентабельности и показатели деловой и инвестиционной активности.

Показатели, включенные в составленную систему показателей анализа и прогнозирования финансового состояния организаций в разрезе видов деятельности, применимы как для анализа и прогнозирования финансового состояния на микроэкономическом уровне отдельной организации, так и могут результативно и успешно применяться на мезоэкономическом и макроэкономическом уровнях для оценки и прогнозирования финансового состояния экономики отдельных регионов и государства в целом.

Список литературы:

1. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2010. – 424 с.
2. Любушин Н.П. Анализ финансового состояния организации: учебное пособие. – М.: Эксмо, 2006. – 256 с.
3. Сучкова Н.А., Деминова С.В. Применение ретроспективного подхода в прогнозировании эффективности деятельности организаций // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 71-75.
4. Сучкова Н.А., Деминова С.В. Теоретические и практические аспекты оценки финансового состояния малого и среднего бизнеса // Развитие интегрированных систем учета в условиях реформирования налоговой политики малого предпринимательства России: материалы международной научно-практической конференции / под общ. ред. д.э.н. Н.А. Лытневой. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2011. – С. 89-95.
5. Сучкова Н.А., Сигинова Т.С. Теоретико-практические аспекты методики финансового прогнозирования деятельности коммерческих организаций с использованием программного обеспечения // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (8). – С. 28-32.

Сучкова Наталья Анатольевна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
тел.: +79536198400

Деминова Светлана Викторовна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
тел.: +79536279098

УДК 657.471.11

Филонов А.Б.

**ПОРЯДОК ПРИЗНАНИЯ РАСХОДОВ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ
ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ,
ПРИМЕНЯЮЩИХ СПЕЦИАЛЬНЫЕ РЕЖИМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

В статье рассмотрены основные аспекты отнесения объектов к основным средствам, порядок признания расходов, связанных с их приобретением или сооружением. Уделено внимание особенностям признания расходов в различных системах налогообложения.

Ключевые слова: основные средства, расходы, специальные режимы налогообложения, бухгалтерский учет.

С 2016 года компании и индивидуальные предприниматели (ИП) могут самостоятельно выбирать налоговый режим. Существуют разные системы налогообложения, и перед организациями и индивидуальными предпринимателями поднимается вопрос, какой режим налогообложения для них выгоднее. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) содержит следующие налоговые режимы: общий, упрощенная система налогообложения (УСН), ЕНВД, патентная система налогообложения (только для предпринимателей), ЕСХН (только для сельхозпроизводителей). Компании могут совмещать УСН с ЕНВД, а индивидуальные предприниматели могут совмещать УСН с ЕНВД и патентом (причем при желании одновременно и с ЕНВД, и с патентом). ЕСХН нельзя совмещать с УСН. Общий режим нельзя совмещать с УСН, общий режим можно совмещать с ЕНВД.

Общий режим налогообложения самый предпочтительный, потому что в соответствии с ним

уплачивается налог от прибыли, оставшейся после вычета расходов. Кроме того, нужно платить НДС (10% или 18% в зависимости от проданных товаров или оказанных услуг). Также плательщики налога на прибыль дополнительно выплачивают налог на имущество и акцизы с подакцизных товаров. ИП вместо налога на прибыль платят НДФЛ, остальные налоги для ИП остаются – НДС, налог на имущество, акцизы [1].

Отчетность на общем режиме самая сложная. Декларация по налогу на прибыль сдается раз в год. Помимо декларации по прибыли, сдаются ежеквартальные расчеты. Кроме того, сдается декларация по НДС раз в квартал. Без специальных знаний заполнить такую отчетность не получится, поэтому придется нанимать бухгалтера, и не одного, а это расходы. Переходить на общий режим нужно только в том случае, если учет ведет бухгалтер и если бизнес большой. В отдельных случаях компания и ИП просто обязаны перейти на общий режим. Если компания или ИП может по закону работать на других режимах налогообложения, то лучше выбрать их, а не общий. Общий нужно использовать только если нет другого выхода и если бизнес большой.

Упрощенная система налогообложения (УСН) создана специально для малого бизнеса и ИП. Применять ее могут компании и ИП, которые соответствуют определенным критериям. Компания (ИП) может выбрать, как платить налоги: с доходов или с доходов за вычетом расходов. Если с доходов, то тогда нужно платить налоги с доходов без вычета расходов. Ставка будет 6%, а если с доходов за вычетом расходов, то ставка будет 15%. Регионы могут снижать ставки с 6% и до 15%. Выбор объекта остается за налогоплательщиком. ИП в упрощенной форме сдает декларацию по УСН (раз в год). Платить НДС и налог на прибыль налогоплательщикам не нужно. В некоторых случаях они платят налог на имущество с дорогой недвижимости. При упрощенной системе можно нанимать до 100 человек персонала. Кроме того, при численности работников от 25 человек отчетность в фонды налогоплательщики должны сдавать только в электронном виде.

ЕСХН – это налог для производителей сельскохозяйственной продукции. Это продукция растениеводства, сельского и лесного хозяйства, животноводства, в том числе полученная в результате выращивания и дорасщивания рыб и других водных биологических ресурсов. Индивидуальные предприниматели и компании, производящие сельскохозяйственную продукцию, вправе применять ЕСХН. Рыбхозхозяйственные организации также признаются налогоплательщиками ЕСХН. Выгода ЕСХН в том, что ставка налога с доходов за вычетом расходов всего 6%. Поэтому если ИП (юридическое лицо) занимается сельским хозяйством, ему выгодно перейти на ЕСХН. Но для перехода на ЕСХН нужно, чтобы доход от сельхоздеятельности был не менее 70% в общих доходах [2].

Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) – это специальный режим. Его особенность в том, что налог платится не с реальных доходов, а с тех, которые установлены Налоговым кодексом для вашего вида деятельности. Перейти на ЕНВД выгодно тем ИП и компаниям, реальные доходы которых очень высоки. Например, вам установлен вмененный налог в размере 100 000 руб., а ваши доходы за вычетом расходов – 5 млн. руб. Понятно, что, перейдя на ЕНВД, вы только выиграете. Ведь если вы, к примеру, с 5 млн. руб. заплатите налог по УСН 15%, это уже будет 750 000 руб. При ЕНВД не нужно платить НДС и налог на прибыль. Также плательщики ЕНВД вправе отказаться от контрольно-кассовой техники (ККТ).

Очередной комфортный режим налогообложения – патентная система налогообложения. Его имеют все шансы применять исключительно ИП, фирмам не разрешено. Для перехода на патент ИП необходимо просто купить патент и далее все, собственно он заработает, не станет облагаться налогами. Помимо всего этого, декларация по патенту не сервируется. Хотя перейти на патент имеют все шансы не многие ИП, а исключительно те, кто использует конкретные виды работы. Помимо всего этого, ИП на патенте сможет принять на работу максимум 15 рабочих, что не всегда удобно. А для работы в нескольких регионах нужно купить несколько патентов.

Бухгалтерский учет основных средств ведется на основании ПБУ 6/01. Документ утвержден приказом Минфина от 30.03.2001 №26н. Актив принимается организацией к бухгалтерскому учету в 2016 году в качестве основных средств, если одновременно выполняются следующие условия: объект предназначен для использования в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг, для управленческих нужд организации либо для предоставления организацией за плату во временное владение и пользование или во временное пользование; объект предназначен для использования в течение длительного времени, т.е. срока продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев, организация не предполагает последующую перепродажу данного объекта, объект способен приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем [3, 4].

Не включаются в фактические затраты на приобретение, сооружение или изготовление ос-

новых средств общехозяйственные и другие аналогичные расходы, кроме случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением, сооружением или изготовлением основных средств. Затраты на основные средства собираются на дебете счета 08 – вложения во внеоборотные активы. А кредитом будут затратные счета – 60, 76 в зависимости от затрат. В общем случае первоначальной стоимостью основных средств признается сумма фактических затрат организации на приобретение, сооружение и изготовление, за исключением НДС и иных возмещаемых налогов. Но для «упрощенцев» НДС является невозмещаемым налогом. Поэтому НДС при УСН также идет в затраты по основным средствам. При введении основных средств в эксплуатацию объект переводится на 01 счет. Проводка: Дебет 01 Кредит 08. Если основное средство нуждается в госрегистрации (недвижимость, земля), то эти объекты также учитываются на 01 счете, но можно ввести субсчет «Объекты недвижимости, право собственности на которое не зарегистрировано».

Стоимость объектов основных средств погашается посредством начисления амортизации. Не подлежат амортизации объекты основных средств, потребительские свойства которых с течением времени не изменяются (земельные участки; объекты природопользования; объекты, отнесенные к музейным предметам и музейным коллекциям, и др.). Амортизация – это постепенное перенесение стоимости основного средства на себестоимость продукции, работ, услуг. Амортизация начисляется ежемесячно по каждому объекту. Амортизация начисляется с первого числа месяца, следующего за месяцем учета объекта в бухучете. Амортизация заканчивается с первого числа месяца, следующего за месяцем полного погашения стоимости объекта либо списания объекта с бухучета. Срок службы есть в классификаторе основных средств (постановление Правительства от 01.01.2002 №1).

Налоговый кодекс РФ установил составление информации об основных средствах в организациях, которые могут использовать специализированные режимы налогообложения, исполняется согласно законам бухгалтерского учета, то есть в соответствии с требованиями ПБУ 6/01. Впрочем, у бухгалтеров организаций, перешедших на специальный режим, остается большое количество вопросов, связанных с определением и признанием затрат на приобретение ключевых средств в системе бухгалтерского учета. В представленных тезисах кратко даны пояснения по наиболее актуальным из них [5].

Основной целью учета при упрощенной системе является контроль за остаточной стоимостью имущества, которая в совокупности по всем объектам не должна превышать 100000000 руб. (подп. 16 п. 3 ст. 346.12 НК РФ). Достаточно оформить первичную документацию и регистры бухгалтерского учета. Для расчета единого налога организации, применяющие упрощенную систему, амортизацию не начисляют. Организации-плательщики ЕНВД обязаны вести бухгалтерский учет и сдавать отчетность в полном объеме. Поэтому при отражении в бухгалтерском учете поступления основных средств, приобретенных за плату, применяйте такие же правила, как и при общей системе налогообложения [6, 7].

Если организация платит единый налог с доходов, стоимость приобретенных (созданных) основных средств на расходы не списывается (п. 1 ст. 346.18 НК РФ). В ситуации, когда организация платит единый налог с разницы между доходами и расходами, стоимость приобретенных (созданных) основных средств уменьшает налоговую базу в порядке, предусмотренном пунктом 3 статьи 346.16 Налогового кодекса РФ. Объектом обложения ЕНВД является вмененный доход (п. 1 ст. 346.29 НК РФ). Поэтому при расчете налога стоимость основных средств на расходы не списывается. Если организация совмещает общую систему налогообложения и ЕНВД, то она должна вести раздельный учет доходов и расходов для расчета налога на прибыль. Поэтому если основное средство одновременно используется в обоих видах деятельности, то амортизационные отчисления по нему необходимо распределить. Такие правила устанавливает п. 9 статьи 274 НК РФ [4].

С целью распределения амортизационных отчислений предлагается определить долю доходов, полученных от разных видов деятельности в следующем порядке. Первоначально рассчитывается доля доходов от деятельности фирмы на общей системе налогообложения в представленной ниже форме (рис. 1):

Доля доходов от деятельности фирмы на общей системе налогообложения	=	Доходы от деятельности фирмы на общей системе налогообложения	:	Доходы от всех видов деятельности фирмы
---	---	---	---	---

Рисунок 1 – Доля доходов от деятельности фирмы на общей системе налогообложения

В дальнейшем определяется часть амортизационных отчислений, которая относится к деятельности фирмы на общей системе налогообложения в представленной ниже форме (рис. 2):

Часть амортизационных отчислений, которая относится к деятельности фирмы на общей системе налогообложения	=	Сумма амортизации, начисленной по основному средству	×	Доля доходов от деятельности фирмы на общей системе налогообложения
---	---	--	---	---

Рисунок 2 – Часть амортизационных отчислений, которая относится к деятельности фирмы на общей системе налогообложения

При определении части прибылей и затрат по точному виду работы предлагается использовать показатели в месяц, в котором списываются амортизационные отчисления. При определении налоговой базы по налогу на прибыль за отчетный (налоговый) период затраты, которые относятся к работе компании на единой системе налогообложения в месяц, предлагается суммировать нарастающим результатом. Следующим этапом расчета является определение части амортизационных отчислений, которая относится к деятельности фирмы, облагаемой ЕНВД в представленной ниже форме (рис. 3):

Часть амортизационных отчислений, которая относится к деятельности фирмы, облагаемой ЕНВД	=	Сумма амортизации, начисленной по основному средству	–	Часть амортизационных отчислений, которая относится к деятельности фирмы на общей системе налогообложения
---	---	--	---	---

Рисунок 3 – Часть амортизационных отчислений, которая относится к деятельности фирмы, облагаемой ЕНВД

Рассмотрим предложенный метод на конкретной хозяйственной ситуации. ООО «Торговая компания «Гермес» сбывает продукты оптом и в розницу. По оптовым операциям компания использует единую систему налогообложения, розничная торговля переведена на ЕНВД. Налог на прибыль ООО «Торговая компания «Гермес» начисляет в месяц способом начисления. В учетной политике компании сказано, что собственно общехозяйственные затраты распределяются пропорционально выручке за любой месяц отчетного (налогового) периода. Сумма заработков, приобретенных ООО «Торговая компания «Гермес» от разных видов работы за апрель, составляет:

- по оптовой торговле (без учета НДС) – 1 800 000 руб.;
- по розничной торговле – 650 000 руб.

Служебный автомобиль, закрепленный за директором ООО «Торговая фирма «Гермес», одновременно используется в обоих видах деятельности. Амортизационные отчисления по этому автомобилю подлежат распределению. Сумма амортизации, начисленная по автомобилю в апреле, составляет 4000 руб.

Чтобы распределить амортизацию между двумя видами деятельности фирмы, бухгалтер ООО «Торговая фирма «Гермес» сопоставляет доходы по оптовой торговле с общим объемом товарооборота. Доля доходов от оптовой торговли в общем объеме доходов от реализации за апрель составляет: 1 800 000 руб.: (1 800 000 руб. + 650 000 руб.) = 0,735.

Сумма амортизации по автомобилю, которую можно учесть при расчете налога на прибыль за апрель, равна: 4000 руб. × 0,735 = 2940 руб.

Сумма амортизации по автомобилю, которая относится к деятельности ООО «Торговая фирма «Гермес», облагаемой ЕНВД, составляет: 4000 руб. – 2940 руб. = 1060 руб.

Поступление автомобиля и начисление амортизации по нему бухгалтер отразил следующими проводками:

Дебет 08

Кредит 60 – 288 000 руб. – приобретен автомобиль;

Дебет 01

Кредит 60 – 288 000 руб. – отражен ввод в эксплуатацию автомобиля;

Дебет 26 субсчет «Общехозяйственные расходы по деятельности фирмы на общей системе налогообложения»

Кредит 02 – 4410 руб. – начислена амортизация автомобиля за июнь в части, относящейся к

деятельности фирмы на общей системе налогообложения;

Дебет 26 субсчет «Общехозяйственные расходы по деятельности фирмы, облагаемой ЕНВД»

Кредит 02 – 1590 руб. – начислена амортизация автомобиля за июнь в части, относящейся к деятельности фирмы на ЕНВД.

В настоящее время учетная система в России претерпевает существенные изменения. Цель всех процессов, связанных с реформированием, – это приведение национальной системы учета к требованиям международных стандартов. С 1 января 2016 года в отношении объекта основных средств приобретаемых или сооружаемых организацией внесены корректировки налоговым законодательством в части увеличения лимита стоимости основных средств до 100 000 рублей. Кроме того, с начала января 2016 года запрещены любые заранее назначенные проверки. Исключением станут только запланированные мероприятия со стороны налоговых органов. Мера эта действовать будет до конца 2018 года. Специалисты, контролирующие наличие лицензий, соблюдение транспортного и земельного законодательства, отныне не осуществляют проверки на малых предприятиях. Исключения составляют лишь проверки, которые назначаются вне плана по обращениям граждан. В первую очередь запрет даст возможность развиваться в том числе и предприятиям в области строительства объектов основных средств.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая. Федеральный закон Российской Федерации от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ.
2. «О бухгалтерском учете.» Федеральный закон Российской Федерации от 6 декабря 2011 года №402-ФЗ.
3. «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01. Приказ Минфина РФ от 30.03.2001 №26н (ред. от 24.12.2010).
4. Воробьева Л.В. Налоговый учет. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 52 с.
5. Илюхина Н.А. Модернизация системы управления затратами в пищевой и перерабатывающей промышленности // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2012. – №2. – С. 111-117.
6. Илюхина Н.А. Система учета в управлении затратами промышленных предприятий монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 98 с.
7. Крамаренко Л.А., Косов М.Е. Налоги и налогообложение: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 576 с.

Филонов Артур Борисович

студент 2 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: filonov.artur@yandex.ru

Научный руководитель

Илюхина Наталия Александровна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: ilyukhina.orel@mail.ru

УДК 657.6-051

Забелина А.А.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АУДИТ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА

В настоящей статье определяется место экологического аудита в системе государственного аудита, с одной стороны, и экологического менеджмента – с другой. Автор описывает цели, задачи, функции и принципы экоаудита, его роль в сохранении природных ресурсов.

Ключевые слова: экологический аудит, государственный аудит, окружающая среда.

В наши дни государство вынуждено решать множество сложных задач. Одной из них является повышение эффективности управления национальными ресурсами, в том числе и природными богатствами. В решении этой задачи задействован, в числе прочих, и институт государственного аудита.

В международном аудиторском сообществе под государственным аудитом понимают систему внешнего, независимого контроля, который осуществляется от имени общества специальным консти-

туционным органом.

Понятие «государственный аудит» – относительно новое, оно появилось в системе государственного управления в связи с введением в действие ФЗ от 05.04.2013 №41-ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации».

Наиболее полно государственный аудит можно определить как «деятельность, регламентируемую законодательными (представительными) органами власти государства в целях реализации ими входящей в их сферу деятельности контрольной функции по проведению финансового аудита, аудита эффективности, стратегического аудита и иных видов аудита, через специально формируемые ими органы государственного аудита с одновременным наделением их специальными властными полномочиями по их проведению» [8].

Миссией и основной задачей госаудита является обеспечение от имени государства и служащего общественным интересам непредубежденного объективного контроля деятельности предприятий по управлению переданными им национальными ресурсами. Эффективно работающий государственный аудит – это не только заградительный барьер от злоупотреблений и нарушений, но и важный страховочный механизм для будущих поколений, так как важнейшей его задачей является сохранение и приумножение общественного богатства.

Важнейшим видом общественного богатства являются природные ресурсы. В настоящее время свершившимся фактом стало наличие значимых обратных связей между результатами функционирования экономической системы и состоянием окружающей среды. Государство со своей стороны должно обеспечить защиту среды обитания от антропогенного воздействия, что невозможно без эффективного контроля. Сложность современных экологических проблем диктует необходимость применения аудиторского подхода к их исследованию.

Экологический аудит (экоаудит) зародился в экономически развитых странах в 70-е годы прошлого века как механизм управления окружающей средой в связи с возросшим количеством экологических аварий и катастроф. Основные принципы и положения экологического аудита заложены в «Постановлении об экоаудите» (1993), принятом Европейским союзом и имеющем силу закона для производственных предприятий, расположенных на его территории.

Существует ряд подходов к определению экологического аудита, он понимается как:

- «независимая, комплексная, документированная оценка соблюдения субъектом хозяйственной и иной деятельности требований, в том числе нормативов и нормативных документов, в области охраны окружающей среды, требований международных стандартов и подготовку рекомендаций по улучшению такой деятельности» [1];
- анализ и оценка текущего состояния деятельности юридических лиц по обеспечению охраны окружающей среды от вредных воздействий и рационального природопользования, её соответствия требованиям экологического законодательства, которые проводятся для выявления экологически значимых проблем и формулирования рекомендаций по совершенствованию такой деятельности;
- систематическое, объективное, документированное и проводимое на регулярной основе обследование состояния охраны окружающей среды на предприятии уполномоченными на то юридическими или физическими лицами с целью выявления экологических проблем и возможных обязательств, связанных с текущими операциями или передачей имущества;
- инструмент управления состоянием окружающей среды, базирующийся на результатах оценки и анализа природоохранной деятельности предприятия;
- документально оформленный систематизированный процесс проверки экологических аспектов деятельности хозяйствующего субъекта с целью выявления соответствия системы его управления, видов и условий экономической деятельности нормативно-правовым требованиям и критериям экологической эффективности;
- часть экологического менеджмента и организационно-управленческого механизма обеспечения национальной безопасности в экологической сфере, инструмент гарантии экологических прав граждан на благоприятную окружающую среду [8];
- предпринимательская деятельность организаций, осуществляющих экологическое аудирование, по проведению независимых вневедомственных проверок хозяйственной деятельности, оказывающей влияние на окружающую среду, и выработке рекомендаций по снижению негативного воздействия на нее и здоровье населения;
- деятельность сертифицированных экологических аудиторских организаций по осуществлению документированного независимого анализа природоохранной документации предприятия с целью установления степени ее соответствия хозяйственной или иной деятельности, а также выполнения заранее выбранных критериев (нормативов, стандартов в области охраны окружающей среды) и

формулировке рекомендаций по совершенствованию этой документации.

Основные понятия и положения экологического аудита таковы.

Объектами экоаудита являются любая деятельность предприятия и ее результаты, связанные с воздействием на окружающую среду, в том числе:

- документация (экологическая политика предприятия, проекты планов или программ строительства, реконструкции, расширения, консервации и ликвидации хозяйственных объектов, освоения территории, природоохранные проекты, отчетность предприятия);
- система управления предприятием (ресурсами и материалами, обеспечением экологической безопасности деятельности, мониторингом производственных объектов);
- имущество (здания и сооружения, земли, природные объекты, оборудование и прочее).

Целью экоаудита является помощь хозяйствующим субъектам в определении основных направлений обеспечения экологической безопасности производства, формировании приоритетов в проводимой ими природоохранной деятельности путем предоставления объективной оценки воздействия предприятия на окружающую среду и прогнозирования экологических последствий этого воздействия, установление степени согласованности его деятельности требованиям действующего экологического законодательства.

К задачам экологического аудита относятся:

- обоснование экологической стратегии и политики предприятия;
- определение приоритетов при планировании природоохранной деятельности предприятия, выявление дополнительных возможностей ее осуществления;
- проверка соблюдения субъектом хозяйственной деятельности природоохранительного законодательства;
- повышение эффективности регулирования воздействия субъекта хозяйственной деятельности на окружающую среду;
- снижение риска возникновения чрезвычайных ситуаций, связанных с загрязнением окружающей среды.

Основные функции экологического аудита таковы:

- оценка соответствия текущей деятельности хозяйствующего субъекта нормам экологического права, собственной политике по охране окружающей среды и экономическим целям;
- определение имеющего место воздействия предприятия на окружающую среду, оценка экологической безопасности деятельности по всем аспектам и анализ вероятности наступления ситуаций, чреватых тяжелыми экологическими последствиями;
- обеспечение руководства информацией, необходимой для планирования и принятия природоохранных решений;
- повышение степени доверия к предприятию со стороны правительства, общественности и заинтересованных лиц.

Принципы экологического аудита регулируют как саму процедуру, так и организацию аудиторской проверки (рисунок 1).

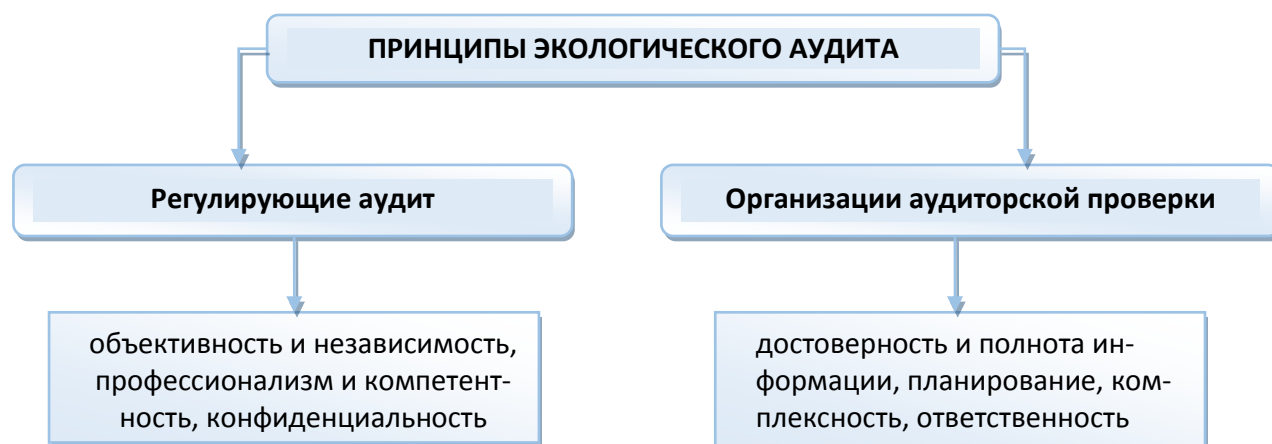


Рисунок 1 – Принципы экологического аудита

По основанию для проведения экологический аудит делится на инициативный и обязательный. Заказчиком инициативного (добровольного) выступает экономический субъект при изменении

собственника, передаче объекта в аренду, в залог, при необходимости модернизации производственного и/или технологического процессов и в иных случаях.

Обязательный экологический аудит по своему характеру является государственным. Он представляет собой одну из функций государственного управления природопользованием и охраной окружающей среды и проводится в случаях, определенных нормативными правовыми актами Российской Федерации по решению и поручению государственных и иных органов.

Список литературы:

1. Об охране окружающей среды. Федеральный Закон РФ от 10.01.2002 г. №7-ФЗ.
2. Парушина Н.В., Кыштымова Е.А. Аудит: основы аудита, технология и методика проведения аудиторских проверок: учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Форум, 2012. – 558 с.
3. Парушина Н.В. Концепция формирования бухгалтерской отчетности, ее анализа и аудита: монография. – Орел: ООО ПФ «Картуш», 2006. – 651 с.
4. Суворова С.П., Парушина Н.В., Галкина Е.В. Международные стандарты аудита: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». – М.: Форум: ИНФРА-М, 2012. – 303 с.
5. Парушина Н.В., Баркова Т.А. Планирование аудита // Аудитор. – 2003. – №2. – С. 36-41.
6. Парушина Н.В. Аудит внеоборотных активов // Аудиторские ведомости. – 2005. – №9. – С. 37-51.
7. Парушина Н.В., Сучкова Н.А., Губина О.В. Концепция профессиональной подготовки кадров для инновационной экономики на основе современных информационно-аналитических технологий, алгоритмов, методик и программ // Фундаментальные исследования. – 2013. – №10-5. – С. 1112-1116.
8. Федотов А.Ф. Понятие государственного аудита // Вестник КемГУ. – 2015. – №2-2 (62). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-gosudarstvennogo-audita>.

Забелина Александра Анатольевна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: parushinan@mail.ru*

Научный руководитель

Парушина Наталья Валерьевна

*д.э.н., профессор, заведующая кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: parushinan@mail.ru*

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 51:316

Савина А.Г., Малявкина Л.И.

МАТЕМАТИЧЕСКИЙ АЛГОРИТМ ВЫЯВЛЕНИЯ СКРЫВАЕМОЙ ИНФОРМАЦИИ В ХОДЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ОБСЛЕДОВАНИЙ

В статье обсуждается математическая модель и схема анкетирования, реализующие потенциальную возможность получения объективной информации о скрываемых респондентами событиях и предпочтениях, составляющих их личную тайну, без нарушения их права на частную жизнь.

Ключевые слова: вероятностная модель, социологические исследования, анкетирование, выявление скрытой информации.

Одним из методов изучения общественного мнения и степени распространения в обществе определенных взглядов и практик являются различные формы выборочного исследования населения, цель которых – выяснить предпочтения людей и их отношение к процессам, происходящим в обществе.

В то же время в области социологии (политологии, психологии, медицины) есть достаточно много проблем, которые люди предпочитают скрывать от других, в то время как они способны оказывать существенное влияние на состояние общества и происходящие в нем процессы. В частности, к такого рода проблемам относятся вопросы, связанные с:

- наличием определенных проблем со здоровьем, психикой, сексуальной ориентацией;
- употреблением наркотических средств;
- коррупционными и иными правонарушениями, совершаемыми гражданами;
- политическими, религиозными и иными взглядами людей и т.п.

Поэтому одной из актуальных задач в сфере социологических исследований является систематический мониторинг различных групп населения на предмет своевременного выявления протекающих в них негативных процессов с целью принятия соответствующих мер противодействия этим процессам.

Как правило, именно в этих областях социологических исследований чаще всего сталкиваются с нежеланием опрашиваемых давать откровенные ответы на проблемные вопросы, касающиеся их личной жизни, совершенных ими когда-то действий, их предпочтений и пристрастий.

Вообще говоря, у респондентов, подвергаемых анкетированию и другим формам опроса с использованием выборочного метода, практически всегда находится достаточно оснований скрывать или искажать определенную информацию о своих склонностях и предпочтениях.

Если исследование проводится в форме непосредственного контакта интервьюера с респондентом (беседа, опрос) и его целью является изучение именно тех проблем, которые склонен скрывать респондент (опрашиваемое лицо), то такое обследование заведомо обречено на неудачу, поскольку получаемые результаты наверняка будут сознательно искажены и неадекватны реальной изучаемой ситуации.

Поэтому весьма актуальной является разработка метода получения скрываемой от исследователя информации без вынуждения респондента сообщить интервьюеру эти приватные сведения?

Определенным шагом к решению обсуждаемой проблемы является формирование такой схемы анкетирования, которая сохраняла бы личную тайну респондента и в то же время позволяла получить статистически значимую информацию об изучаемом явлении, адекватную реальности.

Иначе говоря, эта схема должна обеспечить соблюдение прав опрашиваемого на личную тайну и в то же время обеспечить получение объективной статистической информации об изучаемом явлении в рамках рассматриваемой выборочной совокупности.

Такого рода схема может быть сформирована путем объединения некоторой искусственно созданной модели испытаний со случайными исходами и процедуры анкетирования респондента по интересующему исследователя вопросу без прямого участия в этом процессе интервьюера.

В качестве наиболее простой и функционально удобной модели испытаний может быть использована известная в теории вероятностей процедура подбрасывания монеты или игральной кости.

В общем виде схема анкетирования респондента при этом выглядит следующим образом:

1) вопрос интервьюера должен быть сформулирован таким образом, чтобы ответ на него мог быть дан в дихотомической шкале «да» – «нет» без дополнительных уточнений;

2) в ходе предварительной беседы интервьюер формулирует вопрос, на который он желает получить ответ, и разъясняет респонденту, что истинный смысл его ответа в форме «да» или «нет» остается неизвестным всем, кроме самого респондента, который при использовании предлагаемой схемы опроса полностью сохраняет свою тайну (это гарантируется случайными результатами двукратного бросания кости);

3) респонденту предлагается осуществить бросание игральной кости с мысленной фиксацией результата испытания (это – первый этап испытания, он представляет собой управляющее действие и его результат нигде не протоколируется);

4) если при первом броске выпала четная (2; 4; 6) грань кости, респондент повторно бросает кость и в своем ответе на анкету указывает либо «да» (если опять выпала четная грань), либо «нет» (если выпала нечетная грань). Повторное бросание кости является вторым этапом испытания;

5) если же при первом бросании выпала нечетная (1; 3; 5) грань кости, то респондент также повторно бросает кость (для соблюдения полной идентичности процедуры анкетирования независимо от характера его ответа), но в своем ответе указывает в анкете не результат второго броска кости, а откровенно отвечает на вопрос интервьюера в форме «да» – «нет».

Предполагается, что процедура бросания кости и заполнения анкеты осуществляется вне зоны наблюдения интервьюера, т.е. информацией о том, на какой из вопросов реально отвечал респондент, располагает только он сам.

После проведения достаточного объема таких выборочных обследований полученные анкеты с ответами в дихотомической шкале «да» – «нет» подвергаются статистической обработке, в ходе которой находят относительную частоту $W(E)$ утвердительных ответов «да», данных респондентами. Далее на основании математической модели выбранной схемы анкетирования и экспериментально полученной величины $W(E)$ оценивают относительную частоту $W_{B_1}(E)$ положительных ответов на вопрос интервьюера в рамках изученной выборки.

Математическая модель рассмотренной выше процедуры анкетирования описывается схемой двухступенчатого случайного отбора и известной в математике формулой полной вероятности (1).

$$P(E) = P(B_1)P_{B_1}(E) + P(B_2)P_{B_2}(E), \quad (1)$$

где фигурируют следующие события:

- событие E : респондент на втором этапе испытания ответил утвердительно, т.е. указал в анкете ответ «да»;
- событие B_1 : на первом этапе испытания (при управляющем действии) выпала нечетная грань игральной кости;
- событие B_2 : на первом этапе испытания (при управляющем действии) выпала четная грань игральной кости.

В соответствии с принятой схемой анкетирования:

$$P(B_1) = P(B_2) = P_{B_2}(E) = 0,5. \quad (2)$$

Вероятность $P(E)$ эквивалентна относительной частоте $W(E)$ утвердительных ответов «да», данных респондентами в ходе обследования, а условная вероятность $P_{B_1}(E)$ соответствует величине интересующей нас относительной частоте утвердительных ответов на вопрос, заданный интервьюером.

Подставляя (2) в (1) и решая полученное уравнение относительно $P_{B_1}(E)$, получим:

$$\begin{aligned} P(E) &= 0,5 \cdot P_{B_1}(E) + 0,5 \cdot 0,5 \rightarrow P(E) - 0,25 = 0,5 \cdot P_{B_1}(E) \\ P_{B_1}(E) &= \frac{P(E) - 0,25}{0,5} = 2P(E) - 0,5 \end{aligned} \quad (3)$$

Переходя от вероятностей к относительным частотам, имеем уравнение:

$$W_{B_1}(E) = 2W(E) - 0,5 \quad (4)$$

Как следует из (4), между относительной частотой $W(E)$ утвердительных ответов (ответ «да»), полученных в ходе рассмотренной схемы анкетирования и относительной частотой $W_{B_1}(E)$ положительных ответов на вопрос, сформулированный интервьюером, имеет место линейная зависимость (рис. 1).

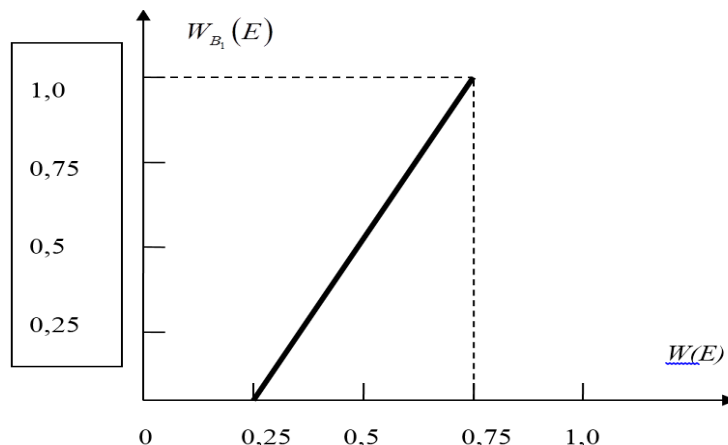


Рисунок 1 – Зависимость между относительной частотой $W(E)$ утвердительных ответов при анкетировании и относительной частотой $W_{B_1}(E)$ положительных ответов респондентов на вопрос интервьюера

При этом относительная частота $W(E)$ утвердительных ответов «да» при данной схеме анкетирования лежит в интервале от 0,25 до 0,75, что соответствует относительным частотам $W_{B_1}(E)$ положительных ответов на вопрос интервьюера от 0 до 1,0.

Например, если в ходе проведенного по рассмотренной выше схеме анкетирования было получено значение $P(E) = 0,3$, т.е. фактически каждый третий респондент ответил утвердительно, следовательно, $P_{B_1}(E) = 2 \cdot P(E) - 0,5 = 2 \cdot 0,3 - 0,5 = 0,6 - 0,5 = 0,1$.

Это означает, что в изученной выборке 10% опрошенных ответили положительно на вопрос интервьюера, но при этом у них осталось право на сохранение личной тайны.

Рассмотренная в данной работе модель иллюстрирует потенциальную возможность получения объективной вероятностной информации о скрываемых респондентами событиях и предпочтениях, составляющих их личную тайну, без нарушения их прав на частную жизнь. Применение такого рода схем анкетирования повышает вероятность получения объективной информации по сравнению с общепринятыми схемами анкетирования. Естественно, что степень объективности этой информации будет существенно зависеть от соблюдения договоренностей по процедуре проведения анкетирования, достигнутой между интервьюером и респондентами.

Список литературы:

1. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика: учеб. пособие для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013. – 479 с.
2. Зайцева Н.Н., Селезнёва Ю.О. Ошибки при построении рекламного текста // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №2 (6). – С. 370-372.
3. Проблемы модернизации и инноваций в российской экономике: монография / под ред. Шманева С.В., Голоктионовой Ю.Г. – Орел: ООО «Картуш», 2013. – 212 с.

Савина Анна Геннадьевна

к.п.н., доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: angen1976@mail.ru

Малявкина Людмила Ивановна

д.э.н., профессор кафедры математики, информатики и информационных технологий
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: ludamal20@yandex.ru

Закутаева К.В., Локтионова Э.А.

КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕНДЕНЦИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ:
МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

В данной статье приведена классификация тенденций в экономических процессах с помощью математических функций. Проведенный анализ литературы позволил выявить шесть основных типов тенденций, которые можно рассматривать как своего рода шаблоны, позволяющие выбрать для количественного описания конкретного экономического процесса тот или иной вид математической функции.

Ключевые слова: математические функции, тенденции, экономический процесс, классификационный признак, асимптота, возрастание, убывание, первая производная функции.

Количественное описание устойчивых взаимосвязей между экономическими показателями при помощи математических функций имеет одну характерную особенность, которую обычно опускают как в курсе математики, так и в курсе экономической теории. Суть в следующем: из-за совместного влияния на экономические показатели множества неконтролируемых факторов взаимосвязи, наблюдаемые в экономике, не являются строго однозначными, т.е. не могут быть точно описаны при помощи математических функций. В этом смысле для описания экономических тенденций больше подходит математический аппарат корреляционного и регрессионного анализа (когда модель строится на основе статистической обработки результатов наблюдений), однако в курсе экономической теории при описании ряда законов обычно используются тенденции, т.е. направления изменения одного из показателей при росте (убывании) величины другого показателя.

Проведенный анализ позволил выявить шесть основных типов тенденций, которые можно рассматривать как своего рода шаблоны, позволяющие выбрать для количественного описания конкретного экономического процесса тот или иной вид математической функции.

Оказалось, что ряд законов из различных разделов макро- и микроэкономики с точки зрения их количественного описания относятся к одной и той же тенденции, т.е. описываются математически одними и теми же функциями. Объясняется это тем, то в основе построения той или иной математической модели, выражающей устойчивую взаимосвязь между конкретными экономическими показателями, лежат одни и те же исходные предпосылки.

При анализе существующих в экономике тенденций с точки зрения их математического описания мы ограничимся лишь рассмотрением функции одной переменной $y = f(x)$, где аргумент x будем называть независимой (факторной) переменной, а функцию y – зависимой (результативной) переменной.

Выберем в качестве классификационного признака, описывающего изменение величины результативной переменной y при увеличении факторной переменной x , направление изменения предельной величины этой переменной, т.е. величины первой производной $f'(x)$.

При таком подходе можно выделить 6 основных типов тенденций в поведении переменной y : возрастание с постоянной скоростью, возрастание с монотонно убывающей скоростью, возрастание с монотонно возрастающей скоростью, убывание с постоянной скоростью, убывание с монотонно убывающей скоростью, убывание с монотонно возрастающей скоростью.

Проведенный анализ литературы по экономической теории и математической экономике показал, что рассматриваемые тенденции в экономических процессах либо относятся к одному из указанных выше типов «в чистом виде», либо представляют собой некоторую комбинацию этих типов.

Поскольку первая производная функции $f'(x)$ описывает мгновенную скорость ее изменения в данной точке x , то для математического описания указанных выше тенденций достаточно использовать саму функцию $y = f(x)$ и ее первую производную.

Первая тенденция возрастания с постоянной скоростью довольно часто встречается в экономических процессах и математически описывается уравнением прямой линии с положительным наклоном (формула (1)), которую назовем линейной моделью с положительным наклоном:

$$y = kx + b, \text{ где } k > 0, b \geq 0 \quad (1)$$

В данной модели скорость возрастания переменной y остается постоянной при всех значениях аргумента x , и это обстоятельство имеет важный экономический смысл, который объясняют конкретные примеры. Например, общеизвестная в коммерции закономерность: стоимость покупки y возрастает с постоянной скоростью по мере увеличения массы x покупаемого продукта, где k – цена продукта, т.е. стоимость единицы массы этого продукта.

Вторая тенденция – возрастание с монотонно убывающей скоростью является весьма типичной для экономических процессов и описывается выпуклой возрастающей кривой, которая при $x \rightarrow \infty$ либо неограниченно растет, либо стремится к конечному пределу. При этом величина первой

производной $f'(x)$ монотонно убывает с ростом аргумента x .

Для описания этой тенденции можно использовать следующие модели: степенная, логарифмическая и дробно-рациональная, которые описываются уравнениями:

Степенная модель:

$$y = ax^\beta, \text{ где } a > 0, 0 < \beta < 1 \quad (2)$$

Логарифмическая модель:

$$y = \beta \ln x + a, \text{ где } \beta > 0 \quad (3)$$

Дробно-рациональная модель:

$$\frac{x}{y} = a + \beta x \quad (4)$$

В дробно-рациональной модели при $x \rightarrow \infty$ функция ограничена сверху и асимптотически стремится к величине $\frac{1}{\beta}$.

Приведем примеры рассматриваемой тенденции из области экономики и коммерции:

Совокупная полезность U с ростом объема x потребляемого блага возрастает с монотонно убывающей скоростью (эта закономерность была сформулирована математиком Даниилом Бернулли еще в 1738 году, в экономической теории она получила название закон убывающей предельной полезности).

Аналогичный по своему проявлению закон имеется и в сфере производства, в экономике он называется законом убывающей доходности ресурсов. Его суть в следующем: по мере увеличения количества используемого в производстве переменного ресурса R при неизменном уровне других фиксированных ресурсов неизбежно наступит момент, когда по мере увеличения R прирост продукции ΔQ , приходящийся на очередную порцию ΔR используемого ресурса, будет монотонно снижаться.

Третья тенденция возрастания с монотонно возрастающей скоростью описывается вогнутой возрастающей кривой, которая при $x \rightarrow \infty$ неограниченно растет, при этом ее первая производная также монотонно растет. Рассматриваемая тенденция может описываться следующими моделями: полиномиальной, степенной и экспоненциальной.

Полиномиальная модель:

$$y = a_0 + a_1x + a_2x^2 + \dots + a_nx^n \quad (5)$$

Наибольший показатель n определяет степень полиномиальной модели, на практике обычно ограничиваются моделями 2-й и 3-й степени.

Степенная модель описывается уравнением (2), однако при $a > 0$, $\beta > 1$ и является частным случаем полиномиальной модели (5).

Экспоненциальная модель вида:

$$y = ae^{kx}, \text{ где } a > 0 \text{ и } k > 0 \quad (6)$$

Эта модель описывает процессы с постоянным темпом роста, для которых отношение $\frac{y'}{y} = \text{const}$ и не зависит от величины аргумента x .

Примером рассматриваемой тенденции в микроэкономике может служить поведение производственной функции в случае возрастающей доходности ресурсов. Такая ситуация может возникать не только на начальном этапе производственного процесса, но и достигаться за счет оптимального сочетания факторов производства и внедрения новых и более продуктивных технологий.

Следующая группа убывающих тенденций: первая в ней тенденция убывания с постоянной скоростью, которая также широко распространена в сфере экономики и описывается уравнением прямой линии с отрицательным угловым коэффициентом:

$$y = -kx + b \quad (7)$$

В качестве примера данной тенденции можно представить закон спроса, согласно которому спрос D на товар при прочих равных условиях линейно падает с ростом цены P на этот товар.

Вторая убывающая тенденция с монотонно убывающей скоростью описывается графически убывающей вогнутой кривой, которая при $x \rightarrow \infty$ либо стремится к нулю, либо имеет горизонтальную асимптоту $y = b$.

Для описания такого рода тенденций могут быть использованы следующие математические модели: степенная, экспоненциальная, экспоненциальная с горизонтальной асимптотой, дробно-рациональная.

Степенная модель описывается уравнением:

$$y = \frac{a}{x^\beta}, \text{ где } a > 0 \text{ и } \beta > 0 \quad (8)$$

Экспоненциальная модель выражается уравнением вида:

$$y = ae^{-kx}, \text{ где } a > 0 \text{ и } k > 0 \quad (9)$$

Эта модель описывает процессы с постоянным темпом снижения величины y , для которых

$$\frac{y'}{y} = \frac{-ake^{-kx}}{ae^{-kx}} = -k = \text{const.}$$

Экспоненциальная модель с горизонтальной асимптотой описывается уравнением:

$$y = ae^{-kx} + b, \text{ где } a > 0, k > 0 \quad (10)$$

Дробно-рациональная модель также описывает случай с горизонтальной асимптотой вида:

$$\frac{x}{y} = \beta x - a, \text{ где } a > 0 \text{ и } \beta > 0 \quad (11)$$

Здесь при $x \rightarrow \infty$ график функции стремится к горизонтальной асимптоте, описываемой уравнением $y = b$.

Рассматриваемая тенденция убывания с монотонно убывающей скоростью весьма часто встречается в экономических процессах, например, в теории управления известен так называемый гиперболический закон стимуляции и связанный с ним принцип убывающей отдачи А. Тюрго - Т. Мальтуса, действие которого можно наблюдать в технике, живой природе и в сфере экономики.

Последняя тенденция – убывание с монотонно возрастающей скоростью – описывается графически убывающей выпуклой кривой, при этом величина первой производной является отрицательной и монотонно возрастает по абсолютной величине с ростом аргумента x . В экономических системах эта тенденция «в чистом виде» практически не встречается, однако она наблюдается в так называемых «составных моделях» экономических процессов, имеющих точку локального экстремума.

Классификация тенденций в экономических процессах с помощью математических функций способна усилить прикладной характер математического анализа в экономическом вузе. Студент, знакомый с ней, сразу отнесет новый закон или соотношение к одной из известных ему шести тенденций, что позволит автоматически определить набор функций и установить ряд характерных свойств, типичных для данной тенденции. В итоге – механическое запоминание уступает место осознанному изучению учебного материала.

Математические модели тенденции экономических процессов являются полезным и необходимым инструментом, позволяющим специалистам яснее ориентироваться в конкретной экономической ситуации, делать обоснованные прогнозы и принимать компетентные решения.

Список литературы:

1. Высшая математика для экономического бакалавриата: учебник и практикум для вузов / под ред. проф. Н.Ш. Кремера. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 909 с.
2. Гармаш А.Н., Орлова И.В., Федосеев В.В. Экономико-математические методы и прикладные модели: учебник для бакалавриата и магистратуры. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 328 с.
3. Математика для экономистов: учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О.В. Татарникова. – М.: Юрайт, 2015. – 593 с.

Закутаева Кристина Викторовна

студентка 2 курса факультета системного анализа и информационных технологий
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: kr.zakutaeva@yandex.ru

Локтионова Эльвира Анатольевна

к.п.н., доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: Evdokia62@yandex.ru

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 366.1

Макарова Т.Н., Рахимова А.Дж.

**ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ПРЕДПОСЫЛКА
ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАТОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

В данной статье рассматриваются новые тенденции в поведении потребителей России в разные периоды времени в зависимости от изменений экономической конъюнктуры, наличия экономических кризисов, введения санкций. Выявлены разного рода изменения в поведении как потребителей, так и в ведении экономической деятельности различными производственными и предпринимательскими структурами.

Ключевые слова: макро- и микросреда, деловая активность, прожиточный минимум, потребительское поведение, рыночные отношения, спрос, предложение, адаптация, ассортимент, политика сбыта.

В связи с развитием рыночных отношений в Российской Федерации маркетинг распространяется все шире и шире и находит все новые аспекты применения. В настоящее время он является самой действенной концепцией управления рынком. Мелкими шагами концепция маркетинга становится повседневной практикой деятельности многих российских компаний. Можно выделить следующие тенденции внедрения маркетинга:

1) маркетинг на уровне понимания его как концепции вошел в повседневную деятельность многих компаний, но отсутствие индивидуального плана маркетинга делает эффект от соответствующих мероприятий ниже ожидаемого;

2) тщательное изучение зарубежных теорий и практики маркетинга, которые приводят к выводу о невозможности его практического использования в своей стране в силу нехватки финансовых, трудовых, материальных и других ресурсов.

3) формирование маркетингового отдела. Но зачастую маркетинг воспринимается как модная тенденция, но не как стратегическая концепция, которая обеспечивает успешное функционирование на рынке. При этом никаких кардинальных изменений в деятельности не проводится, в результате принятие идей маркетинга остается на бумаге, а фактически они не выполняются в ходе коммерческой деятельности.

Это говорит о том, что для России проблема не заключается в необходимости изучения классической теории маркетинга, напротив, она заключается в ознакомлении с опытом их применения зарубежными фирмами, чтобы потом внедрить этот опыт в свою деятельность, предварительно адаптируя его к особенностям российской макро- и микросреды.

В период перехода от плановой экономики к рыночной системе ведения народного хозяйства практическое применение концепций маркетинга было практически невозможно из-за начальной стадии зарождения рынка и слабого развития его главных элементов, а именно: товарного предложения, системы цен и инфраструктуры рынка.

Если рассматривать российских потребителей в период зарождения либерализации цен, то важно отметить слабость обеспечения реальных потребностей населения денежными средствами, оказывающими влияние на формирование и объем спроса. Главной трудностью активного населения, которое стремилось к предпринимательской деятельности, было накопление первоначального капитала.

Самыми привлекательными с точки зрения приложения деловой активности были торговомедернические операции. Аккумулировавшийся за период «плановой экономики» спрос очень активно реагировал на товары широкого потребления, а учитывая общую низкую платежеспособность населения, популярными были дешевые товары из азиатских стран, Турции, а также Польши и Греции.

В период накопления первоначального капитала взяло свое начало расслоение общества. Согласно данным Госкомстата России, численность населения с доходами ниже прожиточного минимума составляла 22 млн человек в 2015 г. и соответственно 17,4 млн в 2014 г. Также нужно отметить, что за этот период отмечалась тенденция определенного снижения показателей разрыва в уровнях доходов предельных групп – в начале 2016 г. этот показатель составил 29,25 млн человек.

Независимо от такой тенденции процесс дифференциации в доходах населения стал причиной дифференциации в потребностях, которые подкреплялись платежеспособностью. Именно в этот пе-

риод цена как элемент комплекса маркетинга начала выступать в качестве определяющего фактора при принятии решения в вопросах совершения покупок.

Таким образом, если население с низким доходом пыталось найти более дешевые товары, то есть, руководствуясь эффектом замещения, то так называемые «новые русские» предпочитали дорогостоящие товары, не рассматривая высокую цену как гарантию качества, а рассматривая ее как путь к самовыражению, к подтверждению своего статуса в обществе.

Является очевидным, что такое разделение слоев общества неизбежно стало причиной становления полярно-противоположных объектов в формировании отечественной инфраструктуры. Таким способом были проложены истоки появления верхней и нижней ступеней многоуровневой системы предложения потребительских товаров и услуг:

- 1) бутики и супермаркеты;
- 2) недорогие магазины и вещевые рынки.

Главной функцией таких форм ведения торговли было удовлетворение поляризованного по доходам потребительского спроса. Но такую ситуацию нельзя рассматривать как нормальную, поскольку фактор качества не играл никакой значимой роли, полностью уступив место значимости цены. В такой ситуации не было никакой приверженности определенным торговым маркам. Часто потенциальных потребителей интересовала страна, которая производила продукцию.

Примерно в 2007-2008 гг. на рынке появились потребители, покупательское поведение которых сильно отличалось от ранее сформировавшихся предпочтений «богатых» и «бедных». Данный контингент покупателей предъявлял свои, кардинально отличающиеся от двух вышеупомянутых групп требования к товарам. Данный сегмент в более крупном масштабе характеризуются следующими требованиями к товарам:

- 1) товар должен быть не слишком дорогим;
- 2) товар должен быть качественным по своим главным функциональным свойствам;
- 3) потребитель желает приобрести не просто набор определенных свойств, а также и определенную гарантию качества данных товаров.

Рассматривая потребительский рынок западных стран, становится ясным, что большая доля товарооборота приходится на представителей «среднего класса». Это и является причиной того, что маркетинговые стратегии многих производителей и продавцов стремятся удовлетворить спрос данной категории потребителей.

Как уже говорилось раньше, формирование потребительского рынка в России взяло свое начало с двух противоположных друг другу сегментов, главной общей характеристикой которых была потребительская неразборчивость. Ни богатые, ни малообеспеченные покупатели не брали во внимание фактор качества товара и не имели определенных предпочтений среди товарных марок. Тем самым данные сегменты потребителей принесли продавцам большие доходы – одни из-за высокой прибыли, другие – из-за высокого уровня объема товарооборота. С 2008 г. некоторые потребительские рынки товаров с двухуровневым предложением начали испытывать трудности со сбытом продукции. Данное явление находит логическое объяснение пресыщением «предельных сегментов» рынка и зарождением спроса на недорогие, но относительно качественные товары.

Стереотипы потребительского поведения среднего класса, как уже говорилось выше, в значительной мере сложнее, по сравнению с поведением богатых и бедных сегментов. По этой причине его становление требовало от российских предпринимателей более совершенных методов ведения коммерческой деятельности по следующим причинам:

- 1) Для многих представителей зарождающегося российского среднего класса путешествие в зарубежные страны во время отдыха или командировок стало нормой. По причине этого у них возникла возможность сравнивать реальный уровень цен на товары различного качества. Вследствие дальнейшего сохранения данной ситуации на рынке, когда предложение товаров было крайне поляризованной по ценовой категории продукцией при сохранении «пустоты» в середине, для отечественных предпринимателей появилась угроза потери наиболее емкого и перспективного потребительского сегмента.

- 2) Спрос среднего класса во многих моментах является в достаточной мере эластичным по отношению к цене. Это и мотивировало предприятия, которые были ориентированы на средний класс, завоевывать и в перспективе сохранить своих покупателей или с помощью более привлекательных цен, или обновляя разнообразие своего ассортимента.

В начале формирования рыночных отношений для успешной деятельности на рынке продукции российских производителей использовались два основных слагаемых – низкая цена и псевдо-западная торговая марка, которая ассоциировалась с зарубежным происхождением товара.

По мере развития рыночных отношений, которые сопровождались формированием многообещающего сегмента покупателей, готовых к приобретению качественной продукции отечественного производства по невысокой цене, российские производители начали проявлять интерес к увеличению масштабов своей деятельности.

Повысив качество продукции, отечественные производители текстильных изделий одновременно столкнулись с необходимостью изменения существующей сети сбыта, так как предыдущие основные каналы сбыта вещевого рынка перестали быть актуальными для реализации качественной одежды. Складывается впечатление, что повышение качества продукции требовало формирования более усовершенствованной сети реализации товара, которая должна была быть основана на создании собственных магазинов, а также организации фирменных секций в крупных универмагах.

Стоит отметить, что основной преследуемой целью приобретения собственных магазинов является поддержание доступной цены на продукцию и, естественно, ассортимент данных товаров, который должен включать в себе достаточно качественные, но относительно простые и не столь дорогие изделия.

К примеру, российская компания Kristy, которая производит женское белье и пальто, в качестве своего целевого сегмента рассматривает потребителей с невысоким уровнем дохода, но в то же время основной акцент в развитии сбытовой политики делается именно на создании своих собственных магазинов и постепенном переходе с вещевых рынков в эти магазины.

Что касается открытия отечественными производителями текстильных изделий фирменных секций в крупных универмагах, то стоит подчеркнуть, что данная политика реализации распространяется на ассортимент изделий высокой стоимости, точно стилизованных под одежду «в европейском стиле». Говоря о ценовом уровне, необходимо отметить, что он находится в пределах от среднего до высокого, и главным критерием позиционирования продукции является полная ее идентичность с аналогами зарубежного производства, что достигается при помощи использования якобы западной торговой марки либо реализации продукции, которая была действительно произведена за рубежом по специальному заказу.

Ярким примером проведения такой товарно-ассортиментной политики может быть частная томская фирма «Веста», которая создала известный костюмный брэнд RicoPonti, а также вышеупомянутая компания «Руссо», которая начала освоение средних и дорогих ценовых сегментов рынка, выпуская коллекции мужских костюмов и сорочек Pharaon.

Кроме этих тенденций, на российском рынке текстильных изделий нужно отметить такой факт, как появление магазинов, которые работали по системе популярных в западных странах, так называемых стоков. Стоком обычно называют магазин, торгующий одеждой известных марок по относительно низким ценам; секрет возможностей установления таких цен заключался в том, что одежда поступала из прошлогодних коллекций, которые по причине высокой цены не были полностью проданы через систему бутиков. Впервые на российском рынке стоки начали свое функционирование по инициативе компании «АБМ-Холдинг», которая начала развивать такой вид розничной торговли после августовского кризиса. Основополагающим фактором развития сети стоков стало изменение материального положения значительного числа потребительского сегмента, имевшегося до августа 2009 г. Представители потенциальных потребителей со средним доходом отличались общей основной чертой, при падении уровня доходов они продолжали хорошо одеваться, предпочитая одежду известных марок.

В заключение самым наглядным примером изменения поведения российских покупателей является развитие торговых комплексов, преобладающий ассортимент которых ориентирован на потребителей со средним уровнем доходов, которые готовы переплатить за гарантию качества и сервиса, а также за возможность приобретения широкого ассортимента продукции и услуг в одном месте.

Наиболее характерными чертами, которые отражают изменения в поведении российских покупателей и обусловлены соответствующим состоянием предложения товаров в ходе процесса эволюционного развития рынка розничной торговли, являются:

- довольно однообразный по своей структуре спрос по причине отсутствия в течение долгого времени возможности выбора;
- слишком поляризованный спрос вследствие характера процесса перераспределения доходов населения;
- зарождающийся спрос, который отражает стиль совершения покупок так называемого среднего класса; основными чертами такого спроса являются качество, сервис, разумная цена.

Отмеченные ранее изменения в характере спроса российских потребителей выступили также в качестве истоков к переменам на рынке операторов розничной торговли и дали импульс динамике развития наиболее современных форматов ведения торговли.

Список литературы:

1. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с франц. – СПб.: Наука, 2006. – 145 с.
2. Макарова Т.Н., Сотникова Е.А., Колосова К.С. Влияние новых технологий на экономическое поведение потребителей // Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов. Международная научно-практическая конференция: материалы и доклады. Под общей редакцией О.А. Строевой. – Орел: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Орловский филиал), 2015. – С. 172-177.
3. Макарова Т.Н., Пьянова Н.В., Черепанова Ф.В. Потребительское поведение в конкретных ситуациях // Научные записки ОрелГИЭТ, 2015. – №1 (11). – С. 148-152.
4. Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru>.
5. Самуэльсон П. Экономика. – М.: Прогресс, 2011. – 118 с.

Макарова Татьяна Николаевна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: markening-ogiet@mail.ru

Рахимова Анора Джамишедовна

студентка 4 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: miss.org@mail.ru

УДК 005.591.43

Разумова В.Л., Арманшина Г.Р.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО АУТСОРСИНГА В РОССИИ

Статья посвящена изучению особенностей современного аутсорсинга в России, поскольку предпринимательство не стоит на месте, а постоянно находится в динамичном развитии. Чтобы компания была конкурентоспособной, руководство прибегает к услугам аутсорсинга, являющегося прекрасным способом снижения затрат и повышения эффективности бизнеса.

Ключевые слова: аутсорсинг, организация, Россия.

Сегодня аутсорсинг – это не просто способ снижения затрат и повышения эффективности бизнеса, он также является настоящей бизнес-философией. При помощи аутсорсинга преобразовываются знакомые нам представления о современной компании, ее взаимоотношения с партнерами и потребителями. Если на начальном этапе развития данной концепции в аутсорсинг передавали второстепенные функции организации, такие как кадровое делопроизводство и бухгалтерский учёт или, например, IT-обслуживание, то на сегодняшний день и основная деятельность подвергается аутсорсингу.

Однако постоянное изменение условий ведения бизнеса оказывает влияние на развитие аутсорсинга. Именно поэтому очень важен постоянный анализ данной концепции.

В отличие от зарубежных компаний, где аутсорсинг появился в начале 20 века, в России это явление датируется серединой девяностых годов 20 века. Являясь достаточно молодым направлением на российском рынке, аутсорсинг востребован преимущественно иностранными фирмами, однако он постепенно становится популярным также и среди отечественных компаний. Так, например, на данный момент достаточно крупный сегмент малого и среднего бизнеса прибегает к услугам внешних специалистов [1].

Становление предпринимательства в современной России проходило в достаточно непростых и суровых условиях, когда методы конкурентной борьбы угрожали не только бизнесу, но и жизни и здоровью его собственников. Поэтому одной из первых основных задач российского бизнеса являлась задача экономического и физического выживания.

Именно поэтому первопроходцами в области аутсорсинга в России стали частные охранные предприятия (ЧОП), которые позволили достаточно большому количеству организаций защитить свой бизнес более качественно и профессионально. Первые ЧОПы появились в начале 90-х годов, многие из них успешно функционируют до сих пор, превратившись в крупнейшие многопрофильные

компаний, специализирующиеся в сфере обеспечения физической охраны личности и объектов, коммерческой безопасности и технической защиты объектов.

Следующая ступень развития аутсорсинга в России – это использование компаниями услуг сторонних рекламных организаций.

Специалистов в области рекламы катастрофически не хватало, это и создало благоприятную почву для создания специализированных рекламных агентств, которые были бы способны выполнять всевозможные проекты. Однако затраты на привлечение рекламного агентства были не меньше, а во многих случаях и больше, чем выполнение работ силами собственного отдела, но это был единственный путь для создания качественной рекламы. Реклама для компании является одной из самых затратных издержек производства, уступая лишь фонду заработной платы и аренде, и составляет 20% всех издержек (рисунок 1).



Рисунок 1 – Постоянные издержки организации

Вслед за рекламными агентствами появились PR-агентства (связь с общественностью) и исследовательские компании. Однако если исследовательские компании привлекались в основном на проектной основе, то многие рекламные и PR-агентства выполняли полный спектр услуг, которые соответствуют отделам своих клиентов, фактически замещая эти отделы.

В 1998 году начался бум Рунета, т.е. российского интернет-сегмента, благодаря которому появились не только сотни сайтов, но и большой рынок услуг по их созданию, поддержке и продвижению. За последние восемь лет количество сайтов в домене .ru увеличилось в несколько раз, и создание достойного web-представительства стало насущной необходимостью (рисунок 2). Это говорит лишь о том, что люди активно пользуются интернет-благами для развития своего бизнеса, например, создают сайты для своих компаний, тем самым помогают распространить информацию о своей компании потенциальным работникам и конкурентам.

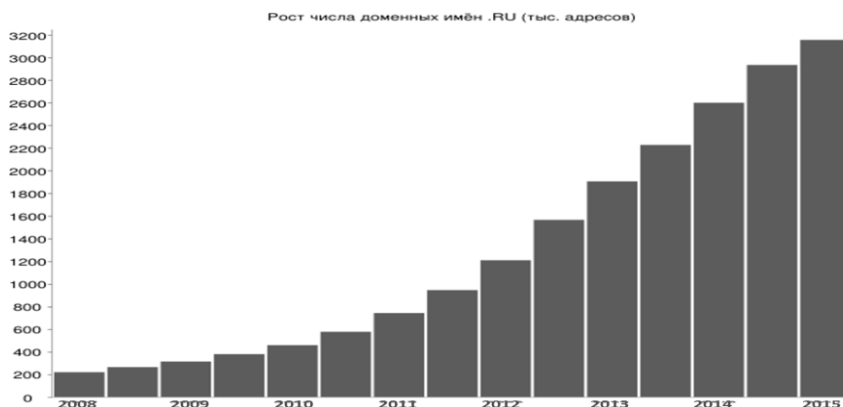


Рисунок 2 – Рост числа доменных имен. RU за период 2008-2015

Самые тяжелые проекты создавались и выполнялись штатными программистами и специализированными компаниями, а более простые заказы на разработку web-сайтов обеспечили безбедную юность тысячам студентов. Впоследствии лучшие из них основали собственные студии web-дизайна.

Именно развитие российского сегмента интернета дало толчок к активному развитию аутсорсинга на российском рынке. Сегодня российский аутсорсинг активно развивается, однако темпы его развития несколько меньше, чем на аналогичных зарубежных рынках (рисунок 3). Хотя в некоторых областях, таких как подбор и наем персонала, его развитие и оценка, российский аутсорсинг является более востребованным.

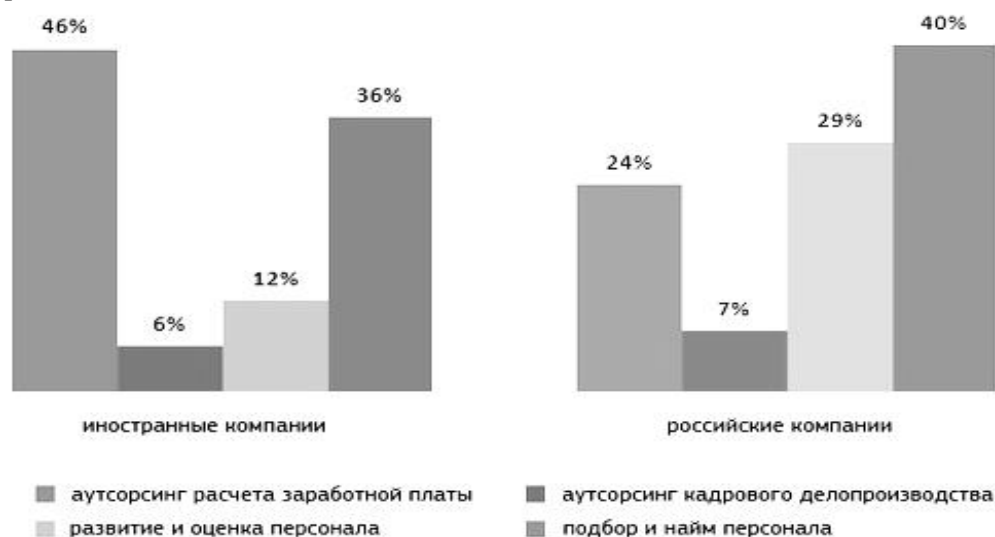


Рисунок 3 – Сравнительные данные по использованию аутсорсинга российскими и зарубежными компаниями

В России рынок аутсорсинга на данный момент не отличается динамичностью. И более активную позицию занимает подрядчик, предлагающий заказчику свои услуги. В сфере аутсорсинга Российская Федерация отстает не только от Запада, но и от Востока. К примеру, в Китае в 2015 году на государственные средства было подготовлено примерно 1,2 млн сертифицированных специалистов в области аутсорсинга [2].

ИТ-аутсорсинг в России остается одной из ведущих сфер развития аутсорсинга (рисунок 4). В этой сфере поставщики услуг предлагают разработку программных приложений, аутсорсинг сетевых и телекоммуникационных услуг, аутсорсинг ИТ-департаментов. В начале двухтысячных особенно выгодным был аутсорсинг ПО (так называемое «оффшорное программирование»), сейчас фокус рынка сместился на аутсорсинг ИТ-процессов предприятий.



Рисунок 4 – Структура рынка аутсорсинга в России

Важным преимуществом ИТ-аутсорсинга является то, что, в отличие от отдельного сотрудника организации, специалист аутсорсинга грамотно решает проблемы или задачи, поставленные заказчиком, а не осуществляет так называемое «латание дыр», которым обычно занимаются рядовые работники компании. Также преимущество услуг ИТ-аутсорсинга над самостоятельной работой компании заключается в том, что работники ИТ-аутсорсинга узкоспециализированы, поэтому довольно быстро справляются со своим полем деятельности и обходятся дешевле, чем компании с многопрофильным направлением. Несомненно, финансовая сторона очень важна для предприятия, а так как большинство услуг, оказываемых аутсорсерами, стоят меньше, чем ставка постоянного системщика в штатном расписании в перерасчете на год, то, естественно, что взаимосвязь с аутсорсингом наиболее выгодна для предприятий, что является очевидным плюсом [3].

ИТ – самый крупный рынок российского аутсорсинга. Динамика этого рынка свидетельствует о высокой квалифицированности отечественных специалистов данного профиля и общей готовности бизнеса развиваться в этом направлении. На сегодняшний день около 50% компаний используют ИТ-аутсорсинг и планируют расширить его применение.

Аутсорсинг бухгалтерских, кадровых и иных административных функций вошел в практику российских компаний еще в начале девяностых годов. Сейчас на рынке аутсорсинга бизнес-процессов действуют более десяти специализированных российских компаний.

А одними из первых в ИТ-аутсорсинге стали западные компании. Так, в 1994 году работающим зарубежным предприятиям на территории России свои услуги начала предлагать Intercomp Global Services.

Сегодня крупнейшие и популярные поставщики услуг аутсорсинга учетных функций на российском рынке – это Intercomp Global Services, BDO, АНКОР, ОМК-Аудит.

Основные потребители аутсорсинга учетных функций в России – это иностранные компании и крупный российский бизнес. Малый и средний бизнес предпочитает полагаться на свои внутренние ресурсы.

Большинство организаций в России работает в условиях жесткой конкуренции. Несомненно, это требует снижения издержек при сохранении высокого качества предоставляемых услуг. Это вызывает новые возможности для аутсорсинговых фирм, среди которых можно отметить:

- предоставление услуг call-центра;
- техническую поддержку корпоративных информационных систем;
- предоставление информационных услуг и т.д.

Создание call-центра требует довольно больших вложений в оборудование, используемое полный рабочий день только в крупных компаниях. В то же время многим небольшим фирмам желательно использовать call-центр время от времени для проведения маркетинговых акций или иметь в нем одного-двух постоянных сотрудников для оказания технической поддержки клиентам. В этом случае аутсорсинговый call-центр может предоставить на выгодных условиях для данной компании как оборудование, так и операторов, выступая, таким образом, еще и в роли аутстаффера [4].

Услугами call-центра в России в основном пользуются в больших городах. Самый большой спрос аутсорсинга в области call-центра отмечен в городе Москве, он составляет 81%, затем следует Санкт-Петербург, он использует всего лишь 11%, а остальные 8% пользования услугами call-центра занимают регионы.

Техническая поддержка корпоративных информационных систем требует наличия у заказчика высокооплачиваемых специалистов, каждому из которых необходимо пройти специальное обучение. Поэтому передача обслуживания системы сторонней организации позволяет не только снизить затраты, но и избежать дополнительных расходов на обучение нового сотрудника в случае увольнения специалиста по поддержке.

Предоставления информационных услуг, в частности таких, как мониторинг СМИ или мониторинг деятельности конкурентов все чаще отдается сторонним исполнителям. Это позволяет заказчику рационально использовать финансовые ресурсы, а исполнителю, работающему с несколькими заказчиками, иметь доступ к новейшим информационным технологиям.

Аутсорсинг бизнес-процессов включает в себя кадровый учёт, бухгалтерию, маркетинг, рекламу, логистику и прочее. Наиболее востребованным среди вышеперечисленных является бухгалтерское обслуживание (рисунок 5). Такая практика показывает, что она успешно применяется в США и является там наиболее распространенной, так как каждая третья организация отдаёт бухгалтерию на аутсорсинг. В России же к бухгалтерскому аутсорсингу прибегает совсем небольшое количество компаний, составляющее всего лишь 15% в структуре спроса на рынке аутсорсинга. Среди крупных и средних фирм этот показатель составляет 5%, а среди малого бизнеса – не больше 60%.



Рисунок 5 – Структура спроса на рынке аутсорсинга

Все эти возможности уже используются и будут использоваться в будущем все чаще и чаще. На наш взгляд, список услуг, предоставляемых аутсорсинговыми компаниями, будет только расширяться, создавая при этом новые возможности для взаимовыгодного сотрудничества.

Наиболее важная тенденция аутсорсинга в 2015 году – это его рынок, который был на подъеме по сравнению с прошлыми годами, которая наблюдается не только во всем мире, но и конкретно в нашей стране. Специалисты в области аутсорсинга давали прогнозы для серьезного роста спроса на услуги аутсорсеров. Расходы у предприятий именно на эти услуги должны были увеличиваться вплоть до 2018 года, а в этом году подъем будет примерно на уровне 4,5%.

В Российской Федерации рынок аутсорсинга будет расти, следуя мировым тенденциям. К примеру, в конце 2015 года стало понятно, что за прошедший год рынок в данной сфере вырос примерно на 4%. В нашей стране движение компании к аутсорсингу началось относительно недавно, но активный интерес к данной сфере услуг проявляет всё больше компаний и предпринимателей. Заказывают не только обслуживание каких-то простых функций, но и сложное техническое обслуживание, решение комплексных задач.

Интересно, что темпы развития IT-аутсорсинга в России будут опережать мировые. Да, в 2015 году эта ветка услуг находится в нашей стране всё еще на стадии становления, но её развитие идет колоссальными темпами. Сложности в экономической составляющей нашей страны заставляют многие компании оптимизировать свои расходы и обращаться к профессиональным аутсорсерам.

Аутсорсинг будет помогать и импортозамещению. Вероятность сохранения сложной геополитической ситуации в России и связанные с этим риски нарушения безопасности или управления информационными системами либо отказ зарубежного производителя от предоставления или поддержки своих продуктов будут заставлять отечественные компании задумываться о том, как снизить зависимость от иностранной интеллектуальной собственности и минимизировать риски. Ответом на вызовы может стать как импортозамещение, направленное на замену патентованных продуктов российскими разработками, так и привлечение аутсорсера. Эксперты отмечают, что реализация программ импортозамещения, безусловно, повысит долю российских решений и сервисов в сфере информационных технологий, однако в настоящее время далеко не все типы информационных продуктов и систем могут быть эффективно замещены российскими разработками. «Замена может осуществляться продуктами с открытым кодом, не создавая новых рисков для бизнеса. И здесь роль профессионального аутсорсера и консалтера, которые имеют опыт внедрения, настройки и сопровождения широкого спектра различных продуктов, становится определяющей для успеха проекта импортозамещения на открытые технологии», – отмечают специалисты [5].

Список литературы:

1. Дейнека А.В., Беспалько В.А. Управление человеческими ресурсами: учебник для бакалавров. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 389 с.
2. Колосова Е. Рынок аутсорсинга в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/mr/services/ito_bpo.htm.
3. Михайлов Д.М. Аутсорсинг: новая система организации бизнеса: учебное пособие для вузов. – М.: КноРус, 2009. – 256 с.
4. Рынок аутсорсинга в России: кристаллизация началась [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.4cio.ru/news/view/4710/>.

5. Факторы, препятствующие развитию аутсорсинга в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.i-ias.ru/publikacia/outourcing_faktori.html.

Разумова Вера Леонидовна

студентка 3 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: razumova.vera@mail.ru

Арманишина Гульнара Рамильевна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

УДК 34:005

Ретунский Р.С.

РОЛЬ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье исследуется правоприменительная деятельность как одна из важнейших форм реализации права, отличающаяся особыми признаками. В работе анализируются стадии правотворческого процесса, подчеркивающие сложность и многогранность правоприменительной деятельности.

Ключевые слова: правоприменение, субъекты правоприменения, правоприменительный процесс, акт применения права, эффективность правоприменения.

Право – это один из социальных регуляторов общественных отношений, а правовые нормы в современных условиях выступают главным помощником в построении правовой государственности. Качество правовой регуляции зависит не только от правильной и слаженной правотворческой деятельности, но и четкого и точного претворения этих правовых норм в жизнь – реализации права. Одной из важнейших форм реализации права выступает правоприменение, благодаря которому происходит взаимодействие права, его адресатов и государства. Многими учеными отмечается, что проблемы эффективности правовой регуляции не столько связаны с недостаточным качеством правовых норм, а в большей степени проистекают от неэффективности правоприменительной практики, что придает особую актуальность исследованиям в данной области. Применение права – это форма реализации права, субъектами которой выступают компетентные органы, наделенные властными полномочиями, а исполнение этих полномочий обеспечивается принудительной силой государства [2]. Таким образом, правоприменение осуществляется в процессе реализации государственными органами, органами местного самоуправления и должностными лицами своих государственно-властных полномочий. Следовательно, само государство в лице компетентных органов и должностных лиц осуществляет деятельность по применению права. Как отмечает А.В. Малько, «применение права – это деятельность компетентных органов, направленная на реализацию в жизнь предписаний, закрепленных в нормах права» [10]. Таким образом, правоприменение является «лакмусовой бумагой» состояния законодательства, правовой культуры, правосознания, морали и справедливости, признаваемой обществом в определенный период своего развития.

Наиболее полно понятие правоприменения раскрывает Т.Н. Радько, по мнению которого, применение права – это государственно-властная деятельность компетентных государственных органов, должностных лиц и уполномоченных негосударственных организаций по реализации правовых норм относительно конкретных жизненных случаев путем вынесения индивидуально-конкретных правовых предписаний. Таким образом, правоприменение представляет собой властную деятельность, уполномоченных от имени государства субъектов. В инструментальном смысле правоприменительная деятельность может быть рассмотрена как механизм перехода от абстрактных правовых норм к индивидуально-конкретным предписаниям, направленным на решение фактических жизненных ситуаций. По мнению Т.В. Яловенко, «применение права выступает в качестве необходимого посредника между нормативным закреплением прав человека и их практическим осуществлением» [8]. Правоприменение необходимо в случаях, когда без определенных решений компетентных субъектов невозможна сама по себе реализация юридических норм, или ход их реализации объективно

требует текущей корректировки [11], что значительно отличает его от других способов реализации права. Современные исследователи стараются выделить наиболее важные признаки, отличающие правоприменение от других правореализационных форм. В первую очередь, применение права может осуществляться только специальными субъектами, а именно органами государственной власти и местного самоуправления, а также должностными лицами. Это опосредуется тем, что государство наделяет специальных субъектов определенными государственно-властными полномочиями, благодаря которым предполагается осуществление законного и справедливого правоприменения. Однако по поводу субъектного состава в правоприменении существует немало дискуссий. Предполагается, что субъектами правоприменения являются не только государственные органы, но и негосударственные, и, на наш взгляд, следует с этим согласиться. Например, обращаясь к мнению В.Н. Карташова, который высказал идею о том, что правоприменение представляет собой не государственно-властную деятельность, а вообще любую властную деятельность компетентных субъектов, следует заметить, что действительно на данный момент осуществление правоприменительных функций делегировано не только органам государственной власти. На сегодняшний день правоприменительные функции широко осуществляют также и органы местного самоуправления, различные общественные организации, частные нотариальные и адвокатские конторы, различные центры по оказанию услуг, кредитные организации и другие. Правоприменение должно осуществляться компетентными органами только в пределах предоставленных им законодательством полномочий, и выход за рамки дозволенного является правонарушением. Что касается граждан государства, не имеющих государственно-властных полномочий, отмечается, что они не относятся к субъектам правоприменения. Вместе с этим граждане участвуют в применении права, обращаясь в компетентные органы за разрешением интересующего их вопроса, конкретных жизненных ситуаций. В определенных случаях граждане могут переходить в разряд правоприменителей и осуществлять государственно-властные полномочия, например, при поступлении на государственную службу, избрании на должность в государственный аппарат или в систему местного самоуправления.

Во-вторых, правоприменительный процесс образуют определенные правоприменительные отношения, носящие публично-правовой характер. Этот вид отношения характеризуются тем, что, с одной стороны, всегда выступает наделенный властными полномочиями компетентный субъект, который действует в общественных интересах. Во-вторых, данный субъект использует свои властные полномочия и воздействует на другого участника правоприменения, формами которого могут быть принуждение, поощрение, содействие, привлечение к ответственности и другие.

В-третьих, правоприменение должно осуществляться в определенной строгой процессуальной форме, которая устанавливается законодательно. Как отмечает, А.Г. Самусевич, «осуществление правоприменения как особой формы реализации права обуславливается наличием процессуальной формы, которой, собственно, и является правоприменительная деятельность» [7]. Несоблюдение установленной законом формы является неправомерной деятельностью. Ведь правоприменительная деятельность заключается именно в установлении законности и правопорядка в государстве, а нарушение принятой законом формы может привести к обратному, негативному результату. Применение права имеет две разновидности: оперативно-исполнительную и правоохранительную деятельность властных субъектов, которые образуют целостный комплекс мер правового воздействия. Оперативно-исполнительная деятельность направлена на создание, изменение или прекращение правоотношений на основе выполнения предписаний правовых норм. Данная форма правоприменения направлена на гармонизацию публичных и частных интересов и осуществляется в формах конкретизации и контроля. Правоохранительная деятельность представляет собой действия, которые направлены на охрану правовых норм от нарушений, в ходе которой осуществляется надзор и контроль над действиями субъектов правоотношений и за вынесением решений в целях обеспечения соответствия правовым предписаниям. Субъектами этой разновидности правоприменительной деятельности выступают судебные и правоохранительные органы, обеспечивающие рассмотрение споров и применение санкций, различные профилактические действия в области правоприменения. Правоприменительный процесс представляет собой довольно сложную деятельность, имеющую отдельные элементы и в совокупности образующие «единство его составляющих, которые называются стадиями, имеющими свою внутреннюю логику, отвечающую требованиям действующего законодательства» [1]. Таким образом, в целях обеспечения эффективности правоприменительного процесса он должен осуществляться последовательно, а его субъекты обязаны соблюдать определенные стадии. Анализ различных источников позволяет говорить о том, что в научной литературе существуют различные дискуссии по поводу последовательности и этапности правоприменительного процесса. Например, Т.Н. Радько выделяет пять стадий правоприменительного процесса:

- 1) установление и анализ фактических обстоятельств дела;

- 2) выбор и анализ нормы права (юридическая квалификация);
- 3) уяснение содержания нормы права;
- 4) принятие акта применения;
- 5) контроль за исполнением принятого правоприменительного акта [6].

По мнению других ученых, правоприменительный процесс проходит четыре этапа:

- 1) установление фактической основы дела;
- 2) установление юридической основы дела;
- 3) решение дела;
- 4) исполнение решения.

Остановимся более подробно на стадиях правоприменения, которые образуют технологическую поддержку данного вида юридической деятельности.

Первой стадией правоприменения является установление фактической основы дела, которая заключается в сборе необходимой информации и обстоятельств по делу, их изучение и анализ. Важными факторами на данном этапе является своевременность, объективность, правильная оценка фактов, от которых зависит эффективность правоприменительного процесса в целом, а также четкое и справедливое установление истины по конкретному делу. Вторая стадия выражается в установлении юридической основы дела. Данная стадия характеризуется тем, что на основе полученной информации и изученных обстоятельств, дается правовая оценка конкретному делу, устанавливается правовая норма, на основе которой возможно эффективное разрешение данного дела. Следуя существующей в Российской Федерации системе права, правоприменитель вначале определяет отрасль права, затем отраслевой институт и, наконец, конкретную юридическую норму [10]. Выбранная норма права обязательно должна быть всесторонне оценена на применимость к конкретному делу, исходя из имеющихся юридических фактов и обстоятельств. Третьей стадией правоприменительного процесса является его результат, то есть принятие решения, которое должно быть основано на законе и формализовано актом применения права – индивидуальным юридическим актом. Правоприменительный акт имеет определенные юридические последствия и направлен на возникновение, изменение или прекращение правоотношений, а также обладает определенными специфическими признаками. В первую очередь, акт применения права может издаваться только уполномоченными на это органами. Во-вторых, правоприменительные акты носят индивидуальный характер, то есть предписания этого акта содержат определенные права и обязанности, которые направлены конкретному субъекту. В-третьих, правоприменительный акт имеет государственно-властный характер, иначе говоря, в акте содержатся обязательные для выполнения предписания. Также акт применения права должен издаваться строго в определенной форме. Таким образом, правоприменительный акт – это правовой акт, содержащий решение уполномоченного компетентного органа по конкретному делу, носящее государственно-властный индивидуальный характер и направленное на разрешение и урегулирование определенного юридического дела. Четвертая стадия – исполнение решения по делу, предполагающее определенные последовательные действия по претворению предписаний правовых норм в жизнь, осуществляемые в установленный законом срок. Исполнение решения может быть как добровольным, так и принудительным. Добровольное исполнение предполагает, что субъект общественных отношений без принуждения исполняет предписанные в индивидуальном акте обязанности. Тогда как принудительное исполнение предусматривает использование принудительных мер со стороны властного субъекта по исполнению решения по делу. Правоприменительный процесс, помимо основных стадий, составляет также выработку мнений и предложений по повышению качества правоприменения, оценку законности при осуществлении правоприменительной деятельности и состояния правопорядка, выступления с рекомендациями по усовершенствованию современного законодательства и многое другое. Таким образом, властные субъекты, осуществляя правоприменительную деятельность, формируют правоприменительную практику.

В процессе правоприменения затрагиваются права, свободы и законные интересы субъектов права, поэтому именно защита прав и законных интересов является приоритетной задачей. На практике возникают отклонения, связанные с недобросовестной, а иногда и просто преступной деятельностью властных субъектов, что подрывает авторитет органов правоприменения, зарождавая в обществе недоверие в целом к государственным институтам.

Следует согласиться с мнением К.Н. Пономарёва, который считает, что «правоприменительная деятельность должна быть образцом нравственной деятельности, она должна обеспечивать надежную защиту личности, общества и государства». Халатность в управленческой деятельности субъектов правоприменения нарушает необходимые требования и принципы правоприменительного процесса. Важным фактором, влияющим на эффективность правоприменения, является следование правоприменителя основным правилам, принципам и стадиям правоприменительного процесса.

Список литературы:

1. Галиев Ф.Ф. Логические основания стадий применения права // Правовое государство: теория и практика. – 2014. – №1 (35). – С. 86-91.
2. Ефремова Т.Д. Правоприменительная деятельность как этап реализации права: понятие и признаки // Вестник Московского городского педагогического университета. – 2010. – №1. – С. 55-62.
3. Карташов В.Н. Теория правовой системы общества: учебное пособие в 2-х томах. Т.1. – Ярославль: Из-во ЯрГУ. 2005. – 547 с.
4. Пономарев К.Н. Теоретико-методологический аспект эффективности правоприменительной деятельности // Вестник Академии экономической безопасности МВД России. – 2009. – №1. – С. 81-85.
5. Пьянов Н.А. Казанков Я.Н. О познании в правоприменительной деятельности // Пролог. – 2014. – №2 (6). – С. 5-11.
6. Радько Т.Н. Теория государства и права в схемах и определениях: учебное пособие. – М.: Проспект. 2011. – 135 с.
7. Самусевич А.Г. К проблеме соотношения понятий «правоприменительная деятельность и «правоприменение» (теоретико-правовой анализ) // Вопросы современной юриспруденции. – 2013. – №28. – С. 84-90.
8. Симонова Е.В. Об управлении бизнесом в условиях кардинальных изменений // Экономика предпринимательства: теория и практика: материалы и доклады международной научно-практической конференции (Орел, 01-30 апреля 2015 г.). – Орел: Издательство ООО «Научное обозрение», 2015. – С. 60-61.
9. Симонова Е.В., Инкина Е.С. О противодействии коррупции в Российской Федерации // Экономическая среда. – 2014. – №1 (7). – С. 106-112.
10. Теория государства и права: учебник 4-е изд. / отв. ред. А.В. Малько. – М.: КНОРУС. 2014. – 400 с.
11. Хахалев К.Р. К вопросу о способах применения права // Теория и практика общественного развития. – 2014. – №21. – С. 145-147.
12. Чикина Н.И., Симонова Е.В. Взаимодействие арбитражного суда и антимонопольных органов по укреплению законности в товарном обороте // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – №2. – С. 198-203.
13. Яловенко Т.В. Правоприменение и его роль в обеспечении прав личности // Вестник Волгоградской академии МВД России. – 2015. – №1 (32). – С. 25-30.

Ретунский Ростислав Сергеевич

студент I курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru

Научный руководитель

Симонова Евгения Владимировна

к.э.н., доцент кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru

УДК 659.1:3

Волкова Ю.А.

ИСТОРИОГРАФИЯ ПО ПРОБЛЕМЕ РЕКЛАМЫ И ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

В данной статье рассмотрен обзор литературных источников и степень разработанности проблемы рекламы особого вида товара, банковских продуктов. По каждой публикации проведен сравнительный анализ и рассмотрено то, что уже сделано по изучению проблемы банковской рекламы другими исследователями.

Ключевые слова: банковская услуга, стратегия продвижения, банковская реклама, маркетинговые коммуникации.

Любой специалист, приступая к научному исследованию, должен сформировать библиографическое представление по избранной проблеме, четко представить, что удалось сделать в данной области его предшественникам. Нельзя заниматься какой-нибудь проблемой без знания того, что сделали твои предшественники.

Исторические справки по проблеме рекламы банковских продуктов удалось найти лишь в конце 60-х гг., когда в ряде стран были организованы широкомасштабные кампании с целью привле-

чения внимания потенциальных клиентов к банковскому бизнесу. В 70-е гг. годы банки приступили к маркетинговому анализу своих взаимоотношений с клиентами.

В этот же период коммерческие банки США, Великобритании, ФРГ и других стран организовали у себя отделы рекламы и маркетинга, функции которых заключались, прежде всего, в определении перспективных направлений политики банка по отношению к реальным и потенциальным клиентам, привлечении новых клиентов, создании и совершенствовании предлагаемых им услуг, повышении доходности банковских операций. По сути это было начало нового этапа развития рынка банковских услуг.

В статье «Анализ комплекса эффективных маркетинговых коммуникаций для продвижения банковских услуг в условиях финансового кризиса России» Новаторова Э. В., Земцова Ю. А. рассматривают особенности разработки успешного комплекса маркетинговых коммуникаций для продвижения банковских услуг в условиях финансового кризиса на примере ЗАО «Райффайзенбанк». Авторы статьи, кроме традиционных стратегий, анализируют дополнительные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций в банковской сфере. Они изучили особенности продвижения банковских услуг на российском рынке и предложили некоторые инновационные методы их продвижения в условиях финансового кризиса. Весь материал разделен на несколько частей. В первой части объясняется необходимость расширения традиционных методов маркетинговых коммуникаций применительно к банковским услугам, вторая часть посвящена содержанию инновационных методов маркетинговых коммуникаций для продвижения банковских услуг.

Наконец, в третьей части приводится анализ расширенной коммуникационной стратегии одного из лидеров банковского сектора в России и предлагаются управленческие рекомендации практического характера.

Статья Катернюк А.В. «Бюджетирование рекламных кампаний как один из инструментов оптимизации расходов на продвижение на примере регионального банка» посвящена бюджетированию рекламных расходов. Для многих крупных и средних компаний планирование рекламных расходов, которые могут быть приравнены по значимости к стратегическим инвестициям любого крупного бизнеса, в современных условиях развития экономики России является актуальным вопросом.

В статье автор, кроме рассмотрения процесса бюджетирования рекламных расходов, перечислил основные компоненты, составляющие промоушн (продвижение товаров). Он проанализировал процесс оптимизации рекламного бюджета организации на примере распределения своих средств крупнейшими компаниями-рекламодателями в каждой отрасли и привел пример рекламной кампании (РК) регионального банка «ПримРосБанк» г. Владивостока. Автор использовал математический аппарат линейного программирования для оптимизации бюджета рекламной кампании регионального банка.

В статье «Корпоративная культура и её влияние на построение рекламного пространства Российских банков» автор Бочаров М. рассуждает о роли рекламы в коммуникативной политике банков. На конкретных примерах рекламы российских банков автор разбирает положительные и отрицательные стороны воздействия банковской рекламы на потребителей. Он считает, что основным каналом внешней коммуникации для банков является корпоративная реклама. Автор убежден, что это тот канал, который можно контролировать в отношении содержания, времени, воздействия и бюджетов. Банковскую рекламу автор классифицирует на рекламу марки и на рекламу продуктов.

В статье Матковской Я.С., Даева Д.Д., Перевозчиковой С.В., Винокурова М.А. «Маркетинговые коммуникации банков: компаративный анализ и многоуровневый метод оценки их эффективности» проведен сравнительный анализ российских и иностранных маркетинговых коммуникаций банков и критически оценены существующие методики их эффективности. Авторами предложена многоуровневая методика оценки эффективности маркетинговых коммуникаций банков, учитывающая не только краткосрочный, но и долгосрочный экономический эффект от банковской коммуникационной кампании.

Шестакова Е.В. в своей статье «Ребрендинг в интернете» пишет, что ребрендинг в интернете сегодня обычное явление, поскольку многие компании ищут пути привлечения новых клиентов, обновления, стараются предоставлять более качественные услуги. Ребрендинг призван передать новые качества компании, бренда, продукта или услуги. Обновление бренда – это повод не только что-то изменить в маркетинговой политике, но и привлечь новых клиентов, заявить о себе, сделать компанию более заметной для потребителей.

В статье Мирошниковой М.В. «Совершенствование рекламной деятельности банка» рассматриваются особенности современного банковского маркетинга. Автор делает вывод о необходимости повышения результативности усилий по продвижению банковских продуктов и услуг, предлагает

метод совершенствования рекламной деятельности на основе психографического исследования потенциальных потребителей. Автор считает, что в банковском секторе можно выделить только имиджевую и продуктовую рекламу, но нет рекламы, ориентированной на особенности мышления клиентов, их мотивацию, ценности и т.п., которая позволяет получить больший отклик и, как следствие, увеличить прибыльность бизнеса.

Авторы Мокров А.В., Вишняков А.С. в статье «Современная банковская реклама в России» попытались проанализировать современное состояние этой сферы и вывести тенденции ее развития. Особое внимание они уделяют специфике банковской рекламы. Теоретические построения подкреплены многочисленными примерами из реальной практики. Они уверены, что можно говорить о нарастающем преобладании PR над рекламой в традиционном понимании и это, по их мнению, вызвано, во-первых, унифицированностью самих услуг, во-вторых, осознанием важности такой категории, как имидж банка, для успешной деятельности на рынке финансовых услуг. Среди PR-акций они особенно выделяют информационную или материальную поддержку культурных мероприятий, науки и искусства в целом (меценатство).

Круг проблем, связанных с оценкой рекламной продукции, рассматривается в статье Катернюк А.В. «Типологическая сегментация целевой аудитории рекламной кампании коммерческого банка». Автор предлагает достаточно простую и унифицированную экспресс-методику, помогающую определить уровень соответствия рекламной продукции целям рекламной кампании. Авторская экспресс-методика разработана на основе типологической сегментации целевой потребительской аудитории. Такая типологическая сегментация целевой аудитории представляется очень перспективной в условиях, когда предложения банков похожи и между ними идет жесткая конкурентная борьба.

В статье Перевезенцевой А.В. «Возможности использования рекламы на мониторах для продвижения банковских услуг» рассмотрены новые возможности, которые предоставляет Indoor TV реклама для продвижения банковских продуктов, ориентированных на физических лиц. Анализируя эффективность размещения рекламных роликов на мониторах в местах продаж, а также специфику целевой аудитории, автор дает несколько рекомендаций по продвижению услуг финансового сектора. Во-первых, рекламные кампании банковских продуктов и услуг для физических лиц должны быть ориентированы на аудиторию со средним и выше среднего уровнем доходов. Во-вторых, рекламные кампании должны проводиться с учетом географической сегментации рынка банковских услуг. В-третьих, бурный рост региональных торговых сетей, оборудованных современными демонстрационными мониторами, свидетельствует о том, что реклама востребована не только в столице, она актуальна для проведения рекламных кампаний, ориентированных на аудиторию со средним доходом.

О поиске креативного образа денег в банковской рекламе идет речь в статье Ленского А.В. «Значимость образа денег в банковской рекламе». Автор статьи отвечает на вопрос: Существуют ли пути создания простых, понятных и, главное, эффективных коммуникаций с потребителем в рекламе банков? Он считает, что наилучшим объектом для создания визуального образа коммуникационного сообщения будет образ денег, т.к. именно они являются основой банковских услуг. Он предлагает наделить деньги возможностью рассказывать историю, которую хочет услышать потребитель. Примером такой истории, рассказанной с помощью денег, является единственная банкнота, сложенная в форме ступеней, идущих вверх (рисунок 1). Автор убежден, что образ лестницы, помогающей подняться выше, будет понятен потенциальным потребителям банковского кредита, поскольку слово «подняться» в большинстве случаев обозначает изменение материального положения в лучшую сторону.



Рисунок 1 – Банкнота, изображенная на постере в образе лестницы

Исследование взаимосвязи между процессами на рынке розничного кредитования и объемами и формами рекламной маркетинговой активности является предметом статьи Столяровой А.В. «Влияние кризиса на особенности маркетингового и рекламного поведения участников рынка розничного кредитования».

В статье говорится о том, что в настоящее время банки пытаются модернизировать свои продукты; адаптировать их к условиям кризиса; сократить путь к потребителю, внедрившись в сети; приложить максимум усилий для удержания клиентов и оптимизировать свою рекламную политику. Ядром которой, по мнению автора, должна стать имиджевая реклама, которая способна поддержать репутацию банка и доверие к нему в нестабильных экономических условиях.

Проблемы оптимизации бюджета рекламной кампании и распределения средств между рекламными носителями рассмотрены в статье А.М. Семиглазова, В.А. Семиглазова, К.И. Иванова «Математическое моделирование рекламной кампании». Авторы, используя элементы системного анализа, проанализировали корреляционную связь между отдельными видами рекламы; эффекты синергии и эмерджентности.

Они математически доказали, что моделирование рекламных мероприятий позволяет с достаточной степенью достоверности прогнозировать экономическую эффективность от рекламной кампании, перераспределить рекламный бюджет.

Авторы рассчитали коэффициенты, которые помогут достичь эффективности рекламных мероприятий с помощью увеличения доступности целевой группой потребителей и степени ее охвата.

В своей статье «PR в банковской системе» Порохова С. рассматривает понятие PR как системное управление общественным мнением. Однако автор уверяет, что применительно к банковской деятельности более верной расшифровкой понятия «банковский PR» может быть формула PR как «практики продуманного преподнесения преимуществ».

Руководством к ориентации в различных типажах клиентов с присущими им темпераментами, удачного и правильного подхода к каждому из них является книга Николая Рысева из дилогии «Активные продажи». В первой книге автор считает, что главной ступенью к обеспечению активных продаж является верный подход к каждому клиенту. Во второй книге он рассматривает вторую ступень – эффективные переговоры. Он полагает, что, пройдя эти ступени, можно обеспечить своему бизнесу развитие, а себе – материальное благополучие.

На основании проведенного обзора литературы можно прогнозировать, что в будущем отечественные банки будут активнее внедрять концепцию интегрированных рекламных и маркетинговых коммуникаций, так как этот подход может обеспечить достижение поставленных перед банком задач, удержать существующих клиентов и привлечь новых и, как следствие, увеличить объем продаж банковских продуктов.

Список литературы:

1. Абалмазова М.Э. Брендинг в сфере банковских услуг и формирования брендоориентированного продукта // Маркетинг и финансы. – 2013. – №1. – С.70-77.
2. Арт Ян. Банковский пиар – это эффект дождя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bankir.ru> (дата обращения 13.06.2016).
3. Матковская Я.С., Даев Д.Д., Перевозчикова С.В., Винокуров М.А. Маркетинговые коммуникации банков: компаративный анализ и многоуровневый метод оценки их эффективности // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2015. – №2 (116). – С. 128-141.
4. Шестакова Е.В. Ребрендинг в интернете // Интернет-маркетинг. – 2014. – №2 (80). – С. 118-129.

Волкова Юлия Андреевна

*студентка 3 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: julia1489@list.ru*

Научный руководитель

Воронкова Ирина Евгеньевна

*д.и.н., профессор кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: irivoronkova@yandex.ru*

Ясакова А.В.

ПОНЯТИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В данной статье рассмотрены проблемы экономической эффективности коммерческой деятельности и проведен анализ повышения её уровня. Представлены различные варианты классификации показателей эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Ключевые слова: экономическая эффективность, коммерческая деятельность, классификация показателей эффективности, оценка эффективности деятельности.

Эффективность любой коммерческой деятельности характеризуется результативностью коммерческих операций и определяется как сумма доходов или прибыли, которые соотносятся с объемом привлеченных ресурсов либо затрат. Но в работе компании зачастую сложно выделить эффективность коммерческих операций. Именно поэтому целесообразно оценивать их по ряду определенных, специфических показателей, которые наиболее полно отражают успехи в коммерческой деятельности, чем общие показатели. В свою очередь, экономическая эффективность – это получение максимально возможных благ от существующих и имеющихся в распоряжении ресурсов.

Проблема экономической эффективности – это чаще всего проблема выбора, касающегося того, что, как и каким образом производить, как распределять ресурсы, капитал и прибыль. От уровня экономической эффективности во многом зависит решение ряда социально-экономических задач, таких как повышение уровня жизни населения, быстрый рост экономики, совершенствование условий труда и отдыха, снижение уровня инфляции.

Понятие эффективность (от латинского «effectus» – действие, исполнение) изначально относилось к технике и технологиям, при этом чаще всего под ним подразумевали меру выполненной работы в сравнении с затраченной энергией, то есть это соотношение фактических и потенциальных результатов любого процесса, не обязательно связанных с экономикой. Только позднее понятие эффективности стали применять по отношению к экономической деятельности, а именно эффективность производственного цикла как отношение выпущенной продукции к затратам на ресурсы.

Экономическая эффективность – это получение максимально возможных благ от имеющихся в распоряжении предприятия ресурсов. Для этого компании необходимо постоянно соотносить выгоды и издержки, то есть вести рациональную деятельность – максимизировать выгоды и, соответственно, минимизировать затраты. При исследовании условий предельного экономического благосостояния для обществ при ограниченных ресурсах Вильфредо Парето пришел к следующему выводу: благосостояние общества максимально, если никто не может улучшить свое положение, не ухудшая положения другого. Существуют три важнейших условия достижения такого состояния:

- наиболее оптимальное размещение и использование ресурсов между производителями разного рода благ;
- каждый потребитель максимально удовлетворяет свои потребности в рамках своей платежеспособности;
- наиболее полное использование производственных ресурсов при производстве продукции.

Существует несколько недостатков трактовки экономической эффективности Парето:

- распределение ресурсов между людьми не принимается во внимание (нобелевский лауреат по экономике Амартия Сен писал, что состояние общества может находиться в оптимальном состоянии по Парето, но одни слои населения могут пребывать в крайней бедности, в то время как другие – купаться в роскоши, так как бедность одних не может быть смягчена без снижения уровня богатства других);

– достижение эффективности происходит стихийно, государство не вмешивается в этот процесс, что не всегда соответствует действительности (принцип английских экономистов Хикса и Калдора гласит, что все экономические изменения должны рассматриваться как повышающие эффективность. При этом если получатели выгоды компенсируют потери оставшихся в проигрыше, то все равно они остаются в выигрыше – так достигается оптимум Парето. А если не компенсируют, возникает ситуация квазиоптима, то есть наилучшего среди неоптимальных. В данном случае оптимум Парето может быть достигнут при вмешательстве государства и при компенсации им убытков проигравших).

Главная цель оценки эффективности деятельности компании – выявление возможностей разви-

тия предприятия, которое определяется по результатам полного анализа финансово-хозяйственной деятельности, который проводится с использованием системы разного рода показателей и коэффициентов, способных наиболее полно отразить состояние и перспективы развития коммерческой организации.

Каждый элемент деятельности торгового предприятия соответствует окружающей действительности. Следовательно, действия по анализу должны быть согласованными, взаимодополняемыми, должно существовать единство и совместимость принципов. Для того чтобы получить оценку экономической эффективности коммерческой деятельности компании, предполагается использование комплексного подхода к оценке деятельности с точки зрения и позиций различных заинтересованных лиц. Заинтересованными лицами в оценке эффективности коммерческой деятельности выступают: владельцы компании, руководство компании, коммерческие партнеры, поставщики и кредиторы, органы государственного контроля и надзора, потребители. Существует абсолютная и относительная экономическая эффективность (рис.1).

Абсолютная	Относительная
Необходима для анализа и оценки общеэкономических результатов и эффективности деятельности как на макро-, так и на микроуровне за определённый отрезок времени в динамике для сопоставления уровней эффективности по предприятиям и регионам.	Необходима для обоснования принятых организационных, производственных, технических и хозяйственных решений путем выбора наилучшего варианта из предложенных альтернатив.

Рисунок 1 – Абсолютная и относительная экономическая эффективность

Эффективность характеризуется соотношением между достигнутым результатом (или эффектом) и затратами (или ресурсами). Чем больше результаты, достигнутые за счет одинаковых затрат, или чем меньше затраты, произведенные для достижения одних и тех же результатов, тем выше эффективность. Главная цель оценки эффективности деятельности компании – выявление возможностей развития предприятия, которое определяется по результатам полного анализа финансово-хозяйственной деятельности, который проводится с использованием показателей, способных отразить состояние и перспективы развития коммерческой организации. Также существует деление показателей эффективности на обобщающие и частные. Обобщающие показатели отражают эффективность использования совокупности ресурсов или хозяйственной деятельности предприятия в целом, а частные – характеризуют эффективность отдельных сторон хозяйственной деятельности предприятия или степень использования отдельных видов ресурсов.

К показателям эффективности использования материальных ресурсов относятся:

- коэффициент материалоотдачи, характеризующий объем продукции на единицу стоимости материальных затрат;
- коэффициент материалоемкости продукции, который показывает стоимость материальных затрат на единицу объема продукции;
- относительная экономия (–), перерасход (+) материальных затрат характеризует относительную экономию материальных затрат (при росте материалоотдачи) или относительный перерасход (при снижении материалоотдачи).

Для получения системной оценки эффективности деятельности предприятия необходимо производить расчет интегральных показателей, потому что именно они дают возможность проследить изменения эффективности деятельности предприятия в динамике. К таким показателям относятся: интегральный показатель оценки финансового состояния, эффективность использования торгового потенциала, интегральный показатель общего уровня развития предприятия, показатель уровня экономического развития предприятия, уровень экономической эффективности хозяйственной деятельности, показатель интенсификации коммерческой деятельности, показатель уровня качества торгового обслуживания, интегральный показатель эффективности финансовой деятельности, показатель долевого участия интенсивного направления и использования ресурсов. Использование представленных выше показателей при анализе эффективности коммерческой деятельности компании позволяет не только углубить исследование, но и выявить наибольшее количество резервов для повышения эффективности и конкурентного развития коммерческой организации. Также для анализа эффективно-

сти деятельности используются внутренний и внешний анализ.

Внешний анализ строится на доступных отчетных данных и именно поэтому содержит ограниченную информацию о деятельности фирмы. Цель внешнего анализа – определение уровня рентабельности предприятия, а также эффективности использования капитала. Недостатком данного анализа является частичная укрупненность анализируемых данных и, как следствие, сглаживание негативных явлений и последствий для деятельности коммерческой организации. Внутренний анализ имеет наибольшее значение при исследовании результатов деятельности компании, а также при определении мер по повышению рентабельности и увеличению прибыльности предприятия.

Внутренний анализ основан на применении всей необходимой экономической информации, бухгалтерской, статистической и аналитической отчетности. Такой вид анализа играет важнейшую роль в разработке вопросов конкурентной политики компании, в постановке стратегических задач и в разработке программ развития предприятия на перспективу.

Комплексный подход к изучению конечных результатов деятельности коммерческого предприятия позволяет не только наиболее полно оценить результаты деятельности коммерческого предприятия в целом, но и эффективность деятельности, а также помогает принять грамотное, адекватное и необходимое для предприятия в данный момент управленческое решение.

Список литературы:

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. – М.: Проспект, 2008. – 537 с.
2. Виноградова С.Н., Пигунова О.В. Коммерческая деятельность. – Мн.: Вышэйшая школа, 2014. – 352 с.
3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. – М.: Маркетинг, 2013. – 450 с.
4. Савицкая Г.В. Экономический анализ. – 12-е изд. испр. и доп. – М.: ООО Новое знание, 2012. – 678 с.

Ясакова Анастасия Викторовна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: 6nastya95@mail.ru

Научный руководитель

Макарова Татьяна Николаевна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: tanya.mak2010@yandex.ru

УДК 005.96

Алехина Л.Л., Болтёнок Т.А., Прошляков С.В.

АДАПТАЦИЯ НОВЫХ СОТРУДНИКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В статье рассматривается понятие трудовой адаптации персонала, виды и формы адаптации, а также выявлены основные проблемы трудовой адаптации и способы их разрешения в современных условиях. Отражены ключевые элементы и особенности формирования эффективной системы трудовой адаптации персонала в организации.

Ключевые слова: трудовая адаптация, ротация, наставничество, управление, персонал.

Адаптация персонала – процесс приспособления работников к условиям трудовой деятельности на предприятии. Вопрос этот достаточно актуален сегодня, потому что в современных условиях работодателей волнует проблема подбора кадров и последующее включение нового персонала в коллектив. Любой руководитель хочет иметь сплоченный и дружный коллектив, и, следовательно, адаптация новых сотрудников является для него серьезной задачей. В то же время, любой человек сталкивается с надобностью работать, то есть вливаться в новый коллектив. Таким образом, проблема трудовой адаптации на новом рабочем месте становится актуальной и для самого сотрудника.

Трудовая адаптация выступает одним из элементов системы управления персоналом предприятия. Несмотря на это, адаптационным мероприятиям в организации подчас уделяется минимум внимания, поскольку временные и организационные ресурсы кадровой службы инвестируются преимущественно в развитие систем оценки и обучения персонала. Нередко организации используют только лишь отдельные элементы адаптации. Однако, чтобы проводимые мероприятия были эффективными, важен и значим системный подход к адаптации новых сотрудников. Отсутствие системности приводит к снижению эффективности других направлений кадровой сферы, направленных на формирование бренда работодателя, развитие корпоративной культуры и т.п.

Особенно на этапе активного развития организации возникает острая потребность в формировании действенной системы трудовой адаптации. Вместе с ростом организации увеличивается общее количество подразделений и сотрудников, а значит и новичков. В какой-то момент руководители уже не могут лично заниматься новыми сотрудниками, что распространено в компаниях малого бизнеса. С этого момента возникает потребность в стандартизации процедур взаимодействия с новыми сотрудниками, а значит, в создании действенной системы адаптации.

Реструктуризация бизнеса, обеспечивающая выстраивание новой организационной структуры и переход на инновационные бизнес-модели, является адекватной реакцией компании на изменение рыночных реалий и требований времени. В условиях реструктуризации в динамичное состояние переходит весь ресурсный потенциал компании. Особенно остро стоят процессы перемен, которые отражаются на состоянии трудового потенциала организации. Трудовые ресурсы на сегодняшний день являются не только ключевыми и дефицитными «ресурсами» организации, но и самыми дорогостоящими для нее, поскольку развитие фирм и их продвижение на новые рынки, в новые регионы зачастую способствует увеличению стоимости труда. Способность персонала подстраиваться под новые условия функционирования организации становится жизненно важной для компании, и решить эту задачу призвана исключительно система трудовой адаптации персонала.

Однако, значимость и актуальность мероприятий по трудовой адаптации недостаточно серьезно воспринимается кадровыми службами на протяжении длительного периода времени. До сих пор многие государственные предприятия и коммерческие организации не имеют даже базовых программ адаптации персонала. Итак, в силу отсутствия системы трудовой адаптации сотрудник может испытывать чувство отчуждения и занять негативную позицию к компании прямо с первого рабочего дня. Кроме того, если новичка предоставляют самому себе, то организация зачастую теряет возможность сформировать у него положительное отношение к своим устоям и традициям. И, безусловно, есть группы людей, которые особенно нуждаются в программах адаптации. Это особенно касается выпускников вузов (из-за отсутствия профессионального опыта), работников более старшего предпенсионного возраста (обычно им психологически сложно вписаться в новый коллектив и принять ценности новой организационной культуры) и женщин постдекретного периода (у них возникают существенные пробелы в знаниях, умениях и навыках).

Систему трудовой адаптации следует формировать таким образом, чтобы она затрагивала все ее сферы и направления. При этом для выстраивания эффективных программ недостаточно усилий специалиста по персоналу. В данный процесс активным образом должны быть вовлечены руководители структурных подразделений и наставники, а так же непосредственно сами новички. Итак, внедрение системы управления трудовой адаптацией в организацию является непростой задачей, от которой зависит решение других не менее важных задач для предприятия (снижение расходов, уменьшение текучести кадров, скорейшее достижение плановых показателей, вхождение работника в коллектив, в его неформальную структуру и ощущение себя членом команды, снижение тревожности и неуверенности новым работником и т.д.).

Трудовая адаптация идет на протяжении практически всей трудовой деятельности человека, так как производственная среда часто меняется [2]. На новом рабочем месте, в новом коллективе, сотрудник часто сталкивается со всевозможными проблемами трудовой адаптации, которые бывают вызваны как сотрудниками, так и политикой организации по отношению к новым сотрудникам. Данные проблемы должны решаться как руководством организации, так и самим сотрудником. Только совместными усилиями можно прийти к удачной трудовой адаптации. Для успешной организации труда нужно проанализировать и оценить трудности в адаптации новых сотрудников, найти подходящие способы их устранения.

В процессе трудовой адаптации в основном выделяют четыре главные стороны: профессиональную, психофизиологическую, социально-психическую и организационную [2].

Под профессиональной трудовой адаптацией подразумевается дополнительное приобретение профессиональных знаний и навыков, формирование профессионально необходимых качеств сотруд-

ника. Обычно руководители думают, что если новый работник – профессионал, то он и сам понимает все свои обязанности, и не стоит заниматься его адаптацией. Но быть профессионалом и владеть социальной и профессиональной компетенцией – не одно и то же. На самом деле даже опытный сотрудник никак не может знать все тонкости новой организации, ее социума, трудовых факторов и т.д. Сложностью в этом вопросе является и то, что руководители не всегда знают, чего конкретно хотят от нового работника и, следовательно, не могут дать ему точных и конкретных указаний [6].

Под психофизиологической адаптацией подразумевается освоение физических и психических нагрузок, уровня монотонности работы, ритма труда, удобства рабочего места и др. Особую актуальность психофизиологическая трудовая адаптация приобретает в крупных организациях, где используют сложные технологии, и присутствует опасность получения производственных травм. Но и на простых предприятиях, с точки зрения организации труда, новому сотруднику необходимо некоторое время, чтобы привыкнуть к ритму новой работы и интенсивности нагрузок.

Под социально-психологической трудовой адаптацией подразумевается включение сотрудников в систему взаимоотношений коллектива с его традициями, нормами, ценностями. В основном трудности возникают у персонала, который привык «диктовать» свои правила. Таким сотрудникам будет сложно влиться в уже сложившийся коллектив и принять действующую организационную культуру. Новому работнику нужно привыкнуть к коллективу и войти в состав формальных и неформальных групп. Такая адаптация очень сложна в первые месяцы работы, являющиеся наиболее стрессовыми для персонала. Если работник вступает на новую должность в результате внутреннего передвижения, социально-психическая адаптация проходит намного легче, поскольку в этом случае он знаком с большинством сотрудников, особенностями корпоративной культуры и процессом работы в организации.

Под организационной трудовой адаптацией будем подразумевать ознакомление с особенностями организационного механизма управления, местом своего подразделения и должности в организационной структуре предприятия. Очень часто проблемы организационной адаптации возникают у сотрудников, которые устраиваются на работу впервые, т.е. испытывают первичную адаптацию. К возникновению трудностей в общении с коллегами приводит и то, что у них совсем нет опыта организационного поведения в трудовом коллективе. Обычно, новый сотрудник не может решиться обратиться за помощью к коллегам, такие сотрудники не умеют работать со служебной документацией и т.д. Однако трудности могут возникнуть и потому, что работнику не объяснили стиль общения, который принят в данной организации.

Следовательно, можно выделить четыре основные проблемы трудовой адаптации в организации.

Так, важными проблемами профессиональной трудовой адаптации является понимание требуемых навыков в соответствии со спецификой нового рабочего места; изменение собственных профессиональных навыков в соответствии со спецификой нового рабочего места; получение новых профессиональных навыков в соответствии со спецификой нового рабочего места.

Основными проблемами психофизиологической трудовой адаптации выступает изучение новых условий труда; создание режима труда в соответствии с организационными требованиями и собственным состоянием здоровья; формирование отдыха в соответствии с санитарно-гигиеническими нормами предприятия; приспособление к психологическим нагрузкам.

Значимыми проблемами социально-психической трудовой адаптации могут быть такие, как налаживание межличностных отношений с коллективом; налаживание деловых отношений; налаживание отношений с руководством; признание норм корпоративных отношений.

Существенными проблемами организационной трудовой адаптации являются следующие: признание структуры организации; понимание собственного организационного статуса; понимание механизмов управления.

Для любого предприятия важным моментом служит формирование действенной системы трудовой адаптации, которая должна включать мероприятия, позволяющие новому работнику успешно освоить новую должность с минимальными потерями, как для себя, так и для предприятия. Эта система создается для преодоления сложностей, возникающих в процессе адаптации, а также для увеличения эффективности процесса приспособления к условиям работы в организации.

Система адаптации имеет большинство преимуществ. Во-первых, для организации это увеличение эффективности работы сотрудника и ускорение процесса его выхода на желаемый уровень производительности; формирование хороших отношений в сложившемся коллективе; предотвращение ошибок, которые могут сделать новые работники; уменьшение текучести кадров [1].

Во-вторых, для сотрудника это образование отношений в коллективе; включение в рабочий процесс и приобретение нужных профессиональных навыков и знаний; уменьшение уровня неуве-

ренности перед руководителем; снижение страха сотрудника перед возможным увольнением в течение испытательного срока.

Система трудовой адаптации должна включать главные ключевые элементы, без которых она не может успешно существовать. Первым элементом выступает welcome-тренинг – это осуществление передачи вводных знаний о компании и существующий в ней порядок для ознакомления сотрудника с общими сведениями об организации, ее историей, продуктами, услугами, структурой и организационной культурой. Вторым элементом – программа адаптации, которая определяет мероприятия и сроки обучения нового сотрудника, то есть отвечает за то, какие обязанности должен начать выполнять сотрудник первым делом. Третьим элементом является система наставничества – это привлечение опытного сотрудника для помощи новому работнику в организации его трудовой деятельности. И четвертым элементом будет система аттестации по итогам адаптационных мероприятий, представляющая собой порядок оценки нового сотрудника, понятный как руководству компании, так и самому работнику [5].

Срок трудовой адаптации в компании зависит от личностных качеств нового работника, он может занимать от одного месяца до полугода, в некоторых случаях и больше. Для удачного приспособления нового работника к трудовой среде предприятия система адаптации должна выполнять следующие задачи:

- обеспечить эффективность процесса приспособления потребностей и ценностей сотрудника к требованиям, предъявляемым к нему организацией;
- быстрое приближение нового работника к высокой продуктивности и качеству выполняемых им работ;
- обеспечение максимально быстрого вхождения сотрудника в новый коллектив;
- способствовать снятию стресса у нового сотрудника и появлению у него чувства удовлетворенности полученной работой;
- способствовать решению конфликтов, которые возникают в трудовом процессе;
- уменьшение количества увольнений в компании.

Система адаптации осуществляет решение обозначенных задач посредством выполнения специальных процедур и действий. Процедуры могут варьироваться в зависимости от особенностей организации и сотрудника. Тем не менее, существует ряд базовых компонентов, таких как выделение рабочего места для нового сотрудника; знакомство сотрудника с коллективом; ознакомление сотрудника с традициями, стилем общения и взаимоотношениями, принятыми в организации; ознакомление сотрудника с правилами внутреннего трудового распорядка; знакомство сотрудника с историей организации, ее задачами, задачами самого сотрудника, его зоной ответственности и с его полномочиями; ознакомление сотрудника с системой материальной и нематериальной мотивации и социальным пакетом организации; назначение наставника для нового сотрудника; ознакомление сотрудника с требованиями к выполняемой работе; ознакомление сотрудника с технологической стороной организации и бизнес-процессами; разъяснение задач новому сотруднику на период испытательного срока и объяснение критериев их оценки; корректировка и контроль качества работы нового сотрудника в период испытательного срока; дальнейшая поддержка и развитие сотрудника после окончания испытательного срока в организации.

В настоящее время существует достаточно большое количество способов решения проблем трудовой адаптации. Однако, самыми распространенными являются наставничество, инструктаж, ротация, позволение свободного обустройства своего рабочего места, оказание помощи со стороны представителей службы персонала и предоставление доступа к документации организации, которая может понадобиться сотруднику в процессе работы.

В профессиональной сфере проблемы адаптации решаются посредством инструктажа, наставничества и ротации. Инструктаж обычно понимается как первичное ознакомление работника с его должностными инструкциями и правилами техники безопасности на рабочем месте. Инструктаж включает в себя: во-первых, представление нового работника остальным сотрудникам и руководителям, во-вторых, расположение оргтехники и помещений для отдыха, в-третьих, осведомление о целях и средствах компании, в-четвертых, обсуждение корпоративных правил и норм.

Наставничество – это процесс обучения нового сотрудника более опытным на рабочем месте, целью которого является вовлечение новых сотрудников в осуществление новых профессиональных обязанностей и деятельность организации [4]. Наставник объясняет приемы работы, ее тонкости и нюансы подопечному, делится опытом в решении практических производственных задач, проводит наглядную демонстрацию приемов работы, способствует внедрению нового сотрудника в коллектив, оказывает ему психологическую поддержку.

Под ротацией понимают краткосрочную работу нового сотрудника на разных должностях в разных подразделениях. Это позволяет сотруднику в кратчайшие сроки изучить работу организации в целом и приобрести многостороннюю квалификацию.

В психофизиологической среде проблемы адаптации решаются посредством позволения работнику обустроить свое рабочее место в соответствии с личными предпочтениями. Для преодоления социально-психического барьера на новом рабочем месте сотруднику должна быть предоставлена помощь со стороны представителя службы персонала, который обязан познакомить его с коллективом, рассказать о нормах и традициях, существующих в организации, определить цели кампании. Новый сотрудник, в свою очередь, должен быть коммуникабельным, доброжелательным, демонстрировать готовность выслушивать советы для успешного прохождения периода адаптации.

Чтобы не возникало проблем в организационной адаптации, нужно ознакомить новых сотрудников с корпоративной культурой организации, служебными взаимоотношениями, системой документации организации.

Для успешного функционирования системы адаптации в организации необходимо существование системы документации, в которую должны быть включены документы об испытательном сроке, содержащие задачи, критерии оценки работы, сроки выполнения, структуру организации и схему взаимодействия отделов (в период испытательного срока деятельность нового сотрудника должна курироваться); должностная инструкция (с ее помощью новый сотрудник может ознакомиться со своими должностными обязанностями, правами и ответственностью, структурой отдела).

Таким образом, система трудовой адаптации крайне необходима на любом предприятии. И только полное решение задач, связанных с прохождением каждым новым сотрудником периода адаптации на предприятии, может позволить организации функционировать на должном уровне, привлекать новые кадры, осуществлять успешную внутреннюю политику и способствовать сплочению коллектива. Последние годы вопросу трудовой адаптации уделяется не всегда достаточно внимания, каждое уважающее себя предприятие стремится создать действенную систему трудовой адаптации. Вследствие чего появляется все больше вариаций данной системы, что позволяет совершенствовать способы осуществления трудовой адаптации и находить новые возможные решения поставленных перед предприятиями задач.

Список литературы:

1. Адаптация персонала [Электронный ресурс] // Сайт проекта «Адаптация 360»: разработка программного обеспечения автоматизации управления процессами адаптации на предприятии. – Режим доступа: <http://www.adaptation360.ru/adaptatsiya-personala>.
2. Буценко И.Н., Вельгош Н.З. Менеджмент персонала, 2013 [Электронный ресурс] // Сайт «Национальная энциклопедическая служба». – Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/917>.
3. Гелета И.В., Коваленко А.В. Экономика и социология труда: учебное пособие. – Краснодар: КубГУ, 2013. – 224 с.
4. Казарин М. Адаптация персонала: наставничество и коучинг [Электронный ресурс] // Сайт «Проект iTeam Технологии корпоративного управления». – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/human/section_46/article_3623.
5. Тоцкая И.В. Проблемы адаптации молодых специалистов [Электронный ресурс] Сайт системы публикации «Prescorpus Global™». – Режим доступа: <http://ores.su/2012-09-25-11-43-24/item/26.html>.
6. Яковлева К. Проблемы адаптации новых сотрудников в крупных организациях [Электронный ресурс] Сайт «Евроменеджмент». Публикации. – Режим доступа: http://www.emd.ru/press/publish/st11_07.php.

Алехина Лариса Леонидовна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: allar9372@mail.ru

Болтёнок Татьяна Алексеевна

студентка факультета экономики и управления

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: madam.boltenkova@mail.ru

Прошляков Сергей Владимирович

студент 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

телефон: 89192018610

Кузьмичева К.С. Куликов С.И., Куприн А.А.

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРУДОВОЙ АДАПТАЦИИ
МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОРГАНИЗАЦИИ**

Вопросам адаптации молодых специалистов стали оказывать достойное внимание всего несколько лет назад. Данная проблема изучена недостаточно, поэтому в предложенной статье будет рассмотрена основная суть адаптации молодых специалистов и внесены некоторые рекомендации, способствующие облегчению адаптационного процесса у молодых специалистов – выпускников, только что закончивших высшее учебное заведение и устраивающихся на работу.

Ключевые слова: молодой специалист, адаптация молодого специалиста, социально-психологическая адаптация, профессиональная адаптация.

На сегодняшний день очень многие компании активно занимаются подбором и обучением персонала. Однако очень мало уделяют внимание адаптации персонала особенно молодых специалистов. Как показывает статистика, большая часть новых сотрудников увольняется из организации в первые месяцы работы, так и не пройдя испытательный срок. Основные причины ухода – несовпадение действительности с ожиданиями и сложности, связанные с интеграцией в коллектив. Поскольку, зачастую новичком никто не занимается, в лучшем случае его представляют коллегам и предлагают ознакомиться с должностными инструкциями. При этом впечатления от первых дней на новом месте обычно оставляют глубокий след и могут оказать отрицательное воздействие на мотивацию и отношение к обязанностям и коллективу в последующем.

Следует отметить, что именно из-за отсутствия системы адаптации сотрудник может испытывать чувство отчуждения и занять негативную позицию к компании прямо с первого дня работы. Кроме того, если новичка предоставляют самому себе, то организация зачастую теряет возможность сформировать у него положительное отношение к своим устоям и традициям.

В современных условиях функционирования любой организации все большее значение приобретают вопросы формирования ее кадровой среды. Одним из важнейших аспектов становится установление таких социальных пропорций в основных характеристиках персонала организации, которые способствуют ее росту и развитию, в том числе за счет привлечения и закрепления в кадровом составе профессионально подготовленных молодых специалистов. Это актуализирует проблему их адаптации в современной организации, поиска новых управленческих средств, методов и технологий для ее успешного осуществления.

Ежегодно общий кадровый состав работников пополняется молодыми специалистами. Безусловно, переход вчерашнего студента в новую для него сферу, сферу профессиональную, неизбежно сопровождается, особенно на первоначальном этапе, трудностями разного свойства, поскольку меняется не только привычная среда и характер деятельности, но и статус человека в организации, требующий самостоятельного принятия решений и персональной ответственности за них. И молодому человеку, в будущем работнику, уже приходится решать не какие-то учебные, а профессиональные, жизненные вопросы, возложенные на него, на которые у него, к сожалению, не имеется готовых ответов.

Необходимо также отметить, что особая значимость адаптации молодых работников в нашей стране еще довольно слабо осознается руководством и работниками служб персонала многих государственных и негосударственных предприятий, организаций и учреждений, где не применяются даже базовые программы адаптации не только для молодых специалистов, но и для других категорий работников.

Конечно работа с молодым специалистом и потенциальным сотрудником очень важна, поэтому не стоит ее недооценивать и относится к данному вопросу, не уделяя ему должного внимания и отодвигая при этом на последний план. С самого начала деятельность любого руководителя, который не организовал на месте должным образом работу по скорейшей адаптации и выполнению плана подготовки молодого специалиста, повышению его профессиональной квалификации, неизбежно повлечет негативные последствия.

Приступая к работе в организации, принятый впервые сотрудник сразу же включается в систему внутренних организационных отношений. Социальная роль человека в коллективе определяется совокупностью требований, норм и правил поведения. Таким образом, новый сотрудник принимает на себя одновременно несколько социальных ролей (работник, коллега, подчиненный, руководитель или член коллективного органа управления), каждая из которых требует соответствующего поведения. Нанимаясь на работу в ту или иную организацию, каждый человек преследует определенные цели и удовлетворение своих индивидуальных потребностей, в соответствии с которыми он

предъявляет требования к организации, а также условиям труда и мотивации. Для того, чтобы помочь новым сотрудникам сориентироваться в новых условиях, а компаниям, в свою очередь, добиться целевой продуктивности своих сотрудников за минимальный срок, необходимо организовать программу по адаптации нового персонала.

В некоторых организациях процедура официального введения в должность нового сотрудника делится на различные, но взаимодополняющие друг друга, этапы. Как правило, на первоначальном этапе представитель отдела кадров рассказывает новым сотрудникам сведения об организации. На втором этапе непосредственный линейный руководитель (начальник отдела, в который поступил данный сотрудник) знакомит нового сотрудника с работой, должностными обязанностями, ответственностью, важностью его роли в рабочем процессе и так далее и представляет его коллективу. Программа официального введения в должность должна осуществляться на основе консультаций со всеми заинтересованными сторонами, в зависимости от размера и сложности компании. Ими могут быть высшее руководство, руководители среднего звена, менеджеры, специалисты по управлению персоналом, представители профсоюза.

Успешная адаптация всех молодых сотрудников к работе зависит от многих факторов: личностных особенностей самого специалиста, активности его жизненной позиции, отношения к своему делу и коллективу, в который он пришел и т.п. Важно, кто окажется рядом с новичком: будет это внимательный и чуткий наставник, который заинтересован в профессиональном росте молодого специалиста, либо человек, безразличный к нему.

Проблема адаптации молодых специалистов чрезвычайно актуальна в настоящее время. Это объясняется тем, что решение многих практических задач тесно связано с эффективностью адаптации человека в разных сферах социальной жизни. Успешная профессиональная адаптация специалиста служит важным фактором начала его трудовой деятельности. Напротив, неэффективная адаптация приводит к ряду негативных явлений: возникновению у работающего человека отрицательных психических состояний, напряженности отношений внутри коллектива, снижению производительности труда и т.д. Многие исследователи прямо указывают на связь степени и полноты адаптации с текучестью кадров, особенно молодых специалистов.

Молодой специалист – это работник, который закончил учебу и получил образование начальное, среднее или высшее, при этом впервые устроился на работу по своей специальности в период первого года после завершения обучения в соответствующем учреждении. После окончания образовательного учреждения наступает время перехода от теоретических знаний, которые человек получал в вузе, к практическому исполнению своих трудовых обязанностей. Нередко данный переход довольно трудно дается молодому специалисту, так как он утрачивает уверенность в своих знаниях и силах, думает, что ему следует найти другую работу, где он смог бы работать более уверенно и результативно.

Трудности, которые возникают при адаптации различны. Среди них можно выделить следующие:

- 1) несоответствие реальности ожидаемому успеху;
- 2) переоценка собственных возможностей;
- 3) недооценка тяжести выполняемой работы;
- 4) сложности при взаимопонимании с коллегами и начальством;
- 5) недостаток практических знаний и навыков, углубленных в сферу деятельности.

Чтобы предотвратить подобную ситуацию, необходимо помочь молодому специалисту адаптироваться к новой работе и коллективу.

Адаптация молодого специалиста – это механизм гибкого перестроения к изменяющимся условиям жизни, а также активное овладение нормами коллективного профессионального общения, производственными знаниями, соблюдение традиций организации. Безусловно, данная проблема довольно актуальна еще и потому, что эффективность деятельности каждого специалиста зависит не только от степени адаптации на профессиональном уровне, но и от социально-психологической атмосферы в коллективе.

Молодые специалисты проходят первичную адаптацию. Вместе с тем она проявляется в разных направлениях – профессиональная, социально, психофизиологическая, организационно-статусная и т.д. Объединив несколько направлений, сделаем акцент на социально-психологической трудовой адаптации.

Социально-психологическая адаптация для молодых специалистов имеет существенное значение. Под данным видом адаптации понимается привыкание к новому социальному кругу, его традициям и сложившимся нормам, а также к новой форме руководства [1]. Новому работнику необходимо почувствовать себя значимым членом коллектива, которого уважают, ценят и к мнению которого прислушиваются [2]. В то же время молодой специалист сам должен вести себя достойно, уважать закоренелые традиции коллектива и организации в целом.

Профессиональная адаптация подразумевает принятие каждым сотрудником всех необходимых элементов профессионально-трудовой деятельности: ее задач, предмета, средств, способов, ре-

зультатов, условий в рамках данной профессии. Данный вид адаптации связан с привыканием работника к условиям организации трудовой деятельности, системе менеджмента, способам руководства, всей системе социальных взаимосвязей в организации. Профессиональная адаптация характеризуется интересом к саморазвитию и повышению квалификации, тем самым обеспечивая грамотный и высококвалифицированный штат сотрудников. Немаловажное значение имеет настроение работника, которое позитивно влияет не только на коллектив, но и может благоприятно сказаться на деятельности фирмы, в общем. Персонал должен быть мотивирован в правильном направлении, так как от этого зависит качество и количество выполненной работы.

Этап адаптации в жизни каждого молодого специалиста, безусловно, присутствует, но все справляются с ним по-разному. Процесс адаптации требует перестроение внутреннего мира личности, переосмысление своих привычек, которые не дают полностью раскрыться перед коллективом и руководителями, а также сдерживание неуместных эмоциональных порывов. Первые годы работы формируют новую личность в каждом из нас, приобретаются новые знания и навыки, меняется поведение, которое более соответствует новому статусу молодого специалиста.

Комфортно обустроенное место работы с правильным расположением инструментов трудовой деятельности и соответствующим уходом в большинстве случаев позитивно влияет на деятельность сотрудника, так как он знает расположение всего необходимого и его деятельность не будет обременена тратой драгоценного рабочего времени. Немаловажным фактором, влияющим на производительность работника, является ритм труда и внешние воздействия (освещение, шумы производства и т.п.), которым также следует уделять должное внимание.

В том случае, если проблема с адаптацией молодого специалиста затягивается, необходимо сосредоточиться, переосмыслить сложившуюся ситуацию и выработать пути ее решения. Возможным методом сплочения с коллективом может быть совместное участие в мероприятиях предприятия, поднимающих здоровый дух команды не только с деловой стороны, но и личной. Следует рассмотреть свое поведение в обществе и проанализировать насколько оно комфортно для окружающих. Также положительный эффект может принести создание комнаты отдыха, где сотрудники могли бы обсудить личные интересы, отдохнуть от накопившегося груза рабочего процесса, а руководители смогут проводить игры укрепляющие дружественные связи всех сотрудников. Практически доказано, что деловые игры повышают эффективность работы молодых специалистов, а также ускоряют процесс адаптации к новому месту работы [3].

Вместе с тем, необходимо отметить, что проблема адаптации любого человека зависит не только от деятельности организации, руководителей и коллектива, но и непосредственно от самого молодого специалиста. Найти работу по своей квалификации с достойными условиями не так уж и просто, но, даже найдя ее, нельзя быть уверенным, что с вами захотят сотрудничать в долгосрочной перспективе. Поэтому, чтобы закрепиться, на понравившейся работе, следует показать себя, свои силы, навыки, знания и проявить себя с самой лучшей стороны. При данном раскладе, в последствие, данного сотрудника должны заметить, оценить его работу и решить, нужен ли он конкретной организации.

Таким образом, можно предложить следующие рекомендации молодым специалистам для того, чтобы закрепиться и в последующем наиболее эффективно адаптироваться на новом рабочем месте.

Во-первых, постоянно следует совершенствовать свои профессиональные навыки, до самых мельчайших подробностей стараться изучить свою работу (функции, задачи, факторы внешнего окружения и т.д.). Новичку необходимо держаться уверенно, потому что неуверенные в себе сотрудники создают неблагоприятное впечатление.

Во-вторых, обязательно надо быть частью команды. Люди с недовольством воспринимают тех сотрудников, которые пытаются проявить инициативу во всех делах. Одни коллеги считают, что из-за чрезмерной активности и инициативности коллективу приходится работать больше, чем планировалось, другие в инициативных коллегах видят безразличных карьеристов, которым важен только карьерный рост. Поэтому, молодой специалист желает выступить с какой-либо своей инициативой, то делать это надо сообща с коллегами и, если предложение принято, то важно быть готовым принять на себя значительную часть работы. Также рекомендуется посещать все мероприятия организации.

В-третьих, новичок должен быть лояльным и сдержанным. Необходимо избегать всех возможностей конфликта (особенно дисфункционального), стараться благоразумно решать возникающие проблемы. Если имеется возможность, следует вызывать больше приятных эмоций у коллектива. Так же особенно важно научиться адаптироваться ко всем сложившимся в организации и вне её обстоятельствам. Тогда руководство не оставит без внимания умение новичка правильно реагировать на возникающие в организации перемены.

В-четвертых, молодой специалист должен уметь создать имидж серьезного и надежного сотрудника. Для этого необходимо придерживаться основных правил, таких как, приходить на работу вовремя, качественно выполнять и сдавать всю работу в срок. Обязательно новичку следует продемонстрировать свою ответственность, по необходимости задержаться на работе, чтобы разрешить

возникшие и оставшиеся проблемы.

И, наконец, ни в коем случае нельзя возлагать на себя слишком много. Хороший специалист может распределить часть работы, порученную ему, между коллегами, которые в меньшей степени нагружены работой в данный момент времени. Подобная манипуляция может показать руководителю организаторские навыки новичка, которые ранее не замечались руководством. И тогда это будет свидетельствовать о нераскрытом потенциале к работе не только как исполнителя, но и организатора.

Заниматься трудовой адаптацией персонала, безусловно, необходимо. Эту работу могут выполнять отдельные сотрудники из разных подразделений, которые заинтересованные в форсированной адаптации. К сожалению, такой подход будет действовать неэффективно в подавляющем большинстве случаев, потому что адаптация должна проходить размеренными темпами. Поэтому, лучше всего будет иметь работников, специализирующихся на адаптации новых сотрудников или, если предприятие достаточно большое, иметь отдельное подразделение, которое будет самостоятельно заниматься данной работой.

В настоящее время решением проблемы безработицы молодых специалистов занимаются как на региональном, так и на государственном уровне. Если молодому специалисту сложно адаптироваться, являясь наемным работником, он может открыть собственное дело, создать свой бизнес. В качестве примера можно привести программу «Ты – предприниматель», которую проводят во многих регионах России. Данная программа поддерживает молодых предпринимателей на начальных этапах развития и становления деятельности предприятия. Участвуя в такой программе, можно приобрести объемную профессиональную базу знаний, консультационную помощь и возможность получить грантовую поддержку в размере до 100 тысяч рублей (в зависимости от региона).

Адаптация молодого специалиста является важным элементом управления персоналом на любом предприятии. Работодатели понимают и осознают необходимость принятия соответствующих мер по приспособлению и привыканию членов коллектива к новому устройству работы и общения, но мало кто на деле решает данную проблему. Поэтому проблема адаптации молодого специалиста действительно существует и требует разработки и принятия мер по ее регулированию и ликвидации.

В завершение следует отметить, что для того, чтобы практически развивать и совершенствовать адаптационную работу молодых специалистов в какой-либо организации, необходимо ее научно-методическое и практическое обеспечение – теоретико-методическое и реальноосуществимое. Кроме того, также необходимо исследовать проблему адаптации персонала в современных российских условиях, в том числе и в отношении применимости зарубежного опыта, изучения результатов формирования систем адаптации в российских организациях.

Список литературы:

1. Белякова А.В. Критерии социально-психологической адаптации молодых специалистов-менеджеров // Успехи современного естествознания. – 2013. – №10. – С. 18-19.
2. Иванова Е.Н. Социально-психологические факторы адаптации молодых специалистов на предприятии // Наука и образование: научное издание МГТУ им. Н.Э. Баумана. – 2014. – №12. – С. 1013-1028.
3. Карасева С.З. Повышение эффективности внутрикорпоративного обучения молодых специалистов в крупных российских компаниях [Электронный ресурс] // Интернет-журнал Науковедение. – 2013. – №1. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/86evn113.pdf>.

Кузьмичева Кристина Сергеевна

студентка 4 курса факультета экономики и управления
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: kristina_flatcher@mail.ru

Куликов Сергей Игоревич

студент 3 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: Kane1992@yandex.ru

Куприн Александр Александрович

студент 3 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: nicopol92@mail.ru

Научный руководитель

Алехина Лариса Леонидовна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: allar9372@mail.ru

МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 337:330

Киселева Н.А., Прищеп И.П.

К ВОПРОСУ О ГЛОБАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО МИРА: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Глобализация – непрерывный процесс, длящийся не одно столетие, но получивший массовое распространение лишь во второй половине XX века. Явление глобализации вызывает много споров, так как до сих пор не ясно, положительным или отрицательным является этот процесс. В данной статье приводятся рассуждения о вреде и пользе глобализации в современном мире.

Ключевые слова: глобализация, интеграция, унификация, процесс, польза, вред, антиглобализация.

На сегодняшний день глобализация является определяющей тенденцией развития современного общества. Несомненно, процесс глобализации имеет всемирно-историческое значение, смысл и важность которого до конца не изучены. Социокультурное знание по-разному трактует сущность этого процесса, выдвигая различные версии по поводу хода глобализации. С одной стороны, она рассматривается как тенденция к созданию единой мировой экономики на основе транснациональных корпораций, их сетевой организации и развития информационных технологий. С другой стороны, под глобализацией понимают направленное развитие культуры, которое определяется сменой средств коммуникации и образование единых для всего человечества символических пространств, когда происходит унификация отдельных этнокультурных традиций.

О феномене глобализации как прогрессирующего объединения мира во всех сферах жизнедеятельности заговорили совсем недавно, лишь в 70-х годах прошлого века. При этом мыслители отмечали в качестве характерной черты этого процесса «сжатие» социокультурного пространства благодаря быстрому развитию транспортных и коммуникативных технологий. При этом кроме новых, немыслимых прежде возможностей для развития человечества, глобализация порождает немало социально-философских проблем. В частности, остается открытым вопрос о ее влиянии на социокультурное развитие различных локальных обществ, не живущих в европейском объединении стран. Не остается в стороне и проблема самого человека: будет ли глобализация стимулировать развитие индивидуальных способностей и качеств человека или его место в мире станет определять деление общества на «центр» и «периферию», что приведет к переориентации людей во всем мире на доступные жизненные стратегии и высокие потребительские стандарты?

Ряд исследователей трактует глобализацию как процесс, почти совпадающий по длительности с самой историей европейской цивилизации. Так, предпосылки ее возникновения можно увидеть еще в далеком прошлом, в эпоху Античности [2, с. 16]. Например, утверждение гегемонии Римской империи над Средиземноморьем привело к глубокому переплетению различных культур и появлению межрегионального разделения труда. Следовательно, процесс формирования глобализации насчитывает уже сотни лет, но до сих пор нельзя сказать о его завершении. Ведь полная интеграция будет достигнута тогда, когда сотрутся все границы, будь то культурные, политические, экономические или правовые, и появится всеобщая зависимость. Наиболее общим определением, отражающим важнейшие черты данного явления, на наш взгляд, является определение Джесси Рассела: «Глобализация есть процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации» [2, с. 17].

Политическая зависимость осуществима лишь при полном единогласии всех государств во всех вопросах. Однако полная глобализация приведет к ослаблению суверенитета национальных государств, а значит, главы государств должны четко понимать, что любая оплошность во внешней политике может стать причиной войны и «передела» мира, что в свою очередь приведет к тяжелейшему экономическому кризису.

Культурная зависимость может стать причиной унификации народов, что послужит нивелированию культурных ценностей, более того, возможно, встанет вопрос применения единого языка и системы образования.

Глобализация в сфере экономики означает создание единого экономического пространства и всеобщей валюты. Однако агрессивная политика хотя бы одного государства в условиях всеобщей зависимости, когда весь труд разделен и нет необходимости производить лишнего, может привести к

весьма печальным последствием в виде экономического кризиса.

Правовая глобализация обуславливается единой правовой системой, размывающей особенности права отдельно взятого государства. Юридическая специфика мировых держав базируется на обычаях, традициях и обрядах, основывающихся на ментальности народа. Появление единой правовой системы, с одной стороны, вызовет множество неудобств. Ведь то, что хорошо для одного народа, для другого совершенно не приемлемо, но с другой стороны, общее правовое поле поможет улучшить борьбу с преступностью, так как все страны мира будут заинтересованы в поимке преступника.

Следовательно, сам процесс глобализации является чрезвычайно спорным, так как нельзя дать однозначный ответ на вопрос: несет в себе глобализация больше вреда или все же пользы и к чему в конечном итоге приведет данный процесс.

В многочисленном списке ученых, посвятивших себя глобализации, прежде всего, выделяются имена Ф. Броделя и И. Валлерстайна с их теорией мировой системы, в основе которой лежит идея экономического и социального неравенства и дифференциации, а также взаимозависимость национальных экономик, что в перспективе должно привести к закономерной фазе развития капитализма – глобальному социализму. Существует иной подход в осмыслении процесса глобализации, который связан с представителями теории «модернизации» или «теории развития» У. Ростоу, С. Хантингтона, Э. Шилза и других. Согласно их концепции, глобализация есть поступательное развитие рациональности общества в целом как в сфере экономики, так и в социальном мышлении.

Также следует подчеркнуть, что среди исследователей нет единства в определении ведущих аспектов глобализации. В исследованиях М. Кастельсу основу глобализации составляет создание развернутой сетевой экономики и информационного общества, а в оценке Р. Робертсона базой глобализации становится всеобщее видоизменение культуры, стремящейся к осознанию мира как целого.

Среди отечественных авторов преобладает мнение о том, что процессы глобализации – это своеобразный вызов устойчивому развитию российского общества, который таит в себе многочисленные опасности и риски, прежде всего, идентичности современных россиян. В социально-философских работах А. Дугина, С. Кара-Мурзы, О. Астафьева, В. Федорова и др. утверждается идея принципиальной несовместимости рационалистической и прагматической культуры западного мира и символической российской традиционной культуры. Более того, с позиции российских мыслителей глобализация затрагивает национальную безопасность страны и несет вызов ее геополитическому статусу. Нельзя не согласиться, что взаимопроникновение экономик и культур – это рискованный процесс с точки зрения сохранения экономической суверенности и самобытности. Однако риски, связанные с глобализацией, возможно, станут стимулом технологического и социокультурного развития России, послужат расширению плюрализации культурного сознания.

Как бы то ни было, глобализация остается наиболее значительной тенденцией социальных изменений на сегодняшний день, она качественно меняет социальную и экономическую жизнь государств. Так, в результате международного разделения труда осуществлять хозяйственное взаимодействие между странами станет намного проще, что, в свою очередь, позволит снизить экономические издержки и в конечном итоге повлечет за собой увеличение количества и повышение качества потребляемой продукции. Но с другой стороны, по мнению некоторых экономистов, например, Джозефа Стиглица, полная глобализация, в конце концов, приведет к экспансии беднейших государств, так как они вряд ли получат возможность диктовать свои условия наравне с наиболее развитыми странами и превратятся лишь в сырьевые придатки [1, с. 114-128]. Очевидно, что экономически развитые страны будут выделять денежные средства на помощь малоразвитым, но тем самым они не только затормозят развитие собственной экономики, но и лишат беднейшие страны возможности самобытного развития, так как те вынуждены будут подстраиваться под более развитые экономики. Однако благодаря открытию многочисленных филиалов транснациональных корпораций по всему земному шару уже сегодня создаются новые рабочие места, что способствует снижению процента безработицы и повышению уровня жизни населения. Но при этом работники из беднейших стран получают мизерные заработные платы, часто выполняя низкоквалифицированную работу в непригодных для труда условиях, в то время как работники из богатых стран получают в разы больше [3, с. 100-105]. Растущий разрыв в доходах является одной из причин увеличения масштаба миграции и односторонности этого процесса, так как все большее количество людей покидает развивающиеся страны, отправляясь в поисках счастья и материального благополучия в более богатые.

В качестве позитивного момента глобализации следует отметить, что в результате тесного сотрудничества всех стран мирового сообщества наблюдается бурный рост научно-технического прогресса. Это происходит из-за того, что глобализация позволяет разрабатывать международные проекты, которые невозможно по некоторым причинам осуществить в рамках одного государства. К тому же

глобализация существенно упрощает передачу опыта от одного государства другому, тем самым давая возможность доступа даже беднейшим странам к мировым достижениям человечества. В частности, новейшие цифровые технологии и глобальные информационные сети, такие как Интернет, позволяют найти практически любую информацию, находясь при этом в любой точке нашей планеты.

Таким образом, сближение деловой и потребительской культуры между странами, а также рост международного общения позволяют достигнуть большего взаимопонимания и гармонии между разными народами. Но в равной мере интеграция ведет к унификации культуры: во всем мире едят, смотрят, слушают одно и то же, одеваются в одно и то же, а это чревато потерей собственной самобытности, поскольку доминирование массовой культуры лишает каждую отдельно взятую культуру страны присущей только ей неповторимости и индивидуальности [5, с. 52].

Подводя итог всему вышесказанному, можно сказать, что существующая на сегодняшний день система межгосударственных структур существенно отстает от потребностей, диктуемых бурно протекающей глобализацией экономики. По этой причине осложняется использование положительных черт глобализации и практически сходит на «нет» борьба с ее негативными последствиями. В настоящее время глобализация является выгодной только ограниченному кругу стран, так как по существу она учитывает исключительно интересы наиболее развитых государств, так называемого «золотого миллиарда», принося тем самым ущерб большинству стран на планете. Из-за этого пропасть между развитыми и развивающимися странами не только не уменьшается, а, напротив, увеличивается. Поэтому важнейшей целью международной политики должна стать разработка способа, который позволит создать положительный эффект глобализации доступным максимальному числу стран и при этом смягчить негативные последствия обострения глобальных проблем.

Список литературы:

1. Глобализация как фактор социальных перемен в современном мире: Сб. обзоров и реф. – М.: ИНИОН РАН, 2012. – 224 с.
2. Глобализация. Общество. Личность: монография / Г. Цитен и др.; под общ. ред. И.В. Ершовой. – Архангельск: ИД САФУ, 2014. – 194 с.
3. Зобова Л.Л. Глобализация экономики: учебное пособие. – Кемерово: КГУ, 2012. – 143 с.
4. Хамудуллин Н.Р. Социальные изменения в современном мире (глобализация): учебное пособие. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 102 с.
5. Хмылёв В.Л. Современные международные отношения: учебное пособие. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 210 с.
6. Шорохова С.П. Глобализация и гуманизм в современном мире. – М.: Издательский центр РГГУ, 2013. – 256 с.

Киселева Надежда Александровна

*к.ф.н. ст. преподаватель кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: nadekiseleva@mail.ru*

Прищеп Ирина Петровна

*студентка 2 курса факультета экономики и управления
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: irina.prishep@mail.ru*

УДК 332.142(470.319)

Соболева Ю.П., Осипова Н.С.

**К ПРОБЛЕМЕ ОЦЕНКИ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА
(НА МАТЕРИАЛАХ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Статья подготовлена в рамках выполнения Государственного задания Министерства образования и науки Российской Федерации (задание 2014/512)

В настоящее время остро стоят вопросы развития отечественной пищевой промышленности. События в мире и экономике отчетливо показывают, что в стратегической перспективе конкурентоспособными будут только те регионы, в основу развития которых поставлены процессы инновационного развития пище-

вого производства, осуществления модернизации пищевой промышленности как главнейшей экономической системы региона. Орловская область является одним из динамично развивающихся регионов РФ и в целом показывает положительный рост пищевой промышленности.

Ключевые слова: пищевая промышленность, Орловская область, пищевое производство, АПК, развитие.

В условиях введения санкций в отношении России со стороны западных стран требуется обновление и доработка нашей пищевой промышленности для того, чтобы была возможность удовлетворять весь внутренний спрос потребителей. Кроме того, модернизация необходима и для освоения совершенно новых, ранее неизвестных рынков сбыта товаров. Также следует сказать и о том, что еще одним стимулом к совершенствованию отечественного производства является конкуренция с импортируемыми в нашу страну товарами. И решение стоящих задач перед Россией возможно лишь при условии развития экономики области, которая в свою очередь напрямую зависит от промышленности региона.

В Орловской области губернатором поставлена комплексная задача для региона: в течение ближайших пяти лет войти в пятерку наиболее динамично развивающихся регионов Центрального федерального округа по всему комплексу показателей социально-экономического развития [7].

Для определения стратегических ориентиров развития Орловской области рассмотрим конкурентные преимущества региона, к основным из которых относятся:

- 1) выгодное территориально-географическое расположение;
- 2) наличие центров компетенции в области разработки и производства инновационной продукции в приборо- и машиностроении. Удельный вес инновационно-активных предприятий в основных видах деятельности промышленного комплекса Орловской области составляет:
 - по производству транспортных средств и оборудования – 60%;
 - по производству электрооборудования, электронного и оптического оборудования – 35%;
 - по производству машин и оборудования – 24%;
- 3) наличие квалифицированных научно-исследовательских, инженерных и трудовых ресурсов в области приборо- и машиностроения;
- 4) наличие свободных производственных площадей и земельных участков для размещения крупных промышленных объектов.

Пищевая и перерабатывающая промышленность занимает одно из ведущих мест в промышленном комплексе Орловской области, при этом она оказывает большое влияние на экономическое состояние. В январе 2015 г. индекс промышленного производства Орловской области составил 91,4% к январю 2014 г. и 72,1% – к декабрю 2014 г., в 2014 г. к 2013 г. – 104,3%. Однако в действующих ценах объем отгруженных товаров по виду деятельности «Производство пищевых продуктов» составил в январе 2015 г. 2392 млн руб., что равно 116,5% к январю 2014 г. При этом индекс роста цен составил в декабре 2014 г. к декабрю 2013 г. 112,7% [6]. В рамках падения объемов производств в натуральном выражении увеличение объемов продаж в стоимостном выражении обусловлено ростом цен реализации.

В регионе производится большинство всех необходимых для населения продуктов питания: продукция мукомольно-крупяной отрасли, хлеб, хлебобулочные, кондитерские изделия, мясные и плодоовощные консервы, молочная и мясная продукция, сахар, растительное масло, пивоваренный солод, этиловый спирт, алкогольная продукция и напитки. Это является гарантом продовольственной безопасности Орловской области, положительно отражается на демографической ситуации и здоровье людей.

Распределение предприятий Орловской области в области пищевой промышленности выглядит следующим образом [6]:

- Вода питьевая, минеральная – одно предприятие;
- Пиво (производство) – одно предприятие;
- Кондитерские изделия – два предприятия;
- Масла растительные (производство и продажа) – два предприятия;
- Мукомольное производство – одно предприятие;
- Мясная продукция (продажа) – пятьдесят два предприятия;
- Пищевые концентраты – семь предприятий;
- Продукты питания (оптовая продажа и поставка) – одно предприятие;
- Рыбная продукция (продажа) – одно предприятие;
- Сыры (оптовая продажа, поставка) – восемьдесят четыре предприятия;

- Чай – пять предприятий;
- Ягоды – четыре предприятия.

Рыночные отношения внесли коррективы в потребительские предпочтения населения в области продуктов питания. В связи с тем, что уровень доходов населения во всех сферах различный, наблюдается такая значительная разница. Проблема продовольственной безопасности, фальсификации товаров, нелегальной продукцией является важной во всех регионах РФ, в том числе и Орловской области.

Пищевая отрасль Орловской области включает в себя такие направления, как [6]:

- производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения – свыше 50 организаций (например, ОАО «Орловский хлебокомбинат», ООО «Овал», ООО «Сдобный двор», ООО «Визит» и пр.);
- производство мучных кондитерских и хлебобулочных изделий длительного хранения – свыше 9 организаций (например, ООО «Жасмин», ООО «Сдоба» и пр.);
- производство сахара – свыше 10 организаций (например, ЗАО «Краснозороленский СХЗ», ЗАО «Сахарный комбинат «Колпнянский» и пр.);
- производство какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий – свыше 3 организаций (например, ООО «Трансфер», ООО «Хилал» и пр.);
- производство шоколада и сахаристых кондитерских изделий – свыше 4 организаций (например, ЗАО «Кондитерская фабрика», ООО «Орловская ореховая компания» и пр.);
- производство макаронных изделий – ООО «Макмастер»;
- производство пряностей и приправ – ЗАО «Биопром», ОАО «Фабрика детского специального питания и соков»;
- изготовление готовых пищевых продуктов и заготовок – свыше 4 организаций (например, ООО «Сан Паоло», ПО «Свердловский общепит» и пр.).

Промышленность Орловской области в целом демонстрирует положительную динамику.

Увеличению объемов производства важнейших видов продуктов способствовали меры, которые принимали производители по внедрению инновационных технологий, улучшению качества и расширению продукции, а также меры по государственной поддержке на федеральном и региональном уровне. Снижение выработки некоторых пищевых продуктов (молочные, муки, крупы и др.) определялось потребительским спросом. Также снижение темпов роста в некоторых отраслях пищевой промышленности связано с рядом причин: подорожал транспорт, цены на жилищно-коммунальные услуги, услуги здравоохранения, образование и т.д. При этом доходы населения остаются неизменными.

В настоящее время сектор пищевой и перерабатывающей промышленности в Орловской области представлен 296 организациями.

Объем отгруженных ими товаров собственного производства за январь-декабрь уходящего года в действующих ценах составит около 44 млрд рублей: 133% к уровню 2014 года.

В частности, возросли показатели производства мяса и субпродуктов убойных животных (на 27,8%), мяса птицы (на 30,8%), мясных полуфабрикатов (в 1,8 раза), растительного масла (на 7%), молочных консервов (3,4%), сливочного масла (15,1%), цельномолочной продукции (18%), сыров и сырных продуктов (14,1%), муки (29,1 %), крупы (47,6%), кондитерских изделий (22,2%), хлеба и хлебобулочных изделий (2,5%), макаронных изделий (18,9%), крахмала (8,1%).

2015 год ознаменован для отрасли реализацией перспективных проектов. Так, при содействии Губернатора области Вадима Потомского вновь запущено производство по розливу алкогольной продукции ЗАО «Орловский Кристалл». ООО «Дилатан» завершило строительство молочного завода в Колпнянском районе. Товар уже поступает в торговые сети. ООО «Знаменский СГЦ» ввел в эксплуатацию цех по переработке мяса (ветчинные продукты) мощностью 40 тонн/сутки. ОАО «Мценский мясоперерабатывающий комбинат» возобновило деятельность по убою скота и производству колбасных изделий. В мае 2015 года предприятием запущен убойный цех. АО «Орелмасло» в 2015 году приобрело голландскую воздухоочистительную установку стоимостью более 30 млн рублей. Планируется строительство маслоэкстракционного цеха.

Кроме того, продолжается увеличение мощностей по переработке сахарной свеклы. ЗАО Сахарный комбинат «Отрадинский» в 2015 году завершило реконструкцию жомосушильного и грануляционного цеха. На данные цели направлено более 300 млн рублей. ЗАО «Сахарный комбинат «Колпнянский» осуществляет строительство второй очереди жомосушильного цеха. ООО «ЛИВНЫ САХАР» начало возведение ТЭЦ. Планируемый объем инвестиций – 300 млн рублей. Ожидается, что из свеклы урожая 2015 года будет произведено 285 тыс. тонн сахара.

В настоящее время на территории индустриального парка «Зеленая роща» ООО «Агро-Альянс» успешно реализует инвестиционный проект по строительству гречнево-хлопяного завода с элеватором и фасовочно-логистическим комплексом.

Первая очередь по переработке гречихи запущена в декабре 2014 года. В августе 2015 года предприятие приступило к реализации второй очереди. Ожидается увеличение мощностей элеватора до 40 тыс. тонн и строительство завода по производству зерновых хлопьев, бобовых и круп быстрого приготовления мощностью 30 тыс. тонн в год. В 1 квартале 2015 года была введена в эксплуатацию мельница сортового помола ООО «Белая мельница» мощностью 75 тонн зерна в сутки. В 2016 году планируется строительство зернохранилища емкостью 12 тыс. тонн. На данные цели потребуется более 130 млн рублей. ООО «Знаменский СГЦ» также возвел элеватор, в строительство которого проинвестировано 950 млн рублей.

Кроме того, в 2015 году начата реконструкция хлебоприемного предприятия ОАО АФ «Мценская». При участии Росагролизинга планируется сооружение хранилищ для хранения зерна на 36 тыс. тонн. Стоимость объектов – 213 млн рублей.

Одним из ключевых мероприятий в рамках презентации Инвестиционного послания Губернатора Орловской области Вадима Потомского стала секция «АПК Орловской области. Перспективные инвестиции».

В 2015 году в денежном выражении объем произведенной и реализованной регионом продукции АПК составил 110 миллиардов рублей. На долю сельхозтоваропроизводителей приходится более 60% от этой суммы. Несмотря на экономические сложности, орловские сельхозпредприятия удержали уровень объемов произведенной продукции по основным видам, индекс промышленного производства пищевых продуктов составил 109,4% по отношению к 2014 году.

При этом Орловская область по производству основных продуктов сельского хозяйства на душу населения занимает лидирующие позиции как в России, так и в ЦФО. Уровень самообеспеченности составляет по мясу – 133%, по молоку – 104%, по картофелю – 125 %.

Основной задачей в пищевой и перерабатывающей промышленности Орловщины является максимальная реализация конкурентных преимуществ: благоприятных природно-климатических условий, выгодного географического положения, кадрового и научного потенциала.

Существуют два перспективных направления для вложения в пищевую и перерабатывающую промышленности, которым Правительство Орловской области в ближайшем будущем планирует уделять преимущественное внимание.

Прежде всего, это развитие действующих предприятий с хорошей ресурсной и сырьевой базой за счет вертикальной интеграции и диверсификации производств. В частности, потребность региона в увеличении и реконструкции мощностей по переработке и хранению зерна составляет 800 тыс. тонн. Наблюдается дефицит собственных семян зерновых, крупяных культур, мяса.

Вторым потоком инвестирования является создание новых производств. Речь идет о предприятиях защищенного грунта, современных животноводческих комплексах, о скотоводстве специализированных мясных пород, закладке садов, глубокой переработке зерна с применением биотехнологий, создании оптово-распределительных и логистических центров.

Следует отметить, что регион уже начал осуществлять идеи в обозначенных направлениях. В 2015 году построено и модернизировано мощностей по единовременному хранению зерна более чем на 250 тыс. тонн. В 2016 году данная цифра возрастет еще на 110 тыс. тонн.

1 января 2016 года вступила в силу новая региональная программа, направленная на поддержку молочного животноводства. На базе Орловского аграрного университета функционирует современный лабораторный центр практического консультирования.

В регионе активно внедряются подходы проектного управления, ведется строительство сельских дорог, развивается инфраструктура села. В 2015 году проведена полная инвентаризация сельхозплощадей, создан современный геоаналитический информационный центр Департамента сельского хозяйства. По итогам 2015 году в рейтинге МСХ РФ Орловская область заняла лидирующее место по вводу в оборот неиспользуемых земель.

Среди перспективных возможностей – современная переработка пшеницы, соевых бобов и люпина, производство белков одноклеточных организмов, создание общего банка бизнес-идей. Таким образом, обеспечение орловцев качественными продуктами питания и реализация инвестиционных проектов с высокой бюджетной и социальной эффективностью является самым приоритетным направлением развития региона.

Список литературы:

1. Гончаров В. Производственный потенциал АПК: оценка и проблемы развития // Экономист. – 2016. – №2. – С. 33-43.
2. Иванова В.Н., Серегин С. Н. Экономический рост на инвестиционной основе – ключевой приоритет государственной политики в развитии пищевой промышленности России // Пищевая промышленность. – 2014. – №4. – С. 8-13.
3. Колосова К.С., Покровский Н.В. Аспекты развития пищевой промышленности // Безопасность потребительских товаров и услуг: материалы студенческой научно-практической конференции (Орел, 13 декабря 2014 г.) / под общ. ред. И.Г. Паршутиной. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ, 2015. – с. 35-36.
4. Магомедов М.Д., Заздравных А.В., Афанасьева Г.А. Экономика пищевой промышленности: учебник для вузов. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2014. – 232 с.
5. Родионова И.А. Инновационная стратегия развития предприятий пищевой промышленности Российской Федерации // Региональная экономика: теория и практика. – 2015. – №33. – С. 39-50.
6. Соболева Ю.П. Анализ факторов инвестиционной среды регионального рынка пищевой промышленности // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №2. – С. 52-56.
7. Уварова А.А., Рябинина Н.И., Рязанцева А.Н. Методы и механизмы государственной поддержки развития промышленности на уровне региона (на примере Орловской области) // Региональная экономика: теория и практика. – 2015. – №39. – С. 44-55.

Соболева Юлия Павловна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: soboleva-yp@mail.ru

Осипова Наталья Сергеевна

студентка 1 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: natliosipov969@rambler.ru

УДК 339.1(470)

Бакалева В.В.

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА СФЕРУ ТОРГОВЛИ РОССИИ

Статья посвящена рассмотрению влияния санкций на экономику России, а именно на ее торговую сферу. Указаны направления действия санкций на предприятия оптово-розничной торговли, описано общее состояние потребительского поведения населения в настоящий момент. Проанализировано несколько основных сегментов в рамках торговли сельскохозяйственной продукцией: торговля фруктами, овощами, рыбой и мясом. Также определены возможные последствия санкций на импорт одежды из Европейского союза и США. Обозначены ответные меры российского Правительства по пересмотру ассортиментной политики и пулу поставщиков. Указаны основные направления поддержания и стабилизации торгового рынка России.

Ключевые слова: санкции, оптово-розничная торговля, потребительский спрос, индекс экономической надежды, импортозамещение.

В настоящее время торговая сфера является одной из главных отраслей государства. Предприятия оптово-розничной торговли занимают лидирующее положение по числу предоставленных рабочих мест (18%) и обеспечивают самый большой вклад в валовой внутренний продукт страны (около 16%). Также торговля обеспечивает самые высокие поступления в бюджетную сферу в сравнении с другими отраслями экономики. Почти три четверти своих доходов граждане России тратят на покупки. Торговая сфера государства сейчас находится в условиях возникающих вызовов, способных нарушить экономическую ситуацию во всей стране. Главным образом они связаны с введенными против России экономическими санкциями, влияние которых на оптово-розничную торговлю рассмотрим в данной статье.

Введенные санкции касаются двух основных направлений: ограничение инвестиций и технологий для развития экономики на 2% и трудности, которые вызваны необходимостью выплаты процентов по кредитам за возросший в связи с увеличением иностранных инвестиций корпоративный долг. Все это будет оказывать негативное влияние на российскую экономику ближайшие несколько

лет. Ограничение технологий приводит к замедлению развития сырьевого сектора и выражается в потере добычи нефти, цена на которую снижается.

Влияние введенных санкций на внутренний рынок проявляется в стагнации потребительского спроса населения, в 2015-2016 годах темпы роста розничной торговли не превышают 1-2% [3]. Наблюдается опережающий рост расходов над доходами, падение покупательской способности, ослабление рубля.

Основными макроэкономическими факторами, которые оказывают влияние на динамику торгового рынка России, в настоящий момент являются: стагнация экономики, повышение ставок кредитования, рост валютных курсов и снижение покупательной способности. Основными направлениями изменения поведения потребителей является снижение покупательной активности и увеличение за кредитованности населения [1].

Стагнация экономики характеризуется снижением темпов роста ВВП с 4,5% в 2010 г. до 0,5% в 2014 г., снижением темпов роста розничного товарооборота с 6% в 2010 г. до 1,9% в 2014 г. при росте инфляции [3].

В текущем году в связи с происходящими в стране событиями расходы населения впервые за 5 лет показали отрицательную динамику. С учетом инфляции снижение реального потребления составило 5-7% за год, а индекс экономической надежды достиг показателей кризиса 1998 и 2009 годов (рисунок 1) [4].

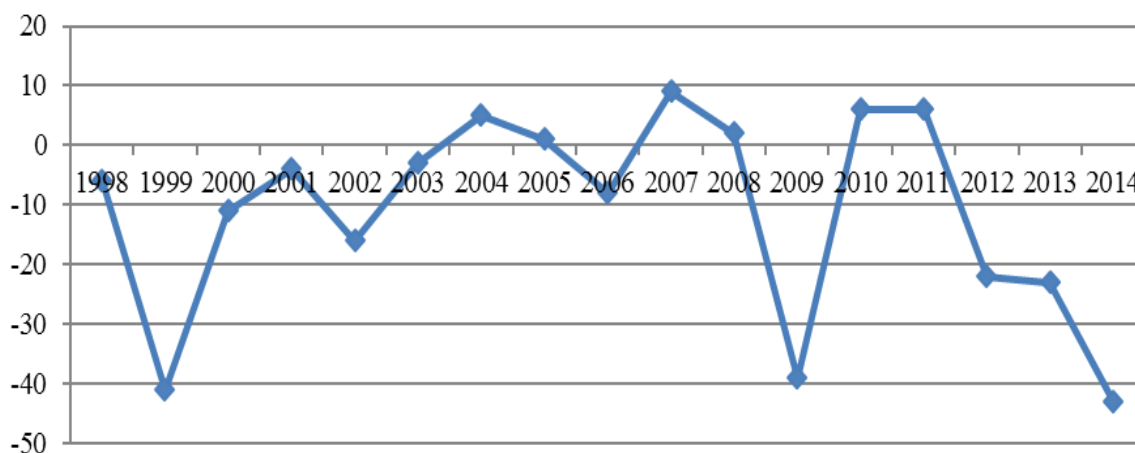


Рисунок 1 – Динамика индекса экономической надежды в России в 1998-2014 годах

Индекс экономической надежды – ежемесячный отчет по потребительскому доверию на основании реакции национального настроения на текущую ситуацию и степень потребительских надежд или сомнений на будущее. Индекс строится на основе опросов 5000 семей. Индекс вычисляется в процентах как относительный показатель количества положительных/отрицательных ответов на общее количество ответов.

Традиционно индекс экономической надежды используется для прогнозирования тенденций в области занятости и общего состояния экономики, считается опережающим индикатором делового цикла.

Ключевые факторы, которые необходимо учитывать для осуществления деятельности в условиях действия санкций, в том числе направленных на предприятия торговли, следующие:

- 1) рынок замедляет рост, потребитель адаптирует различные способы оптимизации расходов;
- 2) базовыми ценностями для потребителя остаются ассортимент и привлекательная цена;
- 3) роль онлайн-торговли возрастает и является одним из способов сохранения потребителя;
- 4) правильное позиционирование и управление восприятием потребителя помогают сохранить позиции на рынке.

Правительство РФ запретило ввоз сельскохозяйственной продукции из стран, которые реализуют санкции против российских резидентов.

Рассмотрим несколько основных сегментов в рамках торговли сельскохозяйственной продукцией: торговлю фруктами, овощами, рыбой, мясом. Запрет на ввоз сельскохозяйственной продукции коснулся лишь 26,7% импорта фруктов, однако осложняющим моментом выступает то, что доля при-

возной продукции в этом сегменте достаточно велика – 70,7%, что дает в результате дефицит в 18,9% [4]. При этом спрос на фрукты в последние годы постоянно возрастал. Это практически единственный показатель среди продуктов питания, в котором потребление на душу населения почти в 2 раза превысило уровень 1990 г.

На текущий момент полностью заместить дефицит за счет отечественных производителей не получается, т.к., согласно статистике, общие объемы довольно низкие и практически без динамики роста. Садоводство отличается довольно длительным производственным циклом, приусадебные хозяйства не могут обеспечить объемы и товарность, которые необходимы торговым сетям.

С вводом санкций мировые лидеры по экспорту фруктов (США, Испания, Нидерланды) не могут поставлять на российский рынок свою продукцию, торговые сети были вынуждены переориентироваться на продукцию из Турции и Китая. Эти две страны и так поставляют много фруктов и цитрусовых в Россию, к тому же демонстрируют хорошую динамику по объемам экспорта. Но почти 19%-ный дефицит компенсировать без роста цен не удастся.

Далее рассмотрим такой сегмент импорта сельскохозяйственной продукции, как импорт овощей. Это один из благополучных сегментов в нынешней осложненной санкциями экономической ситуации. С рынка вынужденно ушло 30,7% импорта, однако он сам занимает относительно небольшую долю в продажах (14,9%). В результате образовалась незначительная величина дефицита овощей на уровне 4,6% [4]. При этом в последние годы наблюдается следующее положение по данному сегменту: потребление росло медленно, при этом производство удавалось наращивать быстрее.

Нехватка практически незаметна, так как поставку около 50% недостающих овощей производят Китай, Турция и Египет, а остальные 50% поставляются на рынок российскими аграриями. При этом российской экономике необходимо полагаться не только на привозные турецкие помидоры и китайскую морковь, т.к. для покрытия 50%-ного дефицита данным странам следует увеличить в 2 раза объемы поставок в Россию, что будет достаточно проблематично. Однако, по прогнозам, в данном секторе серьезных повышений цен все же не ожидается.

Следующим сегментом выступает торговля мясными продуктами, в частности свининой. С этим продуктом ситуация неоднозначная. Запрет на ввоз свинины коснется 9 стран-импортеров из 10 крупнейших. Россия теряет 72,7% импорта, при том, что привозное мясо занимает около 19% рынка. Это означает, что при неблагоприятном развитии событий рынок свинины потеряет 14% (оставшиеся 5% приходится на импорт из «разрешенных» стран).

В данной ситуации в отношении торговли свининой есть и позитивный фактор: в последнее время, благодаря достаточно высоким ценам, растет внутреннее производство, следовательно, зависимость от импорта падает. Спорным остается вопрос, смогут ли отечественные компании заполнить эту нишу и как быстро это произойдет, поэтому в первые месяцы действия санкций большие надежды возлагались на мировой рынок (рынки «разрешенных» стран). Ранее основными экспортерами свинины были страны Евросоюза и США, теперь ими стали страны Южной Америки, прежде всего Бразилия.

Наибольший резонанс в СМИ вызывает запрет на поставки рыбы и морепродуктов. В основном из-за исчезновения в торговых объектах норвежского лосося. Однако в данном сегменте ситуация сопоставима с той, что происходит с фруктами. Под запрет подпадает 50,5% импорта. Несмотря на то, что Россия также является поставщиком рыбной продукции, доля импорта с каждым годом медленно увеличивалась. В 2012 г. он занимал 38% рынка, сегодня же дефицит составил 19,1%. На сегодняшний день увеличение внутреннего производства до необходимых объемов практически невозможно, его объемы в последние годы практически не изменялись, что связано главным образом с природными факторами. Искусственное выращивание рыбы российские компании только начинают осваивать. Цены на рыбу и морепродукты значительно возросли. Надежды в данном случае возлагаются на Китай, который в прошлом году продал рыбы в совокупности на 12,5 млрд долл., а также на такие страны, как Чили и Исландия.

Ответные санкции российского Правительства потребовали пересмотра ассортиментной политики и пула поставщиков. Поставка большинства продуктов ожидается за счет российских производителей. Для обеспечения магазинов красной рыбой уже проработан канал поставки с Дальнего Востока. Для закупки фруктов увеличена загрузка российских партнеров – из Кубани, Краснодарского и Ставропольского краев, а также производителей из Белоруссии, Сербии, Македонии и Турции. Заказы экзотических фруктов перераспределены в страны Азии, Латинской Америки и Африки. В целом запрет несет как определенные сложности, так и позитивные перемены, например, обновится ассортимент, появится больше свежих продуктов, на полки придут новые товары.

Далее рассмотрим влияние введенных против российской экономики санкций на импорт одежды из Европейского союза и США. Запрет на ввоз одежды принесет больше вреда экономике России, чем пользы. На сегодняшний день еще нет информации, на какие конкретно виды текстильной продукции будут распространяться запреты. К примеру, большинство зарубежных марок шьет свою продукцию в Юго-Восточной Азии (Adidas, Mango, Zara), при этом они являются европейскими компаниями, в то время как странами производства выступают Китай или страны Юго-Восточной Азии.

Российские бренды имеют довольно сильные позиции в фэшн-ритейле. Некоторые даже осуществляют экспансию на рынки Азии и Европы. К примеру, «Спортмастер» и O'stin открывают магазины в Китае, а компания Cherry Hill – обувные бутики в Испании. Доля российских ритейлеров, таких как Incity, Oodji, Sela, Glance и других, в продажах одежды велика, особенно в сегменте «масс-маркет».

Если будут введены санкции в сфере импорта одежды, то, скорее всего, в качестве последствий российский рынок получит не только повышение цен на данную продукцию, в первую очередь, существенные потери понесут небольшие и средние ритейлеры, которые работают по франшизе иностранных брендов.

Еще один негативный момент от введения санкций состоит в том, что в «одежном» ритейле существует большая зависимость от канала продаж, т.е. от наличия фирменных магазинов. Торговле продуктами такая зависимость не свойственна, т.к. производители и поставщики довольно редко разбивают фирменные сети.

Все иностранные компании, занимающиеся продажами одежды в России, вышли на российский рынок, вложив значительные средства в развитие собственных или франчайзинговых сетей. Например, Adidas имеет более 1000 магазинов в России, группа Inditex (Zara, Bershka и т.д.) – более 200 магазинов, Mango – более 100 магазинов.

Следующими, кто также пострадает от запрета импорта одежды, будут девелоперы коммерческой недвижимости, доля иностранных брендов в торговых комплексах намного выше 50%. Если эти бренды будут вынуждены закрыть свои магазины, то девелоперы понесут колоссальные потери, т.к. иностранные сети часто являются основными арендаторами.

Рынок брендовой одежды в России может значительно сократиться, исчезнут такие марки, как Hermes, Prada и т.д., т.к. заменить их отечественными товарами или товарами из других стран не представляется возможным.

Таким образом, ввод санкций в фэшн-ритейле может привести к катастрофическим последствиям, которые невозможно будет не заметить, и ощущаться они будут еще длительный промежуток времени. Розничный сектор экономики России – один из самых динамичных, и доля инвестиций иностранных компаний в нем очень существенна, поэтому с введением запрета на ввоз одежды из ЕС и США большая часть инвестиций будет потеряна и вернуть их в ближайшей перспективе будет практически невозможно.

В условиях экономических санкций российские предприятия розничной и оптовой торговли должны обеспечивать импортозамещение, поддерживать отечественные предприятия и обеспечивать приоритет российскому производителю на полках магазинов.

В условиях торможения спроса ритейлу необходимо повышать эффективность операционной деятельности и более обдуманно инвестировать в экстенсивное развитие сетей. Целесообразно инвестировать в логистику, в систему управления, а также в информационные системы. Приоритетными должны стать стратегии, направленные на рост эффективности существующего бизнеса, а не на активную экспансию. Тем не менее, даже несмотря на стагнацию спроса, в России имеется потенциал для экстенсивного развития, который необходимо использовать с учетом наиболее эффективных современных технологий [2].

По нашему мнению, все экономические кризисы имеют общие черты и лишь незначительно отличаются друг от друга. В условиях стагнации в экономике следует фокусироваться на прибылеобразующих действиях. Инвестирование в условиях кризиса должно быть избирательным, а необходимыми для этого критериями являются быстрая окупаемость и увеличение маржинального дохода. В условиях снижающейся покупательской активности наиболее эффективными являются следующие инструменты:

- стимулирование продаж;
- системы мотивации персонала;
- увеличение или удержание покупательского трафика;
- создание уникального, запоминающегося стиля зала.

Таким образом, в условиях кризиса необходимо повышать эффективность бизнеса в целом. Покупатель на сегодняшний момент ограничен в денежных ресурсах и более тщательно подходит к выбору продукции, места продажи, обслуживания. Необходимо еще тщательнее продумывать возможности сокращения издержек, а также пути возможного дополнительного привлечения покупателей в торговые объекты.

Список литературы:

1. Губин Е.П. Правовое обеспечение свободы экономической деятельности // Предпринимательское право. – 2015. – №4. – С. 3-9.
2. Зинковский М.А. Национальный экономический кризис: юридическая природа, критерии момента возникновения и прекращения // Юридический мир. – 2015. – №11. – С. 33-36.
3. Сайт Московской биржи [Электронный ресурс]. – URL: <http://moex.com/>.
4. Саммит «Retail Business Russia&CIS 2014» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2418357>.

Бакалева Виктория Владимировна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

Научный руководитель

Арманишина Гульнара Рамильевна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

УДК 346.26(470.319)

Калабухина М.В.

**АНАЛИЗ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Микрофинансирование является одним из инструментов государственной поддержки малого предпринимательства. В статье представлена характеристика основных организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на территории Орловской области, а также итоги реализации программы микрофинансирования.

Ключевые слова: малый бизнес, инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства, микрофинансирование субъектов малого предпринимательства.

Несмотря на то, что экономику любого развитого государства формируют крупные корпорации, а наличие мощного капитала в значительной мере определяет уровень научно-технического и производственного потенциала, подлинной основой жизни стран с рыночной системой хозяйствования является малое предпринимательство как наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни. Именно в секторе малого предпринимательства создается и функционирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для крупного бизнеса. По состоянию на 1 января 2015 года на территории Орловской области действовало 7,8 тыс. субъектов МСП (таблица 1). Наибольшее число субъектов МСП действует в следующих отраслях: в торговле – 24,6%, в обрабатывающей промышленности – 21,6%, в сфере операции с недвижимым имуществом – 18%, в сельском хозяйстве – 9,8%.

Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей) субъектов МСП в 2014 году составила 49,8 тыс. человек против 52,9 тыс. человек в 2013 г. Оборот продукции (услуг), произведенной субъектами МСП в 2014 году, составил 78,3 млрд рублей (122,3% к уровню 2011 года).

В настоящее время инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Орловской области представлена тремя организациями:

- НМО «Фонд микрофинансирования Орловской области»;

Таблица 1 – Основные показатели деятельности малых предприятий в Орловской области

Годы	Число малых предприятий (на конец года), тыс.		Средняя численность работников, тыс. человек		Оборот малых предприятий, млрд. руб.	
	всего	в том числе микропредпри- ятий	всего	в том числе на микропредпри- ятиях	всего	в том числе микропред- приятий
2011	7,1	6,0	52,0	16,8	64,0	22,3
2012	7,8	6,6	53,9	17,3	70,2	25,8
2013	7,3	6,1	52,9	17,0	80,1	28,3
2014	7,8	6,8	49,8	16,5	78,3	29,3

- НО «Фонд поддержки предпринимательства Орловской области»;
- Центр поддержки предпринимательства.

Некоммерческая организация «Фонд микрофинансирования Орловской области» осуществляет финансовую поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства с использованием механизма микрофинансирования, в том числе за счет целевых ресурсов Акционерного общества «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства» (АО «МСП Банк»).

Некоммерческая организация «Фонд поддержки предпринимательства Орловской области» (НО «ФППО») создана 05 мая 2012 года. Учредителем Фонда поддержки предпринимательства Орловской области является Департамент экономики Орловской области. Основная цель деятельности Фонда – реализация мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства Орловской области.

На базе Фонда действует Центр поддержки предпринимательства (ЦПП), работа которого направлена на оказание консультационной, консалтинговой и финансовой поддержки малому и среднему бизнесу.

Деятельность ЦПП включает в себя:

- оказание бесплатных консультаций по вопросам начала и ведения бизнеса: выбор организационно-правовой формы бизнеса, порядок государственной регистрации бизнеса, выбор оптимального режима налогообложения, сроки и порядок сдачи отчетности, разъяснения по мерам государственной поддержки бизнеса в Орловской области;
- подготовка документов для регистрации бизнеса: создание, изменение, прекращение ИП и ООО. Возможно представительство интересов клиента в регистрирующем органе;
- бухгалтерские услуги для предпринимателей: составление и сдача отчетности, постановка, ведение бухгалтерского учета – внешняя бухгалтерия для ООО и индивидуальных предпринимателей;
- услуги кадрового сопровождения: прием на работу и увольнение, документы по кадровому составу, разработка внутренних нормативных документов компаний;
- юридические услуги: составление договоров и других юридических документов, представительство интересов в судах и иных инстанциях, решение юридических вопросов, связанных с ведением предпринимательской деятельности;
- составление бизнес-планов для привлечения внешнего финансирования;
- организацию участия в тренингах и семинарах по развитию бизнеса, в том числе и бесплатных;
- интернет-рассылку новостей мер господдержки бизнеса в Орловской области на электронные адреса подписчиков;
- выпуск ежемесячного периодического издания – газеты «Мой бизнес в Орловской области»;
- консультирование по предоставлению поручительств в размере до 50% по банковским кредитам субъектов малого и среднего предпринимательства.

С четвертого квартала 2015 года Центром поддержки предпринимательства осуществляются новые мероприятия поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, направленные на софинансирование части консалтинговых расходов за счет средств федерального бюджета по следующим направлениям:

- финансирование бухгалтерских, аудиторских услуг, оказываемых субъектам малого и среднего предпринимательства, зарегистрированным на территории Орловской области;
- финансирование юридических услуг, оказываемых субъектам малого и среднего предпринимательства, зарегистрированным на территории Орловской области;
- финансирование услуг по разработке прототипа интернет-сайтов, их созданию и продвижению, оказываемых субъектам малого и среднего предпринимательства, зарегистрированным на

территории Орловской области;

- финансирование маркетинговых услуг по продвижению товаров/услуг на рынке (разработка маркетинговой стратегии и планов, рекламной кампании, дизайна, разработка и продвижение бренда, организация системы сбыта продукции, проведение маркетинговых исследований), оказываемых субъектам малого и среднего предпринимательства, зарегистрированным на территории Орловской области.

Подлежат финансированию услуги, оказанные субъектам предпринимательства с численностью работников до 250 человек и предельным объемом доходов, получаемых от осуществления предпринимательской деятельности, 2 млрд рублей по итогам года, предшествующего году оказания услуги.

Не подлежат финансированию услуги, оказываемые субъектам малого и среднего предпринимательства:

- 1) являющимся кредитными организациями, страховыми организациями (за исключением потребительских кооперативов), инвестиционными фондами, негосударственными пенсионными фондами, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, ломбардами;

- 2) являющимся участниками соглашений о разделе продукции;

- 3) осуществляющим предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса;

- 4) являющимся в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о валютном регулировании и валютном контроле, нерезидентами Российской Федерации, за исключением случаев, предусмотренных международными договорами Российской Федерации.

- 5) осуществляющим производство и (или) реализацию подакцизных товаров, а также добычу и (или) реализацию полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых.

Максимальная сумма софинансирования каждой услуги (услуг), оказанной субъекту предпринимательства, составляет не более 90% от стоимости оказанной услуги (услуг), но не более 2000 (двух тысяч) рублей по направлению консультации по вопросам финансового планирования (бюджетирование, оптимизация налогообложения, бухгалтерские услуги, привлечение инвестиций и займов).

Расходы в размере 100%, но не более 2000 (двух тысяч) руб. подлежат финансированию по направлениям:

- консультационные услуги по вопросам правового обеспечения деятельности субъекта малого и среднего предпринимательства (в том числе составление и экспертиза договоров, соглашений, учредительных документов, должностных регламентов и инструкций, обеспечение представительства в судах общей юрисдикции, арбитражном и третейском судах, составление направляемых в суд документов (исков, отзывов и иных процессуальных документов), обеспечение представления интересов субъекта малого и среднего предпринимательства в органах государственной власти и органах местного самоуправления при проведении мероприятий по контролю);

- консультационные услуги по вопросам информационного сопровождения деятельности субъекта малого и среднего предпринимательства (Финансирование услуг по разработке прототипа интернет-сайтов, созданию и продвижению интернет-сайтов субъектам малого и среднего предпринимательства);

- консультационные услуги по вопросам маркетингового сопровождения деятельности и бизнес-планированию субъекта малого и среднего предпринимательства (разработка маркетинговой стратегии и планов, рекламной кампании, дизайна, разработка и продвижение бренда, организация системы сбыта продукции, проведение маркетинговых исследований).

По программе микрофинансирования субъектам малого предпринимательства – юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям предоставлено 2434 микрозайма на сумму 1417,7 млн рублей.

Микрофинансирование является одним из мероприятий государственной поддержки, а именно предоставление микрозаймов суммой до 1000000 рублей на срок до 3-х лет на развитие бизнеса субъектам малого предпринимательства Орловской области, в том числе на пополнение оборотных средств, капитальные вложения, приобретение основных средств, погашение кредитов в коммерческих (микрофинансовых) организациях (рефинансирование).

На реализацию программы микрофинансирования в 2009-2015 годах были выделены средства, субсидии из регионального и федерального бюджетов в размере 275,4 млн рублей.

Основными целями микрофинансовой деятельности ОАУ «ОРФРММП» являются:

- оказание финансовой поддержки в виде микрозаймов субъектам малого предпринимательства (далее – субъекты МП), в том числе не имеющим доступа к традиционным банковским ресурсам

из-за отсутствия кредитной истории, экономических знаний и опыта взаимодействия с банками, не имеющим официально подтвержденных доходов;

- стимуляция оборотов субъектов МП за счет заемных средств.

Заемщиками ОАУ «ОРФРММП» являются хозяйствующие субъекты, которые:

- относятся в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации к категории субъектов малого предпринимательства (индивидуальные предприниматели, микропредприятия, малые предприятия), включая крестьянские (фермерские) хозяйства и потребительские кооперативы;

- зарегистрированы и действуют на территории Орловской области на момент подачи заявки на микрофинансирование: более трех месяцев с момента регистрации; менее трех месяцев с момента регистрации при наличии бизнес-проекта;

- имеют положительную деловую репутацию, кредитную историю либо не имеют отрицательную кредитную историю;

- не имеют задолженности по налоговым и иным обязательным платежам в федеральный, областной и местный бюджеты.

Процентная ставка по микрозаймам зависит от сферы бизнеса заемщика, вида займа, целей получения займа, размера среднемесячной заработной платы, уплачиваемой работникам субъекта МП. Средняя ставка в настоящее время по программе микрофинансирования – 9,3% годовых (при минимальной ½ ставки рефинансирования ЦБ РФ, максимальной – 18% годовых). Динамика предоставленных займов представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Итоги программы микрофинансирования в Орловской области за 2009-2015 гг.

Показатели	Всего	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015 г.
Заклучено договоров займа	2151	79	238	322	350	405	500	540
Выдано займов (млн. рублей)	1232,5	34,9	102,7	164,4	203,8	240,1	308,9	363
Портфель займов (млн. рублей)	х	29,0	69,0	102,2	131,6	161,2	200,9	250,0
Средняя процентная ставка (%)	х	16,2	10,2	9,9	9,8	9,4	9,4	9,3

Для субъектов малого предпринимательства, зарегистрированных в городах: Орел, Ливны, Мценск, в Орловском, Ливенском, Мценском, Кромском районах и имеющих размер среднемесячной заработной платы не менее двух минимальных размеров оплаты труда (далее – МРОТ); для субъектов малого предпринимательства, зарегистрированных в Болховском, Верховском, Глазуновском, Должанском, Залегощенском, Колпнянском, Малоархангельском, Новосильском, Покровском, Свердловском, Урицком районах и имеющих размер среднемесячной заработной платы не менее 90 % от двух МРОТ; для субъектов малого предпринимательства, зарегистрированных в Знаменском, Дмитровском, Корсаковском, Краснозоренском, Новодеревеньковском, Сосковском, Хотынецком, Шаблыкинском, Троснянском районах и имеющих размер среднемесячной заработной платы не менее 80 % от двух МРОТ; для индивидуальных предпринимателей, не имеющих наемных работников, процентные ставки по микрозаймам устанавливаются в соответствии с таблицей 3.

Таблица 3 – Процентные ставки по микрозаймам

Наименование отрасли	Целевое назначение	Вид займа	Процентная ставка
Торговля, услуги в городской местности (Орел, Ливны, Мценск)	Пополнение оборотных средств	Индивидуальный	14%
Торговля, услуги в сельской местности	Пополнение оборотных средств	Индивидуальный	13%
Производство, услуги ЖКХ, общепит	Пополнение оборотных средств	Индивидуальный	8,5%
Сельское хозяйство, строительство	Пополнение оборотных средств	Индивидуальный	9%
Все виды деятельности	Капитальные затраты	12 месяцев	6,0%

Для субъектов МП, не соответствующих вышеуказанным требованиям по размеру среднемесячной заработной платы, процентные ставки по микрозаймам устанавливаются на уровне 18% годовых по всем отраслям независимо от целевого назначения с начала действия договора займа.

Для отдельных категорий заемщиков ОАУ «ОРФРММП» разрабатывает специальные Порядки предоставления микрозаймов, содержащие отличные от общих правил предоставления микрозаймов цель, размер, процентную ставку, в том числе равную нулю, сроки займа, требования к заемщикам, обеспечение, процедуру работы с заемщиками, порядок сопровождения займов, обеспечение возвратности займов (таблица 4).

Таблица 4 – Специальный порядок предоставления микрозаймов

Наименование	Целевое назначение	Процентная ставка
Порядок предоставления микрозаймов субъектам малого предпринимательства – работодателям	Пополнение оборотных средств, приобретение основных средств	6%
Порядок предоставления микрозаймов начинающим субъектам малого предпринимательства	Пополнение оборотных средств, приобретение основных средств	6%
Порядок предоставления микрозаймов субъектам малого предпринимательства – экспортерам	Пополнение оборотных средств, приобретение основных средств	Ставка рефинансирования
Порядок предоставления микрозаймов субъектам малого предпринимательства при неблагоприятных обстоятельствах	Пополнение оборотных средств, приобретение основных средств	1/2 ставки рефинансирования
Порядок предоставления микрозаймов субъектам малого предпринимательства на участие в аукционах (конкурсах)	На обеспечение заявки на участие в аукционах (конкурсах)	Ставка рефинансирования
Порядок предоставления микрозаймов субъектам малого предпринимательства на обеспечение исполнения контрактов, заключенных для обеспечения государственных и муниципальных нужд	На обеспечение исполнения контрактов	Ставка рефинансирования

Специальные Порядки предоставления микрозаймов утверждаются Наблюдательным советом ОАУ «ОРФРММП». Способы обеспечения обязательств заемщиками по возврату микрозайма и процентов по нему могут быть: залог имущества, поручительства, иные формы в соответствии с требованиями, установленными действующим законодательством.

Для расчета платежей используются графики платежей, которые составляются по согласованию с заемщиком. Графики платежей содержат режим начисления процентов и даты платежей заемщика. Выбор режима погашения обуславливается особенностями финансово-хозяйственной деятельности заемщика.

Для расчета платежей могут применяться следующие режимы расчетов:

- 1) аннуитетные платежи с начислением процентов на остаток задолженности;
- 2) график погашения микрозайма с ежедневным начислением процентов на остаток задолженности с погашением основной суммы микрозайма равными или неравными долями.
- 3) по согласованию с заемщиком может быть разработан иной индивидуальный порядок погашения микрозайма.

Проценты за пользование денежными средствами уплачиваются ежемесячно независимо от суммы уплаты основного долга. В качестве залогового обеспечения может быть рассмотрено имущество, приобретаемое за счет средств займа. Заем имеют возможность получить начинающие предприниматели (ранее не осуществлявшие предпринимательскую деятельность). Для получения займа требуется минимальный комплект документов. Займы до 80000 рублей выдаются только под поручительство (без залога имущества). Погашение займа происходит по индивидуальным графикам (с отсрочкой платежа).

Список литературы:

1. Государственная программа финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // МСП Банк. – URL: <https://www.mspbank.ru/>.
2. Ильминская С.А. Эффективность экономики: критерии и показатели // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №4 (14). – С. 103-107.
3. Инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства в Орловской области [Электрон-

ный ресурс] // Портал малого и среднего предпринимательства орловской области. – URL: <http://www.msb-orel.ru>.

4. Минаков А.В. Использование методов программно-целевого бюджетирования в России // Финансы и кредит. – 2010. – №1. – С.47-54.

5. Тимофеева С.А., Масликов И.В., Шестеро Н.В. Анализ инвестиционной привлекательности Орловской области // Экономическая среда. – 2014. – №9. – С. 25-32.

6. Устойчивость, резервоэффективность экономики, институты развития в условиях неопределенности: монография / под общей редакцией В.В. Матвеева. Орел: Издатель Воробьев А.В., 2014. – 278 с.

Калабухина Мария Владимировна

студентка 3 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru

Научный руководитель

Ильминская Светлана Александровна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru

УДК 338.22(470)

Щекотихина С.А.

РЕГИОНАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В данной статье автор рассматривает региональный аспект экономической политики Российской Федерации. В настоящее время Российская Федерация представляет собой масштабный социально-экономический комплекс, сформировавшийся в условиях протекания процессов интеграции в мировое экономическое сообщество. В современных условиях успешность деятельности страны в целом во многом определяет региональная экономика. От региональной экономики зависит формирование не только региональных, но также общероссийских экономических комплексов. Экономическое развитие региона является залогом успешного развития страны.

Ключевые слова: региональная экономика, регион, экономическая политика, приоритеты экономической политики, региональное развитие.

Пространственный аспект общественного воспроизводства – один из важнейших составных частей экономики России. Его изучением призвана заниматься региональная экономика. Значимость этой области знаний возрастает с каждым годом, в частности, это связано со сложностью отраслевой структуры социально-экономического комплекса Российской Федерации в целом. Содержание региональной экономики способствует выработке рациональной научно обоснованной стратегии экономического развития государства. Региональная стратегия призвана поддерживать баланс взаимоотношений между центром (государством) и регионами в перспективе, стимулировать развитие региона. Ее задачей является также снижение уровня конфликтности между центром и регионами, а также внутри территории, т.е. между территориальными сегментами. Таким образом, можно сделать вывод о том, что региональная стратегия является основой практической реализации экономики регионов.

В учебной и справочной литературе региональная экономика рассматривается как в широком, так и в узком смысле. В широком смысле региональную экономику следует рассматривать в качестве сложноорганизованной системы, которая включает в себя природно-экологический, хозяйственно-экономический и социальный аспекты. По мнению ученых-экономистов, предмет региональной экономики в широком смысле сложен и многогранен. Он имеет следующие составные части: экономику отдельных регионов; экономические связи между регионами; факторы регионального развития; территориальную организацию производственных сил; региональные системы [3]. В наиболее узком смысле региональная экономика представляет собой отрасль экономической науки, предметом которой являются территория региона, его природно-ресурсный потенциал, демографические и трудовые ресурсы, экономика и экономические связи. Главной составляющей частью региональной экономики выступает размещение производственных сил, основных факторов производства в целях максимального снижения затрат на выпуск продукции, а также повышение конкурентоспособности региональ-

ного производства [2]. Таким образом, региональная экономика отражает экономические аспекты пространственного развития регионов.

Заметим, что экономическая политика Российской Федерации должна быть тесно связана с экономикой регионов, т.е. в экономической политике государства четко должна быть отражена региональная направленность и необходимость соотношения федеральных и региональных интересов. Это обусловлено следующими причинами.

1. Установление экономических предпосылок развития Российской Федерации и ее субъектов.
2. Институциональные преобразования в стране, связанные с дальнейшим развитием рыночных отношений.
3. Стремление к повышению качества и результативности государственного регулирования в области социально-экономических и общественных процессов, пространственного обустройства российских территорий.
4. Сохранение окружающей среды, исторических и географических особенностей регионов.

Важно отметить, что региональная экономика осуществляется во имя общих целей и интересов страны в целом. Ведущее положение в экономике Российской Федерации занимают регионы-доноры. Первое место по экономическому потенциалу занимает город Москва. Главное преимущество этого региона – статус крупнейшего финансового и делового центра. На его территории зарегистрирована значительная часть центральных офисов крупных компаний, банкам Москвы принадлежит более 80% активов всей банковской системы страны. На фондовых московских биржах обращается около 90% ценных бумаг.

Таким образом, экономика на уровне субъектов Федерации необходима для обеспечения относительной самостоятельности регионов, повышения их конкурентоспособности, развития. Экономическая политика того или иного региона формируется как составная часть экономической политики Российской Федерации.

Содействие экономическому развитию регионов оказывает Министерство экономического развития Российской Федерации посредством проведения мониторинга и прогнозирования развития регионального сектора, разработки и внедрения программ и проектов развития регионов, а также путем обеспечения деятельности Координационного совета по взаимодействию с исполнительными органами государственной власти субъектов РФ, создания особых экономических зон, мониторинга и прогнозирования развития регионального сектора, оказывает поддержку в развитии моногородов.

Государственная региональная политика направлена на обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, сокращение уровня межрегиональной дифференциации в социально-экономическом состоянии регионов путем синхронизации таких направлений, как стимулирование экономического развития, создание новых центров экономического роста в регионах на основе конкурентных преимуществ; учет приоритетов пространственного развития регионов; координация инфраструктурных инвестиций государства в экономику регионов [7].

В настоящее время можем отметить совершенствование системы развития регионов, изменение организационной формы проведения региональной политики. Наряду с такими инструментами, как Федеральные целевые и адресные программы, механизмы государственно-частного партнерства, поддержка приоритетных проектов, направленных на решение системных проблем, входящих в сферу компетенции федеральных органов исполнительной власти, появляются и новые формы – кластеры, сетевые структуры управления координационного типа, региональные логистические центры. В настоящее время логистические центры уже существуют в нескольких субъектах РФ, в частности, в Ростове-на-Дону и Приморском крае (г. Находка) [4].

Говоря о программах и проектах развития регионов России, которые реализуются Правительством РФ при поддержке Министерства экономического развития РФ, прежде всего, следует отметить региональные программы в сфере развития Дальнего Востока и Байкальского региона, Северного Кавказа, интеграции и развития Крыма, а также развития Калининградской области и Арктической зоны РФ [5].

Важно отметить, что одной из основных задач региональной экономики на современном этапе является выбор приоритетных направлений социально-экономического и пространственного развития регионов. Во многом эти направления связаны с дальнейшей разработкой Федеральных государственных целевых программ развития регионов, оговоренных выше. Определение приоритетов экономической политики Российской Федерации – сложная и ответственная задача, требующая высокого профессионализма разработчиков программ развития и экспертов. Касаясь приоритетных направлений социально-экономического и пространственного развития регионов на ближайшую перспективу, можем отметить следующее.

1. Федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Курильских островов (Сахалинская область) на 2016-2025 годы», утвержденная постановлением Правительства РФ 4.08.2015 г. №793. Объем финансирования Программы составляет 68924,2107 млн руб., из них средства федерального бюджета составляют 27852,6802 млн руб., консолидированного бюджета Сахалинской области – 31736,8478 млн руб., внебюджетных источников – 9334,6827 млн руб. Реализация программы позволит обеспечить комплексное развитие экономики, инфраструктуры и социальной сферы, может способствовать созданию привлекательных условий жизнедеятельности населения Курильских островов.

2. Государственная программа РФ «Развитие Северо-Кавказского федерального округа (СКФО)» на период до 2025 года, утвержденная постановлением Правительства РФ 27.02.2016 г. №148. Госпрограмма поможет форсировать решение задач развития макрорегиона за счет стимулирования инвестиционной активности, поддержки проектов различных сфер экономики. Это позволит улучшить социально-экономическое положение в субъектах СКФО. Объем бюджетных ассигнований программы составляет 204677378,9 тыс. руб.

3. Государственная программа «Социально-экономическое развитие Крымского Федерального округа на период до 2020 года». (Государственная программа находится в стадии разработки).

4. Государственная программа «Социально-экономическое развитие Калининградской области до 2020 года», которая позволит обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие области, поспособствует развитию конкурентоспособности секторов экономики, повысит уровень и качество жизни населения, обеспечит развитие туристической индустрии. Финансирование программы составляет 62721973,3 тыс. руб.

5. Государственная программа «Социально-экономическое развитие Арктической зоны РФ на период до 2020 года» в целях оказания положительного влияния на обеспечение национальной безопасности страны, рост ее международного авторитета, социально-экономическое развитие Арктической зоны. (Госпрограмма носит аналитический характер) [6]. В общей сложности на региональное развитие предусмотрено 871828864,20 тыс. руб.

Таким образом, действия в рамках приоритетных направлений социально-экономического и пространственного развития регионов будут гарантировать сбалансированное территориальное развитие РФ, ориентированное на обеспечение условий, позволяющих каждому региону иметь необходимые и достаточные ресурсы для достойных условий жизни граждан, комплексного развития и повышения конкурентоспособности экономики регионов и развития геополитических приоритетных территорий. Кроме того, региональная направленность экономической политики Российской Федерации будет способствовать развитию федеративных отношений, повышению качества управления государственными и муниципальными финансами субъектов РФ.

Список литературы:

1. Алехин Э.В. Управление региональной экономикой: учебное пособие. – Пенза: ПГУ, 2012. – 365 с.
2. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minrec/main>.
3. Морозова Т.Г., Победина М.П., Поляк Г.Б., Шишов С.С. Региональная экономика: учебник для вузов. – 4-е изд. переработ. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 527 с.
4. Нормативная правовая база [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://programs.gov.ru/Portal/programs/documents>.
5. Портал Госпрограмм РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://programs.gov.ru/Portal/>.
6. Правительство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru>.
7. Развитие экономики регионов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/econReg/>.
8. Региональное развитие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://programs.gov.ru/Portal/analytics/structureFin>.

Щекотихина Светлана Андреевна

*студентка 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: svetlana.shekotikhina@yandex.ru*

Научный руководитель

Захаркина Наталья Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: natashazaharkina@mail.ru*

Соболева Ю.П., Пенькова А.Ю.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА
(НА МАТЕРИАЛАХ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)Статья подготовлена в рамках выполнения Государственного задания
Министерства образования и науки Российской Федерации (задание 2014/512)

Исследование направлений инвестирования экономики всегда находилось в центре внимания экономической сферы. Это обусловлено тем, что инвестиции влияют на самые глубинные основы хозяйственной деятельности, определяя процесс роста экономики в целом. Рост инвестиционной активности является наиболее эффективным инструментом обеспечения устойчивого развития региональной экономики. Именно инвестиции импульсируют её реструктуризацию, создание новых производственных фондов, преодоление научно-технического отставания, формирование современных организационно-экономических институтов и инфраструктуры рынка.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная политика, инвестиционный проект, регион, Орловская область.

В настоящее время имеет место рост числа экономических функций региона, которые автоматически вызывают повышение требований к экономике регионов и административных районов, жизнедеятельность которых определяет социальное и экономическое благополучие. Именно привлечение инвестиций может способствовать активному освоению территории, улучшению социального и экономического развития малых регионов, развитию инфраструктуры, а, следовательно, и развитию страны в целом. Привлечение инвестиций в небольшие города и регионы РФ также дает им конкурентные преимущества и является сильнейшим катализатором их роста. В основном инвестиционный климат регионов зависит от инвестиционной деятельности столицы и крупных городов субъекта РФ. И в общем большинстве регионы неинтересны для инвесторов. Собственный инвестиционный потенциал регионов невелик, поэтому существует потребность в инвестиционных ресурсах извне [4].

Росту инвестиционной политики регионов РФ препятствуют следующие ключевые проблемы: неблагоприятное демографическое положение и возрастной разброс; зависимость компаний регионов от градообразующих предприятий; невысокая конкурентоспособность; заниженная динамика социальной инфраструктуры; неразвитость промышленной сферы; высокий уровень износа основных фондов; низкая заработная плата. Выходом из создавшегося положения является разработка федеральных и региональных программ повышения инвестиционной активности регионов. Принимаемые меры необходимо систематизировать, объединяя усилия всех уровней власти государства, а также руководителей компаний регионов РФ [3].

Орловская область на данный момент представляет собой крупный научно-производственный и аграрный потенциал, надежная система подготовки кадров по инженерным и иным рабочим специальностям, а также готовый и открытый регион для делового сотрудничества (рисунок 1) [2].



Рисунок 1 – Конкурентные преимущества Орловской области

Близость к крупным рынкам сбыта и выгодная логистика являются наиболее важными факторами удобного географического положения, развитой инфраструктуры и благоприятных климатических условий (таблица 1) [2].

Таблица 1 – Региональные преимущества Орловской области

Преимущество	Комментарий
Выгодное географическое расположение	Центр европейской части РФ. Граничит с Тульской, Калужской, Брянской и Липецкой областями. Численность постоянного населения Орловской области на сегодняшний день составляет 770 тыс. человек. В радиусе 500 км проживает более 45 млн. человек
Благоприятные условия климата	Мягкий климат дает возможность развивать большинство видов с/х производства
Развитая транспортная инфраструктура	Расположен на пересечении основных автомобильных и ж/д магистралей.
Значительный сбытовой рынок	По территории региона ведется 1 нефтяной и 3 газовых международных трубопровода, которые имеют важное стратегическое значение
Полезные ископаемые:	Орловская область располагает железными рудами, глинами тугоплавкими и легкоплавкими, трепелами, цементным сырьем, камнями строительными, мелом для производства извести, песками для строительных работ и производства силикатных изделий, глинами и суглинками для производства минеральной ваты
Высокий производственный и научный потенциал	6 государственных вузов, более 41 тыс. студентов, 226 специальностей, 10 учреждений среднего профессионального образования, 15 профессиональных училищ

Приведенные в таблице данные говорят о мощном инновационном потенциале. Результативная инвестиционная политика – один из ключевых приоритетов деятельности органов исполнительной власти Орловской области. Данная политика включает в себя целый комплекс различных направлений [5]. Региональное законодательство предусматривает государственную поддержку инвесторов такими инструментами, как:

- субсидирование процентной ставки по кредитам, которые привлекаются инвесторами;
- субсидирование развития промышленных площадок объектами инфраструктуры на территории муниципальных образований;
- субсидирование затрат на обследование конкурентоспособности продукции и результативности сбытовых структур;
- предоставление инвестиционных грантов для поддержки проектов, которые реализуются субъектами малого и среднего бизнеса.

Экономика области представлена практически всеми видами деятельности экономики. Несомненно, ведущими направлениями являются сельское хозяйство, транспорт, обрабатывающее производство, строительство, связь и торговля. При этом следует выделить, что назрела острая необходимость развития новых производственных сфер инновационной продукции. В качестве таких примеров можно рассматривать полный цикл производства инсулинов и строительной керамики. Широкий спектр инвестиционных проектов Орловской области довольно велик. Проекты отличаются по длительности, срокам реализации и объему инвестиций.

Представим результаты анализа инвестиционной деятельности Орловской области за 2014-2015 гг. Самыми дорогостоящими проектами в 2014 г. были следующие:

- 1) проект ОАО «Орелстройтех» по развитию цементного производства в Верховском районе Орловской области (объем инвестиций 14900 млн руб.).
- 2) проект ЗАО «Корпорация Гринн» по организации Туристического многофункционального комплекса «ГРИНН» (объем инвестиций 7500 млн руб.).
- 3) проект ОАО «МРСК «Центра»» по организации электросетевого комплекса и обеспечение безопасного и надежного электроснабжения (объем инвестиций 7296 млн руб.)

Ряд инвестиционных проектов был направлен на социальную область:

- 1) проект ГК «РОСНАНО» по развитию центра позитронно-эмиссионной и компьютерной томографии для обеспечения региона современным оборудованием и технологиями, которые гарантируют высокое качество диагностических услуг населению;
- 2) проект ЗАО «Санофи-Авентис Восток» по организации производства инсулиновых аналогов;
- 3) проект ООО «Альфа ЦСБ» по строительству фармацевтического завода по производству инфузионных лекарственных препаратов.

Среди инвестиционных проектов в области транспорта выделим следующие:

- 1) проект ОАО «РЖД» по ремонту и реконструкции железнодорожного вокзала «Орел»;

2) проект ООО «Инженерная корпорация Самсонова» по реконструкции аэродромного комплекса и работы аэропорта «Орел-Южный».

Среди инвестиционных проектов в области сельского хозяйства значительными являются:

1) проект ООО «Знаменский СГЦ» по организации и развитию на территории Орловской области национального селекционно-гибридного центра по производству племенного молодняка и свинины;

2) проект ООО «Агропромышленный холдинг «Мираторг» по развитию производства сельскохозяйственных культур на площади 40 тыс. га и строительство животноводческих комплексов на территории Орловской области;

3) проект ООО «Агропромышленная компания «Кумир» по организации производственного комплекса по выращиванию овощей в закрытом грунте.

Существенным потенциалом обладает туристическая сфера. Выгодное географическое расположение, а именно: близость к Москве, обширные рынки сбыта – определяют ускоренное развитие логистики, транспортного машиностроения, услуг по сопровождению и оформлению товарооборота. Организация современного транспортно-логистического кластера региональной экономики является одним из наиболее важных и развивающихся направлений. Проекты в этой области могут быть не только перспективными и востребованными, но также дадут возможность развивать историко-культурный потенциал области, стимулировать занятость в сельской местности, привлекать в сферу обслуживания туристов.

Для развития на территории области инвестиционных проектов разработан и введен в действие Инвестиционный портал Орловской области. Целевая аудитория этого портала – это отечественные и зарубежные инвесторы, федеральные и региональные органы власти, муниципальные образования, инициаторы инвестиционных проектов и соискатели инвестиций, представители бизнес-сообщества, менеджеры проектов, жители Орловской области, СМИ.

В помощь инвестору на портале выложены инвестиционные предложения, информация о свободных площадках, реестр инвестиционных объектов, промышленных парках, инвестиционных проектах. На интерактивной инвестиционной карте Орловской области указаны места размещения объектов производственной инфраструктуры для осуществления инвестиционных проектов [2].

Правительство Орловской области продолжает целенаправленную работу по привлечению инвесторов и улучшению инвестиционного климата и привлекательности региона. Стратегический подход к успешному росту региона реализуется посредством региональной инвестиционной политики [1].

В соответствии с Программой развития Орловской области на 2014-2024 гг. к 2020 г. планируется достичь годового уровня объемов инвестиций в основной капитал в размере 100 млрд рублей. Первоочередными задачами в этой связи являются [2]:

- повышение инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата региона;
- обеспечение интегрального индекса Орловской области в Национальном рейтинге состояния инвестиционной привлекательности;
- развитие инфраструктуры привлечения инвестиций;
- развитие инфраструктуры для осуществления инвестиционных проектов;
- апгрейд финансовых инструментов поддержки инвестиционной политики.

Важную роль в развитии инвестиционного процесса отводится участию в выставочных и презентационных мероприятиях. Орловская область – ежегодный участник Петербургского международного экономического форума, Международного инвестиционного форума «Сочи», Международного инвестиционного форума «PROEstate».

По итогам Международного инвестиционного форума «Сочи – 2014» Правительство Орловской области заключило шесть стратегически важных соглашений. Некоторые из них были указаны ранее [2]:

- ООО «Инженерная корпорация Самсонова» по восстановлению и реконструкции работы аэропорта «Орел-Южный»;
- Министерство промышленности и торговли Российской Федерации по взаимодействию в сфере промышленной политики и политики в области торговой сферы;
- ООО «Агропромышленная компания «Кумир» по созданию производственного комплекса на площади не менее 10 гектаров по выращиванию овощей в закрытом грунте;
- ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» по строительству многофункционального ТК (торгового комплекса) с приобъектной автостоянкой и соответствующей инфраструктурой;

- ОАО «Сбербанк России» о сотрудничестве в финансово-кредитной области;
- Правительство Свердловской области о сотрудничестве в торгово-экономической, культурной, научно-технической и прочих сферах.

Постановлением Правительства Орловской области от 8 октября 2012 г. №353 введена государственная программа Орловской области «Развитие предпринимательства и деловой активности в Орловской области», включающая в себя подпрограмму «Развитие инвестиционной деятельности в Орловской области на период до 2020 года».

Объем финансирования подпрограммы на 2013-2020 гг. составляет 3,5 млрд рублей. Подпрограмма дает возможность сосредоточить финансовые ресурсы на решении ключевых конкретных задач в целях развития инвестиционной политики в Орловской области.

В целях выполнения поручения Президента РФ от 31 января 2013 г. №Пр-144ГС на территории Орловской области внедрен Стандарт работы органов исполнительной власти Орловской области по организации благоприятного инвестиционного климата в регионе. В 2015 г. под эгидой АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» Орловская область принимала участие в мероприятиях Национального рейтинга состояния инвестиционной деятельности в субъектах РФ.

В рамках Петербургского международного экономического форума состоялась презентация результатов Национального рейтинга. По результатам рейтинга Орловская область вошла в число регионов с комфортными условиями для бизнеса (группа II). В группу вошли 24 региона, включая ближайших соседей по ЦФО: Тульская, Курская, Московская, Воронежская области.

В целях формирования благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности, снижения административных барьеров в Орловской области, а также выполнения мероприятий по улучшению показателей Орловской области в национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, внедряемом автономной некоммерческой организацией «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», в соответствии с поручением Президента Российской Федерации от 8 июля 2014 года №Пр-1603, утверждено постановление Правительства Орловской области от 20 мая 2015 года №223 «О региональном штабе («проектном офисе») по улучшению условий предпринимательской деятельности и снижению административных барьеров в Орловской области».

Основными задачами регионального штаба являются [2]:

- формирование благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности и снижение административных барьеров в Орловской области;
- выполнение мероприятий по улучшению показателей Орловской области в национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации.

Список литературы:

1. Инновационное развитие предпринимательского сектора в сфере региональной экономики: монография / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Н. И. Лыгиной. – Орел: Изд-во ОрелГИЭТ, 2015. – 220 с.
2. Портал Орловской области – публичный информационный центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://orel-region.ru/>.
3. Соболева Ю.П., Белоусова Т.Н. Анализ инвестиционно-инновационной деятельности в Орловской области // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (7). – С. 64-68.
4. Соболева Ю.П., Бугаёва А.С. Современные методы экономического анализа регионов // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (7). – С. 204-207.
5. Соболева Ю.П., Конобеева О.Е. Рейтинговый и интегральный методы анализа инвестиционной привлекательности регионов // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 316-319.

Соболева Юлия Павловна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: soboleva-yp@mail.ru

Пенькова Анастасия Юрьевна

студентка I курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: soboleva-yp@mail.ru

Ноздрина С.Е., Захаркина Н.В.

РАЗРАБОТКА РЕГИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ

В данной статье раскрывается сущность и роль региональных программ в развитии регионов и государства в целом. Также в работе проиллюстрированы основные аспекты разработки, содержания и основные задачи региональных целевых программ.

Ключевые слова: государственная программа, регионы, паспорт программы, социально-экономическое развитие регионов.

Целевые программы являются важным регулятором экономического, социального технического другого развития страны. Целевая программа представляет собой согласованный по срокам осуществления и увязанный по ресурсам и исполнителям комплекс мероприятий, который осуществляется при поддержке государства и обеспечивает эффективное решение проблем и задач развития территориального образования государства.

Проблема развития регионов связана, прежде всего, с необходимостью искоренения неравномерности социально-экономического положения регионов, освоения природных ресурсов, которыми богата наша страна, развитие территориальной структуры хозяйства и т.д. Этим объясняется применение такого метода эффективного воздействия на экономику, как программно-целевое планирование, которое позволяет решить стратегические проблемы отдельно взятых регионов в увязке с единой региональной политикой государства.

Развитие системы стратегического планирования регионов напрямую связано с возникновением федеральных инициатив. В современных условиях бюджетных ограничений, а также замедления экономики важным ресурсом развития становятся не прямые бюджетные «вливания», а практика координации ключевых участников и их совместного планирования, позволяющие консолидировать ресурсы на приоритетных направлениях развития и конкретных территориях [1].

Развитие субъектов Российской Федерации связано с такими инструментами, как федеральные целевые и адресные программы, механизмы государственно-частного партнерства, поддержка приоритетных проектов, формирование правовой базы и принятие нормативно-правовых актов в соответствующих сферах деятельности. Для достижения определенных целей региональной политики государства необходима разработка и реализация целевых программ.

Государственные программы, планы и стратегии являются одними из важнейших средств реализации структурной политики государства, активного воздействия на его социально-экономическое развитие и сосредоточены на реализации крупномасштабных, наиболее важных для государства инвестиционных и научно-технических проектов, направленных на решение системных проблем, входящих в сферу компетенции федеральных органов исполнительной власти.

Региональные программы – это разновидность целевых программ, которые служат инструментом в регулировании и управлении региональным развитием экономической, социальной и научно-технической деятельности [4].

Особенность региональной программы заключается в том, что она реализуется на уровне краев, республик, областей и т.д. и обусловлена как государственными, так и территориальными интересами. Соответственно, программа осуществляется в пределах географически ограниченной территории, управлением которой занимаются структуры исполнительной власти региона.

Задачей региональной программы является сглаживание территориальных различий по социальным, экономическим и другим показателям, а также максимально эффективное использование ресурсов региона: материальных, природных и трудовых.

Развитие региона в экономическом, социальном и других аспектах подразумевает разработку и, соответственно, реализацию специальных документов, в которых содержатся цели, основные процедуры и средства для решения основных проблем, возникших в регионе.

Постановление Правительства Российской Федерации от 26 июня 1995 г. №594 регламентирует порядок разработки и реализацию целевых программ [3].

В региональном развитии в качестве целевых установок могут быть представлены как задачи общерегионального уровня, так и узкого, частного характера. Тщательное изучение и научное обоснование проблем является важной предпосылкой их отбора.

Все региональные документы стратегического планирования опираются на стратегию социально-экономического развития Российской Федерации и прогноз социально-экономического развития субъекта Российской Федерации и разрабатываются с учетом Стратегии пространственного развития РФ.

Типовая структура региональной целевой программы развития включает в себя:

1. Стратегическую цель (миссию) программы, основные цели и задачи, направленные на решение выявленных проблем;
2. Систему мероприятий (характеристика, анализ ситуации и характеристику существующих проблем;
3. Сроки и порядок реализации), расчет затрат, необходимых для их осуществления);
4. Ресурсное обеспечение (финансовое, организационное, кадровое, материально-техническое и технологическое);
5. Механизм реализации;
6. Способы управления и контроля за ходом ее реализации;
7. Оценку ожидаемой эффективности и социально-экономических последствий от реализации программы [2].

Уже на этом уровне региональная целевая программа представляет интерес не только для сотрудника органа управления, но и для руководителя учреждения, в рамках которого производится программа. Для региональных программ, как и для ФЦП, разрабатывается паспорт программы и технико-экономическое обоснование. Нередко для принятия управленческого решения по разработке полноценной программы рассматриваются концепции развития, которые охватывают позиции, упомянутые выше в пунктах 1, 2, 4 и 7. Можно выделить 10 основных этапов разработки целевых программ с учетом вышеназванного документа и существующих передовых практик ряда регионов:

- 1) выбор объекта программы, исходя из стратегических приоритетов развития региона;
- 2) проведение ситуационного анализа и выявление проблем развития; оценка ресурсного потенциала развития;
- 3) определение приоритетов, целей, задач и направлений соответствующей целевой программы;
- 4) выбор путей и способов достижения целей и решения задач, обоснование направлений развития. На этом этапе разрабатывается концепция решения программных проблем, определяются варианты решения основных задач, обосновываются этапы и выявляются наиболее эффективные направления реализации целевой программы;
- 5) обоснование системы мероприятий, необходимых для достижения целей программы, выстраивание их по срокам и порядку реализации;
- 6) оценка ресурсов (прежде всего, на НИОКР и инвестиций), необходимых для выполнения проектов, подпрограмм и программы в целом, их научно-технического и информационного обеспечения, а также возможных источников финансирования и условий их поступления (собственные средства, кредиты, выпуск акций, бюджетная поддержка и т. п.). Определяются затраты материальных, трудовых, финансовых ресурсов, необходимых для реализации программы. Формируются перечни материальных ресурсов с указанием поставщиков и получателей. На данном этапе совершается расчет эффективности реализации целевой программы;
- 7) проведение маркетинговых исследований, определение возможного объема выпуска, цен и эффективности программных продуктов, сроков окупаемости проектов, подсистем и программы в целом;
- 8) определение показателей достижения целей социально-экономического развития субъекта Российской Федерации, сроков и этапов реализации стратегии;
- 9) определение механизма реализации программы. Механизм включает в себя перечень мер по организации управления реализацией программы, контроль за ходом ее выполнения, увязку сроков поступления средств на финансирование программы из различных источников (бюджетных и внебюджетных), оценку рисков – ожидаемых социально-экономических и экологических последствий задержки хода реализации программы и выработку своевременных рекомендаций по предотвращению нарушения сроков решения проблемы. Контроль и приемка работ включают в себя контроль за ходом и результатом выполнения программы. Они нужны для того, чтобы при необходимости своевременно внести в нее коррективы;
- 10) создание целевых организационных структур, подготовка кадров для выполнения программ. Для реализации программ обычно создается целевая оргструктура (консорциум, холдинг, финансово-промышленная группа и т.п.). По каждой подпрограмме, а также по каждому проекту определяется заказчик, научный руководитель (генеральный конструктор) и директор. Целесообразно ор-

ганизовать обучение менеджеров проектов, подпрограмм и программы.

На основе рассмотрения бюджетных заявок, содержащих обоснование затрат на целевые программы, осуществляется ресурсное обеспечение программ. На основе этих заявок по рекомендации Министерства экономического развития и торговли и Министерства финансов решается вопрос о выделении средств на реализацию той или иной программы, исходя из данных прогноза социально-экономического развития, а также проекта государственного бюджета. Из-за ограниченности материальных, финансовых и иных ресурсов реализация большого количества целевых программ является нецелесообразной. Именно по этой причине количество реализуемых программ в регионах не так велико.

К документам стратегического планирования, разрабатываемым на уровне субъекта Российской Федерации, относятся:

- план мероприятий по реализации стратегии социально-экономического развития субъекта Российской Федерации;
- государственные программы субъекта Российской Федерации;
- схема территориального планирования субъекта Российской Федерации [2].

К разработке документов стратегического планирования могут привлекаться общественные, научные и иные организации с учетом требований законодательства Российской Федерации о государственной, коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайне. С 2017 г. документы стратегического планирования подлежат обязательной государственной регистрации в федеральном государственном реестре. В целях обеспечения открытости и доступности информации об основных положениях документов стратегического планирования их проекты выносятся на общественное обсуждение и размещаются на официальном сайте органа, ответственного за разработку документа. Инструментом осуществления стратегических и оперативных мер по реализации основных направлений развития учреждений культуры, достижения конкретных и перспективных целей являются Программы комплексного развития – среднесрочный стратегический план, состоящий из Концепции программы, Системы мероприятий и Техничко-экономического обоснования. Их структурное соответствие региональным целевым программам и ФЦП позволяет осуществлять их встраивание в программы более высокого порядка в виде разделов, проектов и отдельных мероприятий.

В условиях рыночной экономики региональные государственные программы могут управляться не только органами исполнительной власти, но и могут быть ратифицированы на договорных началах специальные частные, независимые, государственные агентства и компании с соответствующими полномочиями и ответственностью.

В заключение следует отметить, что региональные целевые программы набирают большую популярность. При умелом использовании и с учетом всех издержек программно-целевой метод дает возможность привлечения отечественных, а также зарубежных инвесторов для решения актуальных проблем в развитии региона. Также подготовка региональной программы дает возможность органам власти данной территории системно проанализировать и рассмотреть основные проблемы и построить собственный план действий.

Список литературы:

1. Ильина И.Н. Будущее регионов России: аналитический обзор документов стратегического планирования РФ. – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 49 с.
2. Справочник руководителя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cultmanager.ru/article/5708-kak-i-zachem-sozdayutsya-regionalnye-programmy-razvitiya-kultury>.
3. Экономика труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://laboureconomics.ru/regioneconomics/106-programming>.
4. Экономическая география [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/regionalnaya-programma.html>.

Ноздрина Светлана Евгеньевна

*студентка I курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: natashazaharkina@mail.ru*

Захаркина Наталья Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: natashazaharkina@mail.ru*

Шаникова И.В., Захаркина Н.В.

**СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ТЕНДЕНЦИЙ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ
ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

В связи с нестабильной экономической ситуацией, сложившейся в стране в целом, актуальными остаются вопросы, связанные с изучением современных подходов оценивания и прогнозирования социально-экономического развития регионов России в краткосрочном периоде. В статье рассмотрены вопросы, касающиеся эффективных методов оценки развития регионов, а также представлен прогноз социально-экономического развития регионов Центрального федерального округа.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, методы оценивания развития регионов, прогнозирование, интервальная шкала, критико- конструктивный анализ.

Отличительной чертой Российской Федерации является неравномерность социально-экономического развития её регионов. Наличие или отсутствие полезных ископаемых, промышленного комплекса, высококвалифицированных трудовых ресурсов - все эти факторы предопределяют разнообразие экономических и социальных особенностей каждого региона. Отличия в уровнях социально-экономического развития регионов способствуют нарастанию социальной напряжённости. Одной из основных задач экономической науки является объективное оценивание социально-экономического состояния регионов, выявление причин отставания в развитии некоторых из них и разработка рекомендаций по выравниванию уровней развития регионов. С учётом сложности этой задачи, её удовлетворительное решение может быть осуществлено с помощью привлечения экономико-математических методов.

В настоящее время в экономической науке преобладает процедура свёртки социальной и экономической информации в некоторую, чаще всего интервальную шкалу с вычислением некоторого единого показателя. Сравнивая значение этого показателя одного региона со значением этого же показателя для другого региона, исследователи определяют уровни развития и делают соответствующие выводы и рекомендации. Имеются и иные подходы по решению поставленной задачи, например, краткий критико-конструктивный анализ. Каждый из этих подходов имеет свои преимущества и недостатки. В результате этого при оценке уровня социально-экономического развития регионов каждая группа исследователей вынуждена использовать различные методы, которые считает наиболее целесообразными к применению в каждом случае.

В современных условиях актуальной является задача сравнительного анализа уровней социального и экономического состояния регионов с целью своевременного принятия решений о той или иной форме поддержки регионов. Задача оценивания уровня социально-экономического состояния регионов не является новой в экономической науке. Сегодня к ней обращаются специалисты по региональной экономике, специалисты по её государственному регулированию, специалисты по системному анализу и другие. Довольно давно к этой задаче приковано и внимание экономистов-математиков, которые используют для описания процесса развития региона разнообразные математические модели и методы – от моделей межотраслевого баланса до системы эконометрических моделей.

Экономическая литература предлагает разнообразные способы и методы оценки уровня развития региона с помощью математических методов, но это всё многообразие можно свести к двум группам:

1. Вычисление обобщающего индекса развития региона, на основании которого формируются рейтинги регионов.

2. Использование эконометрических моделей и их характеристик для количественной оценки уровня развития. Наиболее распространённый подход по оценке уровня развития регионов является подход, ориентированный на некоторую обобщённую оценку развития региона и его сравнение с такими же обобщёнными оценками развития других регионов. Чаще всего эта обобщённая оценка принимает форму некоторого индекса, но каждый из методов вычисления совокупного индекса отличается составом используемых показателей и способом его вычисления.

3. Особое значение в определении уровня социально-экономического развития региона имеют традиционные показатели, оценивающие уровень производства и потребления благ и рост это-

го уровня в расчете на душу населения (валовой национальный доход (ВНП), валовой внутренний продукт (ВВП), реальный ВНП на душу населения, темпы роста этих показателей).

Особенности региональных политик оказывают существенное влияние на социально-экономическое развитие субъектов РФ. Даже в рамках одного федерального округа отчетливо видна неравномерность социально-экономического развития российских территорий, что создает серьезную проблему для обеспечения одинаково высокого уровня качества жизни населения в регионах. С точки зрения социально-экономического развития ЦФО стал одним из наиболее благополучных, макрорегионов России, с момента своего образования. Тем не менее в рамках самого Центрального федерального округа последовательно прослеживается межрегиональная контрастность в развитии областей. Следует отметить, что в Центральном федеральном округе успешно развиваются только 3-4 региона, в остальных случаях наблюдается либо разнонаправленные тенденции развития, либо доминирование проблемных зон в социально-экономическом развитии регионов.

По мнению экспертов, в Центральном федеральном округе темпы прироста индекса физического объема ВРП составят в 2018 году по отношению к 2016 году 0,5%. Согласно прогнозу, в 2016 году во всех субъектах Российской Федерации, входящих в состав федерального округа, прогнозируется рост индекса физического объема ВРП, за исключением Смоленской области (снижение на 0,7%), которая продемонстрирует положительную динамику лишь по итогам 2017 года (прирост на 1% в 2017 году, на 1,4% в 2018 году).

В регионах Центрального федерального округа ожидается высокий уровень темпов роста промышленного производства к 2018 году. По сравнению с 2017 годом индекс промышленности составит 103,3%. Однако прогнозируется общая тенденция снижения темпов роста промышленности округа (на 1,9% в 2018 году по отношению к 2014 г.) за счет снижения объемов обрабатывающих производств (на 1,8%), производства и распределения электроэнергии, газа и воды (на 5%). Кроме того, в 2018 году по отношению к 2014 году в Центральном федеральном округе ожидается снижение темпов прироста индекса физического объема инвестиций в основной капитал на 8,4%, несмотря на прогнозируемое увеличение темпов роста в 2017 и 2018 годах (на 1,6 и 3,6% соответственно).

В среднесрочной перспективе не прогнозируются существенные изменения пространственных пропорций развития экономик субъектов Российской Федерации. Значительного изменения в рейтинге федеральных округов и регионов – лидеров Российской Федерации по основным макроэкономическим показателям также не произойдет.

Лидеры по удельному весу в совокупном объеме ВРП и инвестиций в основной капитал не изменятся. Ведущие федеральные округа по удельному весу в совокупном объеме ВРП в 2018 году – Центральный, Приволжский и Уральский (34,8%, 15,5%, 13% соответственно), по удельному весу в совокупном объеме инвестиций в основной капитал в 2018 году – также Центральный, Приволжский и Уральский (25%, 18,1%, 15,6% соответственно) [1].

По сравнению с остальными региональными экономиками г. Москва обеспечивает наибольшую долю удельного веса в совокупном объеме ВРП (20,9%) по Российской Федерации в 2018 году. Регион также занимает наибольший удельный вес в общем объеме инвестиций в основной капитал. При этом отмечается снижение доли г. Москвы в совокупном объеме инвестиций в основной капитал с 10,7% в 2015 году до 10% в 2016 году, 9,9% в 2017 году и 10,1% в 2018 году главным образом за счет сохранения действующих ограничений на привлечение капитала с внешних финансовых рынков и высокой стоимости внутренних кредитных ресурсов.

Значительный удельный вес в суммарном ВРП по Российской Федерации также прогнозируется в г. Санкт-Петербурге и Московской области (по 4,6% в 2018 году), Ханты-Мансийском автономном округе - Югре (3,8%), Краснодарском крае (3,1%), а также Республике Татарстан, Свердловской области и Ямало-Ненецком автономном округе (по 2,9%). Город Москва, Московская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ - Югра, Краснодарский край, Республика Татарстан и г. Санкт-Петербург обеспечат самые высокие объемы инвестиций в основной капитал в Российской Федерации – суммарная доля указанных субъектов в общем объеме инвестиций в основной капитал по Российской Федерации составит 36,3% в 2018 году.

Самый высокий уровень среднемесячной номинальной начисленной заработной платы сохранится в г. Москве (79,4 тыс. рублей в 2018 г.) и г. Санкт-Петербурге (58,7 тыс. рублей), дальневосточных регионах: Чукотском автономном округе (97,3 тыс. рублей), Магаданской (85,7 тыс. рублей) и Сахалинской (75,1 тыс. рублей) областях, Республике Саха (Якутия) (74,2 тыс. рублей), в нефтедобывающих Ненецком (73,5 тыс. рублей), Ямало-Ненецком (90,7 тыс. рублей) автономных округах и Ханты-Мансийском автономном округе - Югре (72,2 тыс. рублей) [2].

Самый низкий уровень среднемесячной номинальной заработной платы, согласно прогнозу

экспертов, ожидается в регионах Северного Кавказа: республиках Ингушетии (21,9 тыс. рублей в 2018 г.) и Дагестане (26,4 тыс. рублей), Чеченской Республике (26,8 тыс. рублей), Карачаево-Черкесской Республике (27,7 тыс. рублей), а также в республиках Калмыкии (26 тыс. рублей), Адыгее (27,3 тыс. рублей), Ивановской (25,6 тыс. рублей), Псковской (26,4 тыс. рублей) областях и Алтайском крае (26,9 тыс. рублей).

В целях организации работы по подготовке сбалансированных и отражающих интересы всех субъектов РФ, находящихся в пределах ЦФО, законопроектов в сфере взаимодействия органов государственной власти с институтами гражданского общества совет законодателей решил рекомендовать законодательным органам государственной власти субъектов Российской Федерации, находящимся в пределах Центрального федерального округа:

- изучить имеющийся опыт субъектов РФ, находящихся в пределах ЦФО, по предоставлению права законодательной инициативы региональной общественной палате;
- проанализировать имеющийся опыт субъектов РФ, находящихся в пределах ЦФО, по предоставлению права законодательной инициативы группе граждан, постоянно проживающих в соответствующем регионе;
- активизировать взаимодействие с региональными молодежными палатами, созданными при органах законодательной власти с целью их вовлечения в обсуждение проектов нормативных правовых актов в области реализации и защиты прав, свобод и законных интересов молодежи, обеспечения взаимодействия с органами исполнительной власти.

Проведение в стране социально-экономических преобразований привело к повышению роли регионов во всех сферах общественной жизни. Регионы стали субъектами самостоятельного принятия политических, социально-экономических, культурных и иных решений. Обострение проблем регионального развития России связано в первую очередь с необходимостью устранения неоправданной неравномерности социально-экономического положения регионов, потребностью освоения природных ресурсов, поддержания экологического равновесия, совершенствование территориальной структуры хозяйства, обеспечение занятости населения. Поэтому в современных условиях особое внимание уделяется актуальности изучения и использования новых, эффективных методов воздействия на социально-экономические процессы в регионе, таких как прогнозирование и программирование социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Использование органами исполнительной власти элементов стратегического планирования и прогнозирования помогает им в выработке экономической, инновационной, инвестиционной, промышленной и другой политики [3]. От того, насколько качественно принимаются нормативно-правовые документы и законы, зависит то, насколько успешно будет развиваться тот или иной регион и повышаться качество жизни в регионах Центрального федерального округа.

Список литературы:

1. Стратегия социально-экономического развития Центрального федерального округа на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.city-strategy.ru/UserFiles/File/CFO_proekt.doc.
2. Условия социально-экономического развития региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/11/849/>.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/region/reg-pok15.pdf.
4. Центральный федеральный округ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cfo.gov.ru/acts/3>.

Шаникова Ирина Владимировна

*студентка 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: irina.schanikowa@yandex.ru*

Захаркина Наталья Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: natashazaharkina@mail.ru*

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 338.242.42

Кузьмичева К.С., Арманшина Г.Р.

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ЧАСТНОГО БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВА

В статье рассматриваются основные формы экономического взаимодействия государства и частного бизнеса, их особенности, точные определения, структура, отрасли применения. Кроме того, приводятся конкретные схемы реализации проектов государственно-частного партнерства на территории Российской Федерации и задействованные в них сферы.

Ключевые слова: частный бизнес, государство, партнерство, контракт, аренда, лизинг, концессия.

В настоящее время при условиях преобладания рыночной экономики ее неотъемлемой частью стало взаимодействие бизнеса и структур государственной власти. Наиболее эффективное взаимодействие частного бизнеса и государства наблюдается в инфраструктурных отраслях, где исторически сложились потребности и возможности для реализации крупномасштабных социально-экономических проектов. При этом комплекс вопросов, который связан с перераспределением правомочий собственности, возникающем при переходе к партнерским отношениям между бизнесом и государством, является принципиально важным.

Масштабный опыт перераспределения правомочий собственности между частным бизнесом и государственными органами реализуется и функционирует в так называемых секторах общественных услуг. При данном раскладе государство ответственно перед обществом за бесперебойный поток обеспечения их публичными благами, что, в свою очередь, преследует тенденция сохранения определенных секторов экономики в государственной собственности. Необходимым условием для успешной динамики рыночной экономики является то, что государственный капитал должен эффективно использоваться. Бизнес же отличается своей мобильностью, склонностью к инновациям и рациональным использованием ресурсов. Таким образом, при сочетании преимуществ обеих форм собственности возникает государственно-частное партнерство (ГЧП).

В современном мире сложилось множество различных моделей, форм, типов реализации партнерства между государством и частным бизнесом. Н. Игнатюк в своей книге [1] выделяет следующие формы:

1. Контракты как административный договор, которые заключаются между государственным органом и частной фирмой для осуществления некоторых полезных видов деятельности, необходимых обществу. В. Варнавский пишет, что наиболее распространены контракты на выполнение работ, оказание общественных услуг, поставку продукции для государственных нужд, оказание технической помощи и др. В такой форме взаимодействия права собственности не передаются частному партнеру, все расходы и риски полностью несет государство. Частный же партнер, согласно договору, получает право на оговариваемую долю в доходе, прибыли или собираемых платежах. Такие контракты очень распространены в сфере переработки отходов.

2. Аренда в форме договора-аренды и в форме лизинга. Особенность заключается в том, что на условиях, определенных договором, осуществляется передача частному бизнесу государственного или муниципального имущества во временное пользование и за определенную плату. Договор-аренда распространен в энергетике, когда основная роль инвестиций – это снижение текущих издержек. При лизинге лизингополучатель всегда имеет право на выкуп государственной и муниципальной собственности. Распространение получил данный вид взаимоотношений в строительстве зданий.

3. Концессия (концессионное соглашение) – специфичный тип взаимоотношений государства и частного бизнеса. Особенность заключается в том, что государство или муниципальный орган, будучи в рамках партнерских отношений, остается полноправным собственником имущества, которое составляет предмет концессионного соглашения. Кроме того, государство уполномочивает частного партнера выполнять в течение определенного срока оговоренные в соглашении функции и наделяет его для этого соответствующими правомочиями, необходимыми для обеспечения нормального функционирования объекта концессии. За пользование государственной или муниципальной собственностью

стью концессионер вносит плату на условиях, оговоренных в концессионном соглашении.

Наиболее широкое применение концессия получила в инфраструктурных отраслях, где особенно остро необходим приток частных инвестиций и высококвалифицированное управление. Различаются, по меньшей мере, на три вида концессий: концессия на уже существующие объекты инфраструктуры; концессия на строительство или модернизацию инфраструктурных объектов; передача объектов государственной собственности в управление частной управляющей компании.

4. Соглашение о разделе продукции. Данная модель экономического взаимодействия государственного и частного сектора напоминает концессию, но все же отличается от нее тем, что в концессии концессионеру на праве собственности принадлежит вся выпущенная продукция, а в данном соглашении партнер государства располагает только ее частью. Все правила и условия распределения продукции определены соглашением. Эту форму партнерских отношений часто используют в сфере нефтяного бизнеса.

5. Совместные предприятия – одна из распространенных форм взаимодействия государства и бизнеса. В зависимости от структуры и характера совместного капитала разновидностями этой формы могут быть акционерные общества или совместные предприятия на долевом участии сторон. Существенной особенностью является то, что государство постоянно участвует в текущей производственной, административно-хозяйственной и инвестиционной деятельности. Самостоятельность и свобода в принятии решений частным партнером здесь гораздо уже, чем, например, в концессиях.

Для того чтобы оценить степень развитости и структуру ГЧП, необходимо провести соответствующее исследование, по результатам которого делаются выводы. Так, в 2015 г. было проанализировано 586 проектов (рисунок 1).



Рисунок 1 – Анализ структуры проектов ГЧП в 2015 г.

Из данного рисунка можно сделать вывод о том, что из 586 проектов 427 – концессионные соглашения, 103 – соглашения о государственно-частном партнерстве в рамках регионального законодательства, 54 – договоры аренды государственной или муниципальной собственности с инвестиционными обязательствами арендатора и 2 – контракты жизненного цикла в рамках законодательства о закупках [2].

На 2015 г. лидерами в рейтинге регионов по развитию ГЧП выступали: Санкт-Петербург, республика Татарстан, Москва, Новосибирская область, Нижегородская область, Ленинградская область, Самарская область, Свердловская область, Московская область, Воронежская область (рисунок 2). Орловская же область находится в данном рейтинге на 78 месте, что составляет 17,4% [3].



Рисунок 2 – Рейтинг регионов России по уровню развития ГЧП

Кроме того, на сегодняшний день на всей территории РФ реализуются 1285 проектов (рисунок 3), из которых 482 проекта в коммунальной сфере, 95 проектов в транспортной сфере, 505 проектов в энергетической сфере и 203 – в социальной сфере.

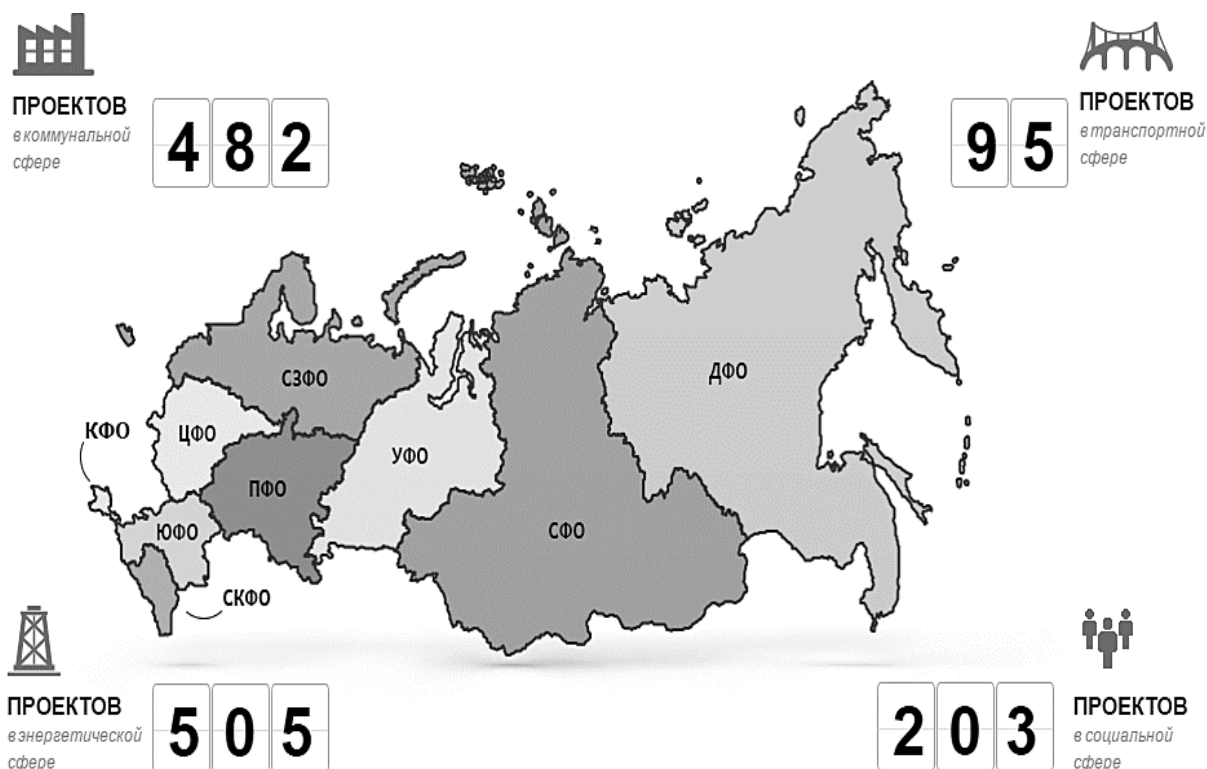


Рисунок 3 – Структура проектов ГЧП, реализуемых на территории РФ

На Центральный федеральный округ приходится 292 проекта (рисунок 4) (142 – в коммунальной сфере, 62 – в энергетической сфере, 45 – в транспортной сфере, 43 – в социальной сфере).

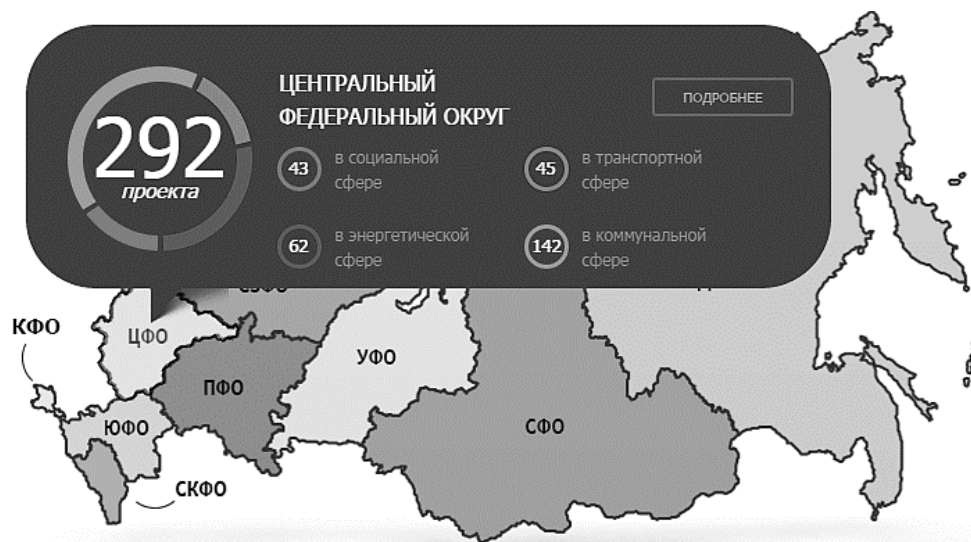


Рисунок 4 – Структура проектов ГЧП, реализуемых в ЦФО

В Орловской области запланирована реализация всего четырех проектов, три из которых – в отрасли «Объекты здравоохранения» и один – в транспортной сфере:

- 1) создание объекта здравоохранения для лечения почечной недостаточности в Орловской области;
- 2) организация национальной сети диагностических центров позитронно-эмиссионной томографии и формирование инфраструктуры для клинических исследований диагностических препара-

тов нового поколения в Орловской области;

3) создание объекта здравоохранения для проведения циклов экстракорпорального оплодотворения в Орловской области;

4) создание и реконструкция объектов аэропорта «Орел-Южный».

В настоящее время сферы ГЧП включают коммунальную, социальную, транспортную и энергетическую и такие отрасли, как автодороги, мосты, аэропорты, морские и речные порты, водоснабжение, городское благоустройство, здравоохранение, культура, образование, социальное обслуживание, теплоснабжение, транспорт, железные дороги, метро, туризм, утилизация отходов, физкультура и спорт, электроснабжение.

В последние годы области применения различных форм взаимодействия государства и частного бизнеса стремительно развиваются и охватывают все больше отраслей. Также расширяются формы партнерств и их модификации. Так, если концессионные соглашения первоначально стандартно применялись при сооружении автострад, автостоянок, обеспечении централизованным теплоснабжением, то в настоящее время они получили распространение в таких сферах, как национальная оборона, образование, кабельное телевидение, некоторые виды городского общественного транспорта и др. В ряде стран частный бизнес проектирует, строит, а затем управляет больницами, школами и другими общественными объектами.

ГЧП – это не просто слияние ресурсов частного бизнеса и государства, а партнерские отношения, при которых каждый участник преследует свои цели. Государство желает обеспечить население наиболее качественными услугами в социальной сфере и инфраструктуре. А бизнес заинтересован в стабильности получения и увеличения своей прибыли. При этом оба партнера стремятся к успешной реализации своих проектов в целом. Кроме того, ГЧП часто облегчает выход денежных средств на мировой рынок, что в свою очередь привлекает иностранные инвестиции.

Список литературы:

1. Единая информационная система государственно-частного партнерства в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://www.pppi.ru/content/o-proekte> (дата обращения 27. 03. 2016).
2. Игнатюк Н.А. Государственно-частное партнерство: учебник. – М.: Юстицинформ, 2012. – 384 с.
3. Рейтинг регионов России по уровню развития государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.pppi.ru/sites/all/themes/pppi/img/raytingREG-Block_16-03-2015_WEB.pdf (дата обращения 27.03.2016).

Кузьмичева Кристина Сергеевна

студентка 3 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: kristina_flatcher@mail.ru

Арманишина Гульнара Рамильевна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

УДК 339.16(470)

Скворцова Н.А., Антипьева О.С., Лебедева О.А.

ВИДЫ И ФОРМЫ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье достаточно подробно освещены понятия торговой деятельности, ее основные виды и формы. Дана характеристика розничной и оптовой торговли, раскрыто целевое назначение и сущность коммерческой деятельности, функциональное назначение торговых предприятий. Была рассмотрена практика торговой деятельности на примере города Орла.

Ключевые слова: торговая деятельность, оптовая торговля, розничная торговля, универмаг, супермаркет, ярмарка.

Торговая деятельность (далее торговля) – вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров [1].

Торговую деятельность в Российской Федерации разделяют на два основных вида, к первому относят оптовую торговлю, ко второму – розничную. Вид разделения торговой деятельности зависит от объемов реализации продукции, а также от цели приобретения товаров.

Термин «оптовая торговля» представляет собой вид торговой деятельности, который связан с покупкой и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности или для других целей, но не связанных с личным использованием. Оптовая торговля подразумевает форму отношений между фирмами, при которой хозяйственные связи по поставкам товаров формируются каждой стороной самостоятельно. Зачастую, товар, который покупается у оптового продавца, используется для последующей перепродажи. Покупателями продукта чаще всего являются крупные потребители товара.

В результате оптовой деятельности товар приближается к покупателю, но ещё не попадает в сферу личного потребления. Главная задача такой деятельности – регулировать товарное предложение, учитывая спрос. Оптовая торговля имеет возможность регулировать отраслевые и региональные рынки за счёт накопления и перемещения товаров. Предприятия, которые занимаются оптовой торговлей, развивают централизованную поставку и кольцевой завоз товаров. От деятельности таких компаний зависит баланс внутреннего рынка и удовлетворение потребностей людей. Система оптовой торговли решает такой важный вопрос, как занятость и трудоустройство людей, которые оказались из-за экономических реформ безработными. На современном рынке права оптовых предприятий существенно расширились. Оптовый торговец сам определяет, в какой сфере он будет работать и на чем именно ему специализироваться. Общенациональные оптовые предприятия реализуют товары по всей территории Российской Федерации. К таким предприятиям относятся фирмы, удовлетворяющие государственные потребности и оптовые межрегиональные структуры. Оптовые предприятия принято разделять на несколько видов:

- 1) Фирмы, которые специализируются на оптовой торговле и осуществляют закупочно-сбытовые операции, причем, право собственности на товар переходит к оптовому звену;
- 2) Посреднические оптовые структуры, к которым не переходит право собственности на товар;
- 3) Организаторы оптового оборота.

В городе Орле оптовая торговля развита меньше, чем в крупных городах, потому что масштабы нашего города очень маленькие и небольшое число предпринимателей берется открывать оптовое предприятие. Несмотря на это, в нашем городе все-таки существуют предприятия, которые занимаются оптовой продажей таких продовольственных и непродовольственных товаров, как сахар, мука, гречка, детское питание, стиральные порошки, другие моющие средства и многое другое. Оптовая торговля представляет чрезвычайно важную часть канала распределения. Без оптовиков их функции пришлось бы брать на себя другим участникам канала. В некоторых случаях это просто невозможно. Например, многие мелкие розничные торговцы попросту не сумели бы выжить, если бы попытались выполнить самостоятельно все те функции, которые выполняют крупные сети.

Наряду с оптовыми предприятиями, также существуют и оптовые рынки. Оптовые рынки – самостоятельные хозяйственные структуры, осуществляющие организацию операций по купле-продаже оптовых партий товаров в определённом месте и по установленным правилам. Такие рынки обычно размещаются в крупных городах России. Главной целью их создания является повышение снабжения потребителей продовольственными товарами. Оптовые предприятия, прежде всего, в небольших городах не пользуются спросом из-за ограниченности клиентского потока, скудного количества местных жителей, нестабильного материального положения людей в кризисный период. Самое крупное оптовое предприятие в городе Орле находится в районе автовокзала, там можно найти как продукты питания, так и товары для быта. В основном же, жители города приобретают товары в розницу.

Розничная торговля подразумевает вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров, которые в последующем будут использоваться в личных или семейных целях, но никак не связанных с коммерческой деятельностью. Розничная торговля – это продажа товаров конечному частному лицу, чаще всего это торговля либо поштучно, либо в небольших количествах. Продавец товаров не имеет возможности точно определить цель, для чего именно покупатель приобретает у него товар. Крупнейшие розничные компании это, прежде всего сети универмагов со смешанным ассортиментом в сети универсамов. Розничный продавец часто привязан к своему общественному образу, который надолго остается в памяти потребителей даже после того, как сам магазин изменился, также он всегда должен быть готов к переменам или к переориентировке выбранной ранее стратегии и обязан следить за переменами спроса [3, с. 17].

Мелкие розничные торговцы играют огромную роль, так как именно из-за них появляются

новые формы розничной торговли, которые позже копируют и крупные магазины, которые, в свою очередь, более удобны для покупателя, так как встречаются повсеместно. Главной и основной целью розничной торговли является удовлетворение разнообразных потребностей покупателя. Вообще, понятие розничный торговец – это организация или отдельное лицо, основным видом деятельности которой является розничная торговля. Розничный торговец является связывающим звеном между потребителем и производителем. Его задача состоит в закупке оптом товара, который пользуется спросом на рынке, причем у разных поставщиков, в различных местах и который в будущем принесет продавцу прибыль. Организация розничной торговли в Российской Федерации привела к созданию магазинов самого разного вида. Розничные магазины разделяются на:

1) Магазины с самообслуживанием – это те магазины, где человек не пользуется услугами продавца, а ищет подходящий товар самостоятельно.

2) Магазины с ограниченным обслуживанием – это те магазины, в которых покупателю оказывается определенная помощь.

3) Магазины с полным обслуживанием – это те магазины, в которых покупателю оказывается помощь и консультация на каждом этапе процесса покупки.

В нашем городе хорошо развита розничная торговля. Люди с удовольствием ходят по магазинам в поиске чего-то нового для себя и своей семьи. Свое предпочтение в покупке население отдает производителю, который уже давно зарекомендовал себя на рынке, к новичкам в этом деле люди относятся с настороженностью и недоверием, но все же рискуют попробовать что-то новое. В городе Орле существует множество крупных магазинов, где можно купить товар в розницу. Примерами могут служить продовольственные магазины: «Родное село», «Пятерочка», «Яблочко», а также известные сети вещевых магазинов, такие как «O'STIN» и «Zola».

Розничный торговец может продавать товары через различные объекты организации торговли. К ним относят: магазин, павильон, палатку, киоск, открытую площадку и другие объекты организации торговли. Разберем каждый из этих объектов более подробно. Под магазином подразумевается специально оборудованное здание, которое предназначено для оказания услуг, продажи товаров и удовлетворения потребностей покупателей. Павильоном называется строение, которое имеет торговый зал и определенное количество торговых мест. А вот киоск, в свою очередь, наоборот, не имеет торгового зала и рассчитан только на одно рабочее место. Открытая площадка же является специально оборудованным местом, которое расположено на земельном участке, который предназначен для осуществления торговой деятельности.

Также существует мелкооптовая и мелкорозничная торговля. К мелкооптовой торговле относится продажа товаров мелкими партиями для различных компаний. Минимальная партия товара при мелкооптовой торговле не может быть меньше, чем количество единиц соответствующего товара в одной упаковке производителя для розничной реализации.

Под термином мелкорозничная торговля понимается продажа продовольственных и непродовольственных товаров несложного ассортимента через стационарную и передвижную мелкорозничную торговую сеть. К стационарной мелкорозничной торговой сети относятся предприятия, занимающие обособленные помещения, но не имеющие торгового зала для покупателей. К передвижной мелкорозничной торговой сети относятся специально оборудованные приспособления для торговли вразвоз и вразнос, например, автомагазины и автолавки, ручные тележки.

Если рассматривать розничную торговлю более подробно, то выделяют еще и розничную торговлю в стационарных и в нестационарных торговых объектах. Под стационарным торговым объектом принято считать торговый объект, представляющий собой здание, строение или его часть, прочно связанные фундаментом с землей и присоединенные к сетям инженерно-технического обеспечения. Проходят регистрацию только те объекты, которые являются собственностью или арендованы на срок более года.

Нестационарный же торговый объект – это торговый объект, который представляет собой временное сооружение или конструкцию, не связанные прочно с земельным участком вне зависимости от наличия или отсутствия подключения к сетям инженерно-технического обеспечения. Размещение таких торговых объектов на земельных участках, в зданиях, которые находятся в собственности государства или муниципальной собственности, осуществляется в соответствии со схемой размещения нестационарных торговых объектов с учетом необходимости обеспечения устойчивого развития территорий и достижения нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов. Разрабатывают схему размещения всегда органы местного самоуправления, которые руководствуются уставом муниципального образования. Утверждение схемы и внесение в нее изменений размещения нестационарного торгового объекта не служит основанием для пересмотра места

их размещения, если строительство или реконструкция были начаты до утверждения указанной схемы [2, с. 412].

В соответствии с Федеральным законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», принятым от 28 декабря 2009 года №381, положения настоящего Федерального закона не применяются к отношениям, связанным с организацией, и осуществлением:

- 1) внешнеторговой деятельности;
- 2) деятельности по проведению организованных торгов;
- 3) деятельности по продаже товаров на розничных рынках;
- 4) купли-продажи ценных бумаг, объектов недвижимости, продукции производственно-технического назначения, в том числе электрической энергии (мощности), тепловой энергии и мощности, а также иных видов энергетических ресурсов;
- 5) отношения, возникающие между хозяйствующими субъектами при осуществлении ими торговли товарами, ограниченными в обороте, порядок и условия их продажи регулируются Федеральными законами об обороте таких товаров [1].

К формам торговли в Российской Федерации относят магазины, супермаркеты, мегамаркеты, торговые лотки. Их классификация различается в зависимости от предлагаемого ассортимента.

Самыми основными и часто встречаемыми являются универмаги, супермаркеты и гипермаркеты, и между ними существует заметные отличия.

Универмаг представляет собой большое разнообразие представленных товарных групп, каждая из которых продается в специализированном отделе во главе со специалистом по закупкам товаров и их продаже.

Супермаркет, в свою очередь, представляет собой магазин самообслуживания, характеризующийся большим объемом продаж, низкими издержками и ценами, невысокой удельной доходностью.

Гипермаркет же достигает огромных размеров, он объединяет супермаркет, магазин сниженных цен, различные промтоварные магазины, розничный склад-магазин; практикуются цены со скидками для тех покупателей, которые сами грузят и транспортируют купленные товары, например, мебель.

В городе Орле супермаркет можно встретить на каждом шагу, также жители Орла часто посещают местный универмаг и всем известный гипермаркет «Линия». Если говорить о процентном соотношении, то процентное преимущество (около 70%) приходится на строительство супермаркетов, а не гипермаркетов, связано это с отсутствием в нашем городе большого спроса и маленьким населением. Можно смело заметить, что в нашем городе достаточно магазинов, чтобы удовлетворить потребности жителей. Если сравнивать город Орел с более крупными городами, такими как Москва и Санкт-Петербург, то город Орел заметно отстает по количеству магазинов.

Также в Российской Федерации с древних времен люди торговали на ярмарках. Ярмарка – это съезд торговых предприятий, который периодически организуется в одном месте, в одно и то же время, который ограничен по времени с главной целью продажи и закупки товаров. Чаще всего ярмарки проводятся с различными развлечениями на определенную тематику и по ранее заготовленной программе. Ярмарки организуются органами государственной власти, юридическими лицами, а также предпринимателями. Организатор ярмарки сам разрабатывает план мероприятий по организации и продаже на ней товаров. Чаще всего люди узнают о предстоящей ярмарке через телевидение, газеты или сеть «Интернет». Размер платы за место на ярмарке определяется организатором с учетом затрат на ее организацию. Требования к организации продажи товаров и выполнения работ, оказания услуг на ярмарках устанавливаются нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации с учетом требований, установленных законодательством Российской Федерации о защите прав потребителей, законодательством Российской Федерации в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, законодательством Российской Федерации о пожарной безопасности, законодательством в области охраны окружающей среды и других установленных Федеральными законами требований.

Бывают ярмарки частные – на определенный вид товара, и общие – на все виды товара, которые пользуются большим спросом у покупателей и идут по пути количественного увеличения. С развитием рынка ярмарки из центров оптовой торговли превратились в выставки образцов. Отличие ярмарки от обычной выставки состоит в том, что любой человек может здесь же купить понравившуюся вещь. По своей сути ярмарка является рынком, на котором заключаются коммерческие сделки. Выставочные образцы на ярмарках каждый год подвергаются изменению, ведь потребности людей со

временем меняются. На ярмарках можно купить как самые обыкновенные товары, которые встречаются повсеместно, так и товары нового поколения, которые практически невозможно встретить в обычном магазине.

Ярмарки выходного дня – это торговая площадка для местных производителей, на которой регулярно по определенным дням, в установленном месте организуется продажа сельскохозяйственных и продовольственных товаров. В Орле уже не первый год работают такие ярмарки, и они очень востребованы. Каждую субботу и воскресенье жители нашего города едут на ярмарки, для того чтобы приобрести свежее мясо, творог, овощи, молоко и многие другие продукты. Люди нашего города любят ярмарки и часто их посещают, их забавляет сама атмосфера праздника, и интересуют предлагаемые товары.

Исходя из анализа торговой деятельности, можно сделать вывод о том, что в Российской Федерации данный вид деятельности развит повсеместно, особенно в крупных городах. Магазины, гипермаркетами, супермаркетами и универмагами усыпаны центральные улицы России. Многие люди любят заниматься покупками и для этого даже посещают близлежащие города. После анализа торговой деятельности удалось выделить два ее вида: оптовая и розничная торговля. Число предприятий оптовой и розничной торговли растет с каждым годом, это связано с расширяющимися потребностями потребителя в условиях постоянного обновления ассортимента товаров и услуг. Эти предприятия вносят значительный вклад в распределение национального продукта. Они являются членами деловой общности в каждом регионе страны.

Также анализ показал, что формы торговой деятельности различаются в зависимости от предлагаемого ассортимента. Розничная торговля в Орле развита больше оптовой, а если рассматривать Россию в целом, то розничная торговля развита, наряду с оптовой, равномерно. Торговая деятельность приносит хороший доход как в крупных, так и маленьких городах. Конечно, в городе Орле, как и в любом городе России, существует огромная конкуренция. Особенно новым предприятиям тяжело конкурировать с уже давно известными брендами из-за их узнаваемости на рынке, многие люди совершают покупки только в уже ранее проверенных ими магазинах. Торговая деятельность помогает людям из деревень и сел заработать хоть какие-то деньги на продаже выращенных ими товаров и прокормить семью. Все эти факты дают право назвать торговую деятельность одной из главных в Российской Федерации.

Список литературы:

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=173647;fld=134;dst=100023>.
2. Абрютин М.С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учебное пособие. – М.: Дело и сервис, 2010. – 412 с.
3. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебное пособие. – М.: Академия, 2010. – 17 с.
4. Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебное пособие. – Минск: Новое знание, 2009. – 510 с.

Скворцова Наталья Александровна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: skv-09@mail.ru

Антипьева Ольга Сергеевна

студентка 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: miss.schuckina2016@yandex.ru

Лебедева Ольга Александровна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: o.a.leb@mail.ru

Андрейченко А.М.

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается роль инноваций в поддержании конкурентоспособности организации. Кроме того, представлены сведения, где показано, какое место занимает Российская Федерация в инновационной активности развитых стран и какой процент российского бизнеса использует инновации в своем производстве.

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность, инновационная активность, организация, российский бизнес, производственный процесс, конкуренты.

Сегодня на рынке позиционируются сотни компаний, которые предоставляют широкий спектр услуг и предлагают свою продукцию. Каждая фирма пытается наделить свой товар разными уникальными свойствами, например, редкостью, простотой в использовании, многофункциональностью, экономичностью и т.д. Особенно сложно приходится организациям, выпускающим свой продукт на монотоварный рынок. Они должны поддерживать свой имидж и удерживать постоянных покупателей, тем самым они должны выпускать обновленный продукт хорошего качества. Чем больше будет осуществляться внедрение новых технологий и инноваций в процесс производства, тем более устойчивой и конкурентоспособной будет такая организация. Обычно фирмы, функционирующие на таком рынке, сверхконкурентоспособны, так как они все выпускают один и тот же вид товара. Конкуренция является одним из двигателей процесса на любом рынке.

Согласно современному экономическому словарю, «конкуренция – это способность определённого объекта или субъекта отвечать запросам заинтересованных лиц в сравнении с другими аналогичными субъектами и/или объектами» [4]. Объектами могут выступать товары, предприятия, отрасли, регионы, страны и т.д., а субъектами – потребители, производители, государство, инвесторы. Тем самым каждая организация должна полностью удовлетворять потребности клиента, а также поддерживать марку и востребованность своего товара. Внедрение инноваций и нововведений помогает организации быть более устойчивой к конкуренции. Именно внесение чего-то нового в производственный процесс дает хороший финансовый результат, а также повышает конкурентные преимущества самой организации.

Очень часто термин «инновации» трактуется как «нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта, а также использование этих новшеств в самых разных областях и сферах деятельности» [4]. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности выступают как конечный результат инновационной деятельности, получивший свое применение в виде обновленного продукта. Именно такой фактор можно записать к факторам прямого воздействия. Инновации для организации, которые ведут к обновлению товара, классифицируются по таким признакам, как:

- характер отношений: социально-экономические, организационные, технологические инновации;
- сфера распространения: управленческие, производственные, технические, социальные инновации;
- предметно-содержательная структура: продуктовые, процессные и аллокационные инновации.

Влияние социально-экономических инноваций определяется в нахождении путей рационального использования ресурсов предприятия. Например, правильное использование организационных ресурсов дает возможность избежать больших затрат в долгосрочном периоде, рациональное распределение экономических ресурсов дает почву для повышения сравнительных и конкурентных преимуществ. Повысить качество продукции поможет правильное распределение технологических ресурсов.

Управленческие инновации играют огромную роль для руководства организации. Ни одна компания не сможет эффективно функционировать без постоянного усовершенствования в управленческих технологиях. Такие процессы приводят к повышению производительности труда персонала, а, следовательно, к росту прибыли. Переустройство системы управления, новые административные процессы, внедрение чего-то нового в организационную структуру, усовершенствование старых ме-

тодов управления и форм – все это ведет к укреплению конкурентоспособности организации.

Также немаловажны технические инновации. Именно они связаны с использованием и введением в производственный процесс новой техники. Чем больше автоматизированных машин, станков, усовершенствованного компьютерного оборудования на производстве, тем быстрее и практичнее становится весь производственный цикл, что, в свою очередь, увеличивает объем выпуска продукции и масштабы производства. Работники организации также не остаются в стороне, такие инновации ведут к улучшению условий труда, тем самым повышают мотивацию и стимулируют персонал. Очевидно, что хорошо простимулированный персонал – это качественная рабочая сила. Именно она является конкурентным преимуществом для организации.

Любые преобразования, происходящие в организации, относят к предметно-содержательной структуре, которая включает в себя продуктовые, процессные и аллокационные инновации. Данные инновации используются для увеличения конкурентных преимуществ организации, а также для снижения издержек и повышения качества товара. В ходе реструктуризации организации почти 90% российских предприятий выбирают продуктовые инновации.

Инновации – это козыри при игре на рынке. Однако в России насчитывается всего 10-20% инновационно-активных компаний. Многие предприятия «застряли» на региональном рынке или работают на узких, «нишевых» рынках. Такие рынки не создают крупную конкуренцию.

В 2015 году только 10% российских организаций осуществили технологические инновации, 4% – организационные, 3% – управленческие.

Российский бизнес является самым незаинтересованным в инновационных процессах. Мировым лидером по инновациям является Швеция, а вслед за ней идут США и Финляндия. Россия занимает 15 место на рынке инноваций (рисунок 1) [1].

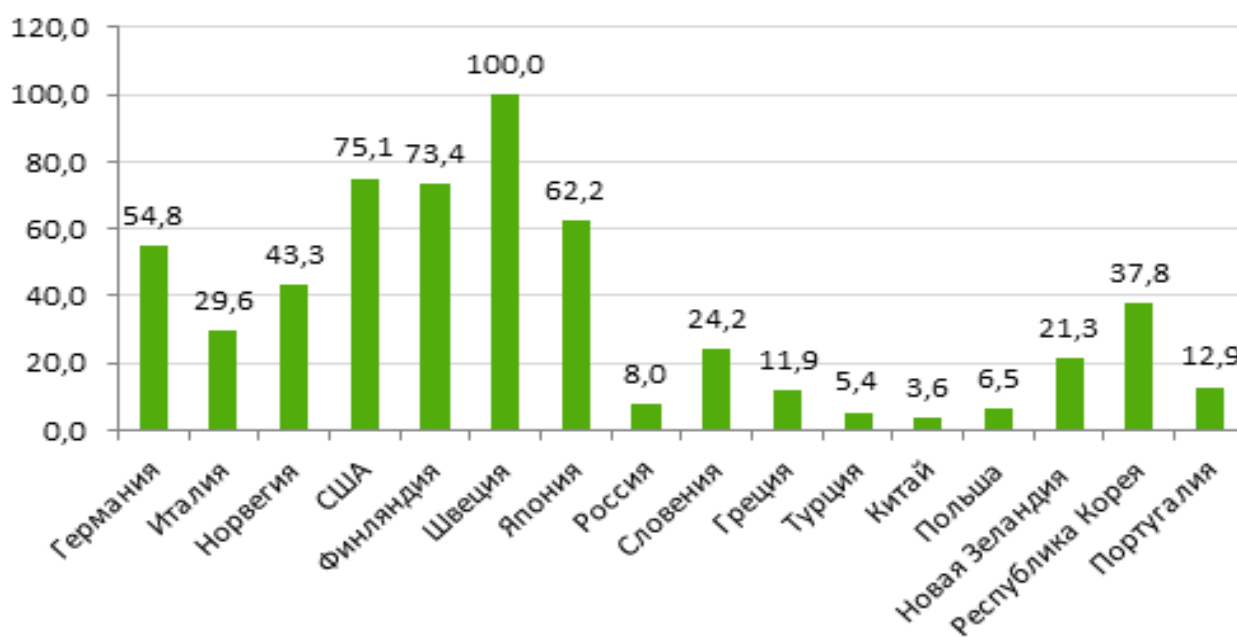


Рисунок 1 – Инновационная активность по странам в 2015 году, в %

Россия полна ресурсов, имеет огромную территорию, поэтому она должна создавать инновационную инфраструктуру и собственные институты, направленные на развитие в данной сфере. Идею создать инновационную державу поддерживают многие регионы страны, например, Брянская область в рамках своего края провела инновационный форум, Алтайский край поразил всех своей «Ярмаркой изобретений», в Белгородской области был представлен проект «Аврора-парк», который также затрагивал такую интересную проблему, как повышение роли инноваций, III Каспийский форум состоялся в Астрахани, а в курортном городе Сочи прошел первый международный молодежный научно-инновационный форум «Бизнес-инкубаторы как основа регионального развития». В Московской области представлен основной проект «Сколково», где сосредоточены почти все умы России и на который возложены крупные ожидания. Данная проблема затронула и Орловскую область, где был создан проект ИН парк «Васильевский», который стал уникальной площадкой для поддержки инновационного бизнеса, а в сфере медицины прошел образовательный семинар на тему «Инновации в акушерстве и гинекологии» [2].

Любая организация, как и страна, которая хочет быть лидирующей и конкурентоспособной, должна большое внимание уделять такому фактору, как инновации. Инновации – это ключ к успеху.

Внедряя их в производственный процесс, можно получить следующие результаты:

- повышение конкурентоспособности товара, создающее конкурентные преимущества на ближайшую и среднесрочную перспективу;
- привитие новых потребностей, создающее конкурентные преимущества на отдаленную перспективу;
- повышение эффективности производства, трансформирующее конкурентоспособность товарной массы в конкурентоспособность предприятия.

Список литературы:

1. Инновационная активность стран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/researches/expert-inno/part1/> (дата обращения 20.03.2016).
2. Инновационный парк в г. Орле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.in-park.com/> (дата обращения 20.03.2016).
3. Ломакин К.В. Мировая экономика: учебник. – М.: Юстицинформ, 2013. – 226 с.
4. Онлайн-словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economux.ru/> (дата обращения 20.03. 016).

Андрейченко Анастасия Михайловна

студентка 2 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: machabrow@rambler.ru

Научный руководитель

Арманишина Гульнара Рамильевна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

УДК 331.56

Крылова А.В., Димитрова Е.В.

БЕЗРАБОТИЦА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Статья посвящена анализу одной из главных социально-экономических проблем во всем мире и, в особенности, в России – безработицы. В данной статье рассмотрены причины возникновения безработицы, рассмотрена ситуация безработицы в России и во всем мире, а также мероприятия, осуществление которых сможет снизить число безработных.

Ключевые слова: экономическое развитие, безработица, занятость, рынок труда, квалификация.

В современном мире, в эпоху глобального экономического кризиса особенно остро стоит проблема занятости населения. Неслучайно безработица и неполная занятость занимают вторую строчку в ТОП-10 глобальных рисков. От уровня безработицы зависит многое и, прежде всего такие факторы, как уровень преступности, уровень жизни населения, наличие квалифицированной рабочей силы, уровень миграции. По своей сути безработица – это разница между численностью людей, занятых трудовой деятельностью, и общим количеством работоспособного населения. Каждый человек обладает чувством собственного достоинства. Наличие работы и сопутствующее ей финансовое благополучие помогают человеку уважать себя и чувствовать нужным в современном мире. Потеря работы и последующая за этим безработица являются самым тяжелым испытанием для любого здравомыслящего человека. Человек теряет контроль над своей жизнью, и это приводит к различным срывам и неуверенности в завтрашнем дне [1].

Безработица может быть краткосрочной (до 4 месяцев), продолжительной (4-8 месяцев), длительной (8-18 месяцев), застойной (более 18 месяцев). Она затрагивает жизнь каждого гражданина и отражается на экономике страны, провоцируя спад и рост внутреннего национального продукта. Безработица, помимо экономических, имеет и социальные последствия, особенно обостряющиеся в пе-

риод кризиса. Это рост числа разводов и семейных конфликтов, ухудшение криминогенной обстановки в стране, увеличение числа психических и физических больных, социальная напряжённость в обществе.

Можно предложить развернутую классификацию наиболее значимых социальных и экономических последствий безработицы, рассматриваемых с точки зрения отрицательного и положительного влияния на систему.

К отрицательным социальным последствиям безработицы можно отнести:

- обострение криминогенной ситуации;
- усиление социальной напряженности;
- рост количества физических и душевных заболеваний;
- увеличение социальной дифференциации;
- снижение трудовой активности.

Положительными чертами являются:

- повышение социальной ценности рабочего места;
- увеличение личного свободного времени;
- возрастание свободы выбора места работы;
- увеличение социальной значимости и ценности труда.

К отрицательным экономическим последствиям безработицы относятся:

- обесценивание последствий обучения;
- сокращение производства;
- затраты на помощь безработным;
- утрата квалификации;
- снижение жизненного уровня;
- недопроизводство национального дохода;
- снижение налоговых поступлений.

Положительными чертами являются:

- создание резерва рабочей силы для структурной перестройки экономики;
- конкуренция между работниками как стимул к развитию способностей к труду;
- перерыв в занятости для переобучения и повышения уровня образования;
- стимулирование роста интенсивности и производительности труда.

По последним данным, в 2013 году число безработных в мире выросло на 5 миллионов человек и достигло более 202 миллионов. Таким образом, уровень безработицы составил 6 процентов. К 2018 году число людей, ищущих работу, может вырасти на 13 миллионов человек. Наиболее уязвимы в этом плане Греция, Испания, намного лучше положение в Австрии, Германии.

Что касается России, то во всех сферах жизни замечены явные признаки кризиса. Основными показателями упадка являются:

- увеличение темпа инфляции;
- девальвация рубля;
- подорожание продуктов;
- высокая вероятность замораживания индексации социальных выплат и заработных плат;
- продление моратория на накопительную часть пенсии;
- падение цен на нефть;
- введение санкций.

Все эти показатели влияют на любого жителя страны. Низкий уровень зарплат отражается абсолютно на всем населении. Однако многие эксперты говорят, что ситуация является временной. В России подобные сценарии не редкость, однако они не всегда указывают на крах экономики, а могут сигнализировать об изменениях в лучшую сторону [3].

В сентябре 2015 года Роскомстат обнародовал статистические данные, которые установили уровень безработицы в размере 5,3% от общего числа работоспособного населения. Статистика первых дней 2016 года говорит о наличии в стране более 900 тысяч официально зарегистрированных безработных. Минимум треть из них имеет неофициальные подработки и просто пользуется щедростью властей. Прогноз роста числа безработных на 2016 год – 6%, это примерно полмиллиона человек.

Уровень безработицы в разных регионах России отличается. Рост процентов в 2016 году характерен для республики Ингушетия – там показатель достигает 29%. В отдаленных регионах ситуация также не очень благоприятная. Туда можно отнести Забайкальский край, Севастополь, Северо-Кавказские республики, где процент составляет 10.

Зато безработица не характерна для центральных регионов. Например, Москва и Санкт-

Петербург имеют самый низкий показатель – меньше 3%. Все это говорит о том, что хоть в некоторых областях ситуация не самая благоприятная, но, если брать средние показатели, причин для паники нет [4].

В России также активно проводят исследования по поводу того, каких специалистов на рынке труда много, но их специальность не пользуется спросом за счет слишком большого числа работников или сокращений таких должностей. Примечательно, что в России в 2015 году возросло число тех граждан, которые ищут не основную работу, а дополнительную. То есть растет уровень недовольства зарплатами, а не условиями труда.

Труднее всего найти сегодня работу экономистам, юристам, врачам. Наблюдается постепенное перенасыщение специалистов в области IT, которая еще несколько лет назад была на пике популярности. Вместе с тем не хватает инженеров, рабочих для производств, технологов. Не теряют популярности профессии парикмахера, продавца, косметолога.

Правительство России делает прогноз о том, что в следующем году уровень безработицы повысится до 6,4%. Могут пострадать такие сферы экономики, как туризм, строительство, отрасль предоставления услуг.

Среди причин, связанных с таким ухудшением, эксперты называют понижение спроса на многие товары, снижение экспорта в большинство стран, уменьшение доли производства. Опять же, шаги Центрального банка, который пытается стабилизировать рубль по отношению к другим валютам, также косвенно влияют на ситуацию. Поэтому в ближайшие годы безработица будет незначительно увеличиваться, в некоторых регионах, возможно, этот процесс пройдет почти незаметно.

Правительством России уже предпринимаются меры, содействующие снижению безработицы. Так, распоряжением Правительства РФ от 22 ноября 2014 года №2149-р утвержден план реализации Государственной программы РФ «Содействие занятости населения» на 2016 год.

План реализации государственной программы предусматривает мероприятия, направленные на:

- совершенствование законодательной и нормативной правовой базы, регулирующей вопросы содействия занятости населения, привлечения и использования на территории России иностранной рабочей силы, разработки профессиональных стандартов, модернизации системы оплаты труда и улучшения условий труда на рабочих местах;

- разработку и использование прогнозных показателей состояния рынка труда (прогноз баланса трудовых ресурсов), совершенствование системы информирования населения, в том числе иностранных граждан, о возможностях трудоустройства;

- осуществление государственного контроля и надзора за соблюдением трудового законодательства, усиление ответственности работодателей за нарушение законодательства об охране труда, а также ответственности иностранных работников за осуществление незаконной трудовой деятельности.

Реализацию плана должны осуществлять Минтруд России, ФМС России и Роструд. Действительно, главную роль в создании необходимого рынка труда, несомненно, должно играть государство. И, в первую очередь, дополнительно необходимо создать благоприятный климат и условия для инвестиций в новые технологии, что позволяет создать высокооплачиваемые места. Кроме того, необходимо внедрять программы переобучения работников, в том числе и за рубежом, оказывать поддержку малому и среднему бизнесу, создавать программы переселения семей на новое место жительства.

Все эти меры необходимо реализовывать в ближайшее время, так как игнорирование этой проблемы может привести к разрушительным последствиям. По мнению генерального директора Международной Организации Труда (МОТ) Гая Райдера, сейчас мир переживает самый жесткий экономический кризис со времен 30-х годов прошлого века. «Экономика России продолжает расти, безработица находится на сравнительно низком уровне», – подчеркнул Гай Райдер. И все же, по словам генерального директора МОТ, у России нет иммунитета от мировых кризисных явлений [2].

Изучение проблемы безработицы, поиски путей решения этой проблемы являются важными направлениями в политике любого государства. Поэтому задачей каждого государства является минимизация уровня безработицы.

Список литературы:

1. Дадашев А.З. Занятость населения и безработица в России: проблемы регулирования // Вопросы экономики. – 1996. – №1. – С. 76-81.
2. Есиева И.В. Безработица как одна из глобальных проблем современного мира [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/93/5101/>
3. Безработица в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://online24news.ru/obschestvo/2781-bezrabotica-v-sovremennom-mire.html>.

4. Безработица в России 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusdni.ru/obschestvo/bezrabotica/bezrabotica-v-rossii-2015.html>.

5. Малявкина Л.И., Лыгина Н.И., Смагина И.В. Анализ динамики численности и состава населения в региональном управлении трудовыми ресурсами // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №2 (20). – С. 78-87.

Крылова Анна Викторовна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: annacofiy@mail.ru

Димитрова Екатерина Викторовна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: dimitrova-katerina@mail.ru

УДК 338.45:06.036

Жох Д.В., Хохлов Д.Д., Лисичкина Н.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО ПРОЦЕССА НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Теоретические основы системы оценки недвижимости в России были сформированы в ранний постсоветский период, когда изменение государственной экономической политики привело к закреплению в законодательстве права частной собственности на землю и иное недвижимое имущество. Основные принципы и методы оценки внедрялись в практику оценочной деятельности с учетом мирового опыта их применения. В статье проведен сравнительный анализ различных подходов к оценке, предложены пути совершенствования оценочного процесса.

Ключевые слова: недвижимое имущество, оценка недвижимости, рынок недвижимости, саморегулируемые организации.

Одним из результатов перехода к рыночной экономике в России стало возникновение разнообразных форм собственности на землю и другие объекты недвижимого имущества. Появилась возможность по своему усмотрению распорядиться принадлежащими собственнику квартирой, домом, другой недвижимостью. Недвижимое имущество находится в свободном гражданском обороте и является объектом различных сделок, что порождает потребность в оценке его стоимости [3, 9, 17]. Отсюда появляется потребность в специалистах по оценочной деятельности.

Все операции и сделки с имуществом требуют определения актуальной стоимости объекта собственности, которая в условиях рыночной экономики не задается директивно, а зависит от текущей конъюнктуры рынка и тенденций ее изменения. Поэтому постоянно возникает необходимость в определении обоснованной и достоверной стоимости объектов собственности. Оценка объектов недвижимости является одним из наиболее перспективных направлений стоимостной экспертизы в динамично развивающейся сфере услуг, оказываемых как оценочными фирмами, так и частнопрактикующими оценщиками.

Рынок недвижимости – это определенная сфера вложения денежных средств в систему экономических отношений, которые возникают при сделках с недвижимостью, и в объекты недвижимости. Рынок недвижимости является частью финансового рынка [1, 4, 19]. Под сегментацией недвижимого имущества понимают разделение недвижимости на определенные однородные группы показателей: по географическому признаку (городской, местный, региональный), по степени готовности к эксплуатации (рынки существующих объектов, незавершенное строительство, новое строительство), по виду сделок (купля-продажа, аренда, вещные права, ипотека), по форме собственности (государственных и муниципальных объектов, частных объектов), по способу совершения сделок (первичный рынок и вторичный рынок, организованный и неорганизованный, традиционный и компьютеризированный; биржевой и внебиржевой). Основными сегментами рынка недвижимости являются рынки жилья, земли и нежилых помещений [7, 8, 11].

Рынок жилья подразделяется на следующие составляющие [15]:

- 1) городской жилищный фонд, который, в свою очередь, подразделяется на жилье низкого качества, типовое жилье, дома улучшенной планировки, застройки сталинских времен, элитное жилье;
- 2) рынок загородного жилья, формирование которого по времени связано со снятием ограничений на индивидуальное загородное строительство.

Рынок нежилых помещений отличается от рынка жилья намного меньшим количеством операций, но в связи с очень высокой стоимостью объектов недвижимости данный сегмент является высоко rentable направлением деятельности для оценщиков и иных лиц, специализирующихся на этом рынке [6, 18].

Земля является неотъемлемой частью практически любого недвижимого имущества. Собственно, само понятие недвижимости подразумевает неотделимость объекта от земельного участка, на котором данный объект размещен, невозможность перемещения объекта недвижимости без его физического разрушения вплоть до полной утраты полезных свойств. Следует учитывать, что земельные рынки различных регионов России имеют существенные отличия, которые обусловлены не только экономическими, но и природно-географическими условиями, а также особенностями нормативно-правовой базы, формируемой местными властями [2, 21].

С учетом специфики оформления документов и осуществления сделок с объектами рынок недвижимости подразделяется на две составляющие: первичный и вторичный рынок. На первичном рынке недвижимость как товар выступает впервые. Основными продавцами недвижимости в таком случае выступают государство в лице своих федеральных, региональных и местных органов власти, а также строительные компании – поставщики жилой и нежилой недвижимости. На вторичном рынке недвижимость выступает как товар, ранее бывший в употреблении и принадлежащий определенному собственнику – физическому или юридическому лицу.

В процессе работы над определением стоимости объекта недвижимости традиционно применяются три основных подхода: затратный, сравнительный и доходный [13, 16].

Затратный подход основывается на принципе замещения, который подразумевает, что покупатель не заплатит за готовую недвижимость больше той суммы, которую нужно будет потратить на приобретение земельного участка и строительства на нем объекта, аналогичного по своим потребительским характеристикам объекту оценки, например, квартиры в многоквартирном доме. В сущности, затратный подход объединяет методы оценки стоимости воспроизводства или замещения объекта с учетом физического износа и морального устаревания. Затратный подход целесообразно применять для оценки стандартных объектов, которые достаточно просто воспроизвести, то есть заместить оцениваемый объект сходным, который будет иметь аналогичные полезные свойства. Непременно следует учитывать степень фактического износа, если объекту оценки присуще постепенное уменьшение стоимости в связи с ухудшением физического состояния, функциональным или экономическим устареванием [19, 22].

Сравнительный или рыночный подход базируется на сравнении оцениваемого объекта недвижимости с аналогичными (сходными) объектами, в отношении которых имеется актуальная и достоверная информация о ценах (стоимости). Объектом-аналогом при проведении сравнительной оценки признается объект, сходный с оцениваемым по основным экономическим, материальным, техническим и другим характеристикам, определяющим его полезные свойства и стоимость на рынке.

Доходный подход подразумевает определение стоимости объекта недвижимости как совокупности прогнозируемых доходов от использования объекта оценки в ближайшем будущем. Доходный подход основывается на принципе ожидания, который подразумевает, что типичный инвестор или покупатель приобретает имущество в ожидании получения будущих доходов или выгод. Другими словами, инвестор вкладывает реальные («сегодняшние») деньги в обмен на право получать в будущем доход от коммерческой эксплуатации (например, от сдачи в аренду) и от последующей продажи объекта недвижимости, стоимость которого будет увеличиваться в соответствии с темпами инфляции и динамикой рыночной конъюнктуры [12, 23]. Применение доходного подхода целесообразно только в том случае, если можно четко выделить и спрогнозировать конкретный поток дохода (прибыли), который приносит оцениваемое имущество.

Анализ показателей рыночной конъюнктуры свидетельствует, что 2015 год был далеко не лучшим периодом для рынка недвижимости России [5, 10]. Вместе с общим спадом в экономике снизились доходы россиян, уменьшился спрос на жилье. Например, в Москве, по предварительным данным, было заключено в полтора раза меньше сделок, чем в 2014 году. Прогнозы на 2016 год не обнадеживают, большинство экспертных оценок сводится к одному: ситуация на рынке недвижимости не изменится кардинально, застой будет продолжаться, если не случится непредвиденных резких потрясений.

За 2015 год средняя цена предложения вторичных квартир снизилась практически во всех ре-

гионах страны, и только в сентябре с началом традиционного высокого сезона на рынке недвижимости наметился перелом негативной тенденции. В то же время средние расценки в сфере найма жилья к концу года выросли в 21 субъекте Федерации (во II квартале таких регионов было всего два).

Средняя по России цена предложения вторичных квартир непрерывно снижалась начиная с апреля 2015 года, однако в сентябре эта тенденция была переломлена ростом: по сравнению с августом цена увеличилась на 1,1%. Из-за того что в июле цена кв. метра упала на 0,9% месяц к месяцу (с 63 967 до 63 400 рублей), в августе – на 1,1% (до 62 692 рублей), по отношению к июню 2015 года средняя цена предложения в сентябре оказалась ниже на 0,9% (63 372 рубля) (рисунок 1).

10 регионов России, где цены на квартиры выросли или снизились менее всего				10 регионов России с наибольшим снижением цен на квартиры			
Регион	III квартал 2015, руб/кв. м	IV квартал 2015, руб/кв. м	Изменение	Регион	III квартал 2015, руб/кв. м	IV квартал 2015, руб/кв. м	Изменение
Сахалинская область	94 846	95 194	0,4%	Ханты-Мансийский АО	70 865	67 231	-5,1%
Тыва	55 133	55 323	0,3%	Новгородская область	49 912	47 565	-4,7%
Калмыкия	36 274	36 308	0,1%	Саха (Якутия)	56 392	53 834	-4,5%
Забайкальский край	52 498	51 991	-1,0%	Крым	84 876	81 084	-4,5%
Камчатский край	70 360	69 634	-1,0%	Карелия	49 160	46 977	-4,4%
Бурятия	50 232	49 622	-1,2%	Ивановская область	45 069	43 100	-4,4%
Дагестан	43 798	43 242	-1,3%	Калининградская область	62 751	60 078	-4,3%
Ямало-Ненецкий АО	74 455	73 501	-1,3%	Кировская область	49 005	46 962	-4,2%
Мурманская область	45 634	45 050	-1,3%	Курская область	43 954	42 127	-4,2%
Краснодарский край	64 542	63 686	-1,3%	Амурская область	56 784	54 484	-4,1%

Рисунок 1 – Динамика средней цены на вторичное жилье по регионам России [5]

Практически во всех рассмотренных регионах средняя цена предложения вторичного жилья снизилась или изменилась незначительно. Небольшая положительная динамика отмечена только в трех регионах: в Сахалинской области цена предложения в IV квартале относительно средних значений за III квартал увеличилась на 0,4%, в Тыве – на 0,3%, в Калмыкии – на 0,1%. Сахалинская область находится в числе лидеров по росту цен все четыре квартала 2015-го, Тыва также вошла в десятку в предыдущем квартале. В Ленинградской области средние цены на вторичные квартиры снизились на 1,4% по сравнению со средними значениями III квартала, в Санкт-Петербурге – на 2%, в Москве – на 2,2%, в Московской области – на 2,9%. Самое значительное падение средней цены произошло в Крыму и Саха (-4,5%), Новгородской области (-4,7%), Ханты-Мансийском автономном округе (-5,1%). Крым и ХМАО входят в десятку «аутсайдеров» уже второй квартал подряд.

В прошедшем IV квартале 2015 цены на продажу и аренду жилья снизились в большинстве регионов страны. Сложная экономическая ситуация и слабый рубль продолжают влиять на спрос как со стороны людей, которые покупают жилье для себя, так и со стороны инвесторов. Цены на вторичную недвижимость без учета инфляции показали снижение от 0 до 5% в зависимости от региона, с наихудшими значениями в ХМАО и Новгородской области.

Инфляция в IV квартале, по оценке Минфина, составила порядка 1,8%. Стоит отметить и позитивные тенденции: снизилась ключевая ставка Центробанка, а следом за ней и средняя ставка по рублевой ипотеке (12,9% против 13,5% во II квартале, по данным ЦБ). Кроме того, сохраняется потенциал спроса на покупку жилья в кредит, поскольку доля ипотечных сделок остается сравнительно низкой.

Крупнейшим собственником земли и крупнейшим инвестором в Российской Федерации по-прежнему остается государство [10, 15]. При этом доля частных инвестиций, направленных на формирование внеоборотных производственных ресурсов (основных фондов) по разным регионам России, варьируется от 40 % до 67 % (см. табл. 1).

Оценка стоимости объектов государственного имущества и прав пользования им является необходимым условием эффективного управления государственной собственностью. В случае совершения сделок с объектами недвижимости, принадлежащими полностью или частично государству, проведение предварительной оценки квалифицированным оценщиком является обязательным этапом. Востребованность данного класса оценки предъявляет повышенные требования к качеству работы оценщика. Решение этой задачи в ближайшие годы возможно при тесном взаимодействии всех субъектов: государства, саморегулируемых организаций оценщиков, образовательных учреждений и потребителей оценочных услуг [7, 14, 16].

Таблица 1 – Распределение инвестиций в основной капитал за 2014 год по отдельным формам собственности [10] (в процентах)

Регион	Форма собственности						
	Российская	в том числе:				Ино- странная	Совместная российская и иностран- ная
		государ- ственная	муници- пальная	частная	смешанная российская		
Российская Федерация, всего	86,3	13,9	2,9	57,9	9,7	7,3	6,4
Центральный феде- ральный округ	82,3	18,3	2,3	51,2	7,9	13,3	4,3
Северо-Западный фе- деральный округ	85,3	20,6	2,2	46,5	13,3	9,4	5,4
Южный федеральный округ	92,2	9,2	2,6	61,5	14,7	2,5	5,2
Северо-Кавказский федеральный округ	97,4	15,9	2,0	73,2	4,7	1,4	1,3
Приволжский феде- ральный округ	87,6	9,4	2,9	66,6	8,0	4,2	8,2
Уральский федераль- ный округ	87,3	6,7	2,6	65,9	10,6	2,6	10,1
Сибирский федераль- ный округ	86,9	14,5	4,6	59,1	8,2	5,1	7,9
Дальневосточный фе- деральный округ	80,2	22,3	5,8	40,4	11,5	16,1	3,7
Крымский федераль- ный округ	88,0	26,1	3,9	57,8	0,1	9,4	2,6

Основные стратегические направления развития оценочной деятельности в Российской Федерации были определены еще в 2003 году на Конгрессе «10 лет оценочной деятельности в России. Итоги и перспективы», резолюция которого содержала практически комплексную программу совершенствования нормативной базы, необходимой для регулирования рынка недвижимости, а также основные принципы формирования организационной структуры и корпоративной этики оценщиков [20]. Многие положения этой резолюции сохраняют актуальность до настоящего времени.

Одним из необходимых условий проведения качественной оценки является наличие достаточной и достоверной информации об объекте оценки и рынке, к которому он относится. Для оптимизации информационного обеспечения оценочной деятельности в сфере недвижимости необходимо создание и развитие специализированных баз данных объектов оценки в разрезе различных групп и форм собственности; совершенствование системы регистрации сделок; повышение «прозрачности» сведений об условиях совершения сделок; развитие теоретико-методологической базы оценочной деятельности.

Для развития методологической базы оценки необходимо привлечение к этой работе всех заинтересованных субъектов: саморегулируемых организаций оценщиков, образовательных и научных учреждений, государственных регулирующих органов, а также непосредственных потребителей оценочных услуг. Целесообразным представляется формирование единого плана разработки методических рекомендаций по оценке объектов недвижимости, при подготовке и адаптации которых необходимо оперативно учитывать текущие изменения нормативно-законодательной базы РФ и международных стандартов. Саморегулируемые организации оценщиков могут самостоятельно определить наиболее актуальные направления консолидации своей работы, в том числе по вопросам: разработки единых стандартов и методических рекомендаций в области оценочной деятельности; информационного обеспечения оценочной деятельности; осуществления сертификации оценщиков; профессиональной этики и проведения экспертизы по другим вопросам, требующим единых для рынка оценки решений.

Важными направлениями деятельности саморегулируемых организаций являются: совершенствование системы контроля качества работы членов саморегулируемых организаций и проведение экспертизы оценочных работ; формирование системы оперативного и достоверного информирования

заказчиков оценочных услуг о состоянии конъюнктуры рынка недвижимости; участие в разработке и совершенствовании методик проведения рейтингов оценщиков; разработка системы справочной информации по основным макроэкономическим показателям и индикаторам инвестиционной среды, применяемым при оценке стоимости недвижимости (отраслевым коэффициентам систематического риска, коэффициентам капитализации, мультипликаторам, ставкам роялти), а также создание эффективного механизма взаимодействия саморегулируемых организаций оценщиков и потребителей оценочных услуг по системным вопросам совершенствования оценочной деятельности;

Саморегулирование рынка недвижимости подразумевает добровольное и информированное взаимодействие продавцов и потребителей. Регулирование цивилизованного рынка должно основываться на согласовании интересов оценщиков и потребителей оценочных услуг. Целесообразным представляется систематическое привлечение крупнейших потребителей оценочных услуг к обсуждению и финансированию методических разработок по оценке недвижимости, необходимых, прежде всего, для нормального осуществления их хозяйственной деятельности.

Отчёты об оценке стоимости проблемных активов и экспертные заключения по этим отчётам должны быть открытыми, как минимум, для оценщиков-профессионалов, которые должны учиться и совершенствоваться не только на своих собственных, но и на чужих ошибках. Искусственно навязываемая в настоящее время конфиденциальность таких материалов, если они не касаются официально засекреченных государственных объектов недвижимости, направлена против интересов государства и общества и сдерживает прогресс оценочной деятельности в стране.

Список литературы:

1. Алехина Л.Л., Легостаева С.А., Соколова Н.Н. К вопросу об экономических последствиях вступления России в ВТО // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – № 4 (26). – С. 145-148.
2. Воронкова И.Е. Инновационные подходы в территориальном брендинге // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 2 (32). – С. 139-141.
3. Грибовский С.В. Особенности стоимости недвижимости [Электронный ресурс]. – М.: Маросейка, 2009. – 428 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=100889&sr=1>.
4. Давыдова Л.В., Ильминская С.А. Оценка инвестиционной привлекательности региона // Финансы и кредит. – 2013. – № 11 (539). – С. 30-35.
5. Динамика цен на аренду и покупку жилья в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.domofond.ru/tseny-na-nedvizhimost/reports>.
6. Захарова Т.В. Процессы и механизмы концентрации капитала в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №3 (5). – С. 53-57.
7. Зими́на Л.В., Смагина И.В. Использование информационных технологий в статистическом исследовании взаимосвязей социально-экономических показателей // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №4 (18). – С. 22-26.
8. Зуев П.С. Оценка недвижимости [Электронный ресурс]. – М.: Лаборатория книги, 2009. – 89 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97567&sr=1>.
9. Ильминская С.А. Оценка стоимости предприятия в системе финансового менеджмента предприятия // Финансовый менеджмент. – 2009. – №1. – С. 84-92.
10. Инвестиции в России, 2015г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1136971099875.
11. Краснов Ю.К. Оценка бизнеса: российский и мировой опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mgimo.ru/files/16433/Lex_2008-02_book-business.doc.
12. Крылова А.В. Информационные технологии в управленческой деятельности как катализатор инновационного развития // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2012. – №10. – С. 99-114.
13. Лазаренко А.Л., Думнова Н.А., Булгакова Е.В. Развитие системы кадастровой оценки объектов недвижимости // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (24). – С. 149-152.
14. Музалевская А.А., Синельников А.А. Информационное обеспечение коммерческой деятельности // Экономическая среда. – 2014. – №4 (10). – С. 48-54.
15. Никишина Е.С. Маркетинговая оценка современного состояния и перспектив развития рынка жилой недвижимости в Орловской области // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 81-88.
16. Орлова С.А., Каширкина Н.Н. Анализ и оценка преимуществ и недостатков инвестиций в недвижимость // Экономическая среда. – 2012. – №1 (1). – С. 128-134.
17. Паршутина И.Г., Самородова Е.М. Инновационное развитие как причина и следствие накопления капитала в условиях олигополистической конкуренции // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №2 (32). – С. 19-23.
18. Паршутина И.Г., Шманёв С.В. Управление инвестиционными потоками на промышленном предприятии с использованием новых принципов оценки // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2012. – Т.34. – №1. – С. 173-177.
19. Проблемы модернизации и инноваций в российской экономике: монография / под ред. Шманева С.В., Голоктионовой Ю.Г. – Орел: ООО «Картуш», 2013. – 212 с.

20. Резолюция Конгресса «10 лет оценочной деятельности в России. Итоги и перспективы» [Электронный ресурс] // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2003. – №7 (22). – С. 30-35. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kongress-10-let-otsenочноy-deyatelnosti-v-rossii-itogi-i-perspektivy>.

21. Соболева Ю.П., Арманшина Г.Р. Квазиинтеграция и её роль в развитии инновационной экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 137-143.

22. Соболева Ю.П., Лебедева О.А. Анализ рисков в процессе управления проектами // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 260-262.

23. Царева М.И., Савина А.Г. Математическое моделирование экосистем // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (7). – С. 322-325.

Жох Дмитрий Владимирович

студент факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Хохлов Дмитрий Дмитриевич

студент факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Лисичкина Наталья Владимировна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: rio-ogiet@mail.ru

УДК 334.012.64(470)

Калабухина М.В.

ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Поддержка малого предпринимательства является основой развития и улучшения отраслевой структуры экономики. В статье исследовано состояние и проблемы развития малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, состояние малого бизнеса, инфраструктура поддержки малого предпринимательства.

Поставленная Стратегией развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года цель направлена на изменение отраслевой структуры экономики и обеспечение высокого уровня занятости населения. В настоящее время малые и средние предприятия – это 2,1 млн хозяйствующих субъектов, 95% от всех коммерческих предприятий по стране, рабочие места для 18 млн граждан. Сектор малого предпринимательства, в основном, представлен в сфере услуг и торговли, а средние предприятия – в обрабатывающей промышленности, строительстве, сельском хозяйстве, т.е. в сферах с более высокой добавленной стоимостью (таблица 1).

Таблица 1 – Объем средств, выделенных на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, по состоянию на 30 декабря 2015 года

Наименование мероприятия	Выделенный объем средств, тыс. руб.		
	Всего	Федеральный бюджет	Региональный бюджет
Субсидирование начинающих предпринимателей	3000,0	2850,0	150,0
Субсидирование части затрат, связанных с приобретением нового оборудования	20345,7	19201,9	1143,8
Развитие системы микрофинансирования	48500,0	46075,0	2425,0
Развитие системы гарантий и поручительств	18000,0	17100	900,0
Создание и развитие центра поддержки предпринимательства	3000,0	2850,0	150,0
Создание и развитие центра кластерного развития	3500,0	3325,0	175,0
ИТОГО:	96345,7	91401,9	4943,8

Вопросам поддержки и развития малого и среднего предпринимательства уделяется постоянное внимание со стороны органов государственной власти. Это и создание Правительственной комиссии по вопросам конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства, рассмотрение данных аспектов на заседании Государственного совета Российской Федерации.

С позиции финансовой поддержки данного сектора экономики реализуются различные масштабные проекты, в соответствии с которыми субъекты малого предпринимательства могут получить на конкурсной основе поддержку для открытия собственного дела, микрозайм, гарантию по кредиту или кредит на льготных условиях.

Федеральные программы поддержки малого и среднего предпринимательства реализуются: Министерством экономического развития Российской Федерации; АО «Корпорация «МСП», АО «МСП Банк», Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере и Министерством сельского хозяйства Российской Федерации.

Министерство экономического развития Российской Федерации ежегодно предоставляет субъектам РФ при условии софинансирования расходов из региональных бюджетов средства из федерального бюджета на реализацию мероприятий по поддержке малых и средних предприятий. В настоящее время средства выделяются в рамках подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» государственной программы «Экономическое развитие и инновационная экономика», утвержденной Постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 г. №316. Орловской области было выделено 91401,9 тыс. руб. (таблица 1).

Субсидия выделяются в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30.01.2014 г. №1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» и условиями конкурсного отбора определенными приказом Министерства экономического развития РФ от 25.03.2015 г. №167 «Об утверждении условий конкурсного отбора субъектов РФ, бюджетам которых предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства, и требований к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства».

Акционерным обществом «Российский банк поддержки малого и среднего предпринимательства» (АО «МСП Банк») реализуется отдельная программа финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства (таблица 2).

Таблица 2– Итоги реализации программы МСП Банка

Показатель	На 01.03.2016 г.	За весь период реализации программы
Объем средств, доведенных до субъектов МСП, млрд. руб.	105	608
Количество МСП, получивших поддержку	16133	56155
Средневзвешенная ставка для МСП	13,23	

Финансовая поддержка МСП осуществляется по двухуровневой системе через:

- банки-партнеры;
- организации инфраструктуры (лизинговые и факторинговые компании и микрофинансовые организации).

Акционерное общество «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» (Корпорация МСП) создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 26.12.1995 г. №208-ФЗ «Об акционерных обществах», Федеральным законом от 24.07.2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Федеральным законом от 02.12.2013 г. №349-ФЗ «О Федеральном бюджете на 2014 г. и плановый период 2015-2016 гг.» и Указом Президента РФ от 05.06.2015 г. №287 и осуществляет свою деятельность в качестве института развития в сфере малого и среднего предпринимательства.

Основными целями деятельности Корпорации МСП являются:

- оказание поддержки субъектам МСП и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов МСП;
- привлечение денежных средств российских, иностранных и международных организаций в целях поддержки субъектов МСП;
- организация информационного, маркетингового, финансового и юридического сопровождения

ния инвестиционных проектов, реализуемых субъектами МСП;

- организация мероприятий, направленных на увеличение доли закупки товаров, работ, услуг заказчиками, определяемыми Правительством Российской Федерации, у субъектов МСП в годовом объеме закупки товаров, работ, услуг, в годовом объеме закупки инновационной продукции, высокотехнологичной продукции;

- обеспечение информационного взаимодействия с органами государственной власти, органами местного самоуправления, иными органами, организациями в целях оказания поддержки субъектам МСП;

- подготовка предложений о совершенствовании мер поддержки субъектов МСП, в том числе предложений о совершенствовании нормативно-правового регулирования в этой сфере.

Единственным учредителем и акционером Корпорации МСП является Российская Федерация в лице Федерального агентства по управлению государственным имуществом.

Однако несмотря на усилия со стороны органов государственной власти, динамика развития малого и среднего предпринимательства в последние годы носит отрицательный характер. Это проявилось в сокращении доли данного сектора экономики в обороте предприятий, инвестиций в основной капитал и вложений во внеоборотные активы (таблица 3). В сравнении с развитыми странами вклад МСП в отечественной практике незначителен против 25% в странах Европейского союза. И основной вклад в формирование добавленной стоимости приносят, прежде всего, средние предприятия, у которых гораздо выше производственные возможности и финансовые вложения в НИОКР.

Таблица 3 – Удельный вес малых и средних предприятий в основных экономических показателях, %

Показатель	Малые предприятия				Средние предприятия	
	всего		в том числе микропредприятия			
	2010	2014	2010	2014	2010	2014
Оборот предприятий	21,4	20,2	7,6	7,4	7,1	4,8
Инвестиции в основной капитал	7,2	4,9	3,4	1,7	2,3	2,1
Внеоборотные активы	21,9	16,8	19,3	13,9	1,6	1,4
Оборотные активы	22,4	33,6	15,2	26,4	3,8	3,3
Капитали резервы	21,7	20,1	19,6	17,0	1,3	1,3

В настоящее время ведение малого и среднего предпринимательства в России сопряжено со значительными и реально опасными угрозами и рисками, эти проблемы еще более усиливаются под влиянием ослабления рубля, падающей стоимости нефти, что приводит к кризису во многих сферах малого и среднего предпринимательства.

В отечественной экономике присутствуют диспропорции между элементами количественного роста фирм, ожиданиями, связанными с малым и средним предпринимательством, и его фактическим воздействием на отечественную экономику, однако далеко не все из них ведут реальную хозяйственную, производственную, экономическую деятельность.

Присутствуют проблемы инновационного развития малого и среднего промышленного предпринимательства: узкая специализация технологической и производственной деятельности; освоение незначительной доли рынка; ограниченность людских ресурсов; малый рычаг возможностей для разработки и внедрения инноваций; маркетинговые ограничения; низкие рекламные возможности; малый финансовый бюджет.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что инновационное развитие малого и среднего предпринимательства имеет много проблем, но их маневренность, компактность, динамичность существования формируют позитивные эффекты: простая управленческая структура; мобильность и гибкость рыночного конкурентирования; результативная работа небольшого коллектива; использование более совершенных механизмов приспособления к спросу; доступные технологии; быстрое обновление товарного ассортимента за счет инновационной адаптивности и активности малых и средних производственных предприятий; малых затрат на скорость использования экономической поддержки крупным бизнесом, государством и собственного потенциала.

Задачи развития малого и среднего предпринимательства приходится решать в условиях увеличения масштабов внешних и внутренних вызовов, с которыми сталкивается Россия, что требует еще большей интенсификации усилий по решению накопленных проблем. К числу ключевых вызовов в части развития малого и среднего предпринимательства относятся:

- изменение потребностей в связи с трансформацией основных элементов, формирующих человеческий капитал;
- изменение механизма предоставления государственных и муниципальных услуг, расширение возможностей участия малого бизнеса в госзакупках;
- развитие интеграционных процессов в рамках Единого экономического пространства и усиление конкуренции между предпринимателями, представляющими страны-участники.

Достижение обозначенных Стратегией развития МСП целевых показателей – увеличение в 2,5 раза оборота малых и средних компаний, доли обрабатывающей промышленности в обороте МСП с 11,8 до 20%, а также доли занятых в общей численности занятого населения с 25 до 35% – позволит говорить о выходе на новый качественный уровень развития малого и среднего предпринимательства.

В новых экономических условиях на государственном уровне необходимо признание особой роли и ценности предпринимательства и частной инициативы как активной созидательной силы общества, внутреннего ресурса долгосрочного экономического роста, повышения благосостояния, качества жизни и обеспечения национальной безопасности.

Список литературы:

1. Гарантийная поддержка субъектов МСП [Электронный ресурс] // АО «Корпорация «МСП». – URL: <http://www.acgrf.ru> (дата обращения 31.03.2016).
2. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в 2016 году [Электронный ресурс] // Минэкономразвития России. – URL: <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect> (дата обращения 04.04.2016).
3. Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2014 году (малые предприятия, включая микропредприятия) [Электронный ресурс] // Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. – URL: http://niss.ru/upload/iblock/2a4/4%20kvartal_2014.pdf (дата обращения 04.04.2016).
4. Ильминская С.А., Илюхина И.Б. Российский импорт оборудования в условиях санкционных ограничений // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №3 (33). – С. 19-23.
5. Программа финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – URL: <http://map.mspbank.ru/#folder=4> (дата обращения 07.04.2016).
6. Проект стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс] // Минэкономразвития России. – URL: <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect> (дата обращения 18.03.2016).

Калабухина Мария Владимировна

*студентка 3 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru*

Научный руководитель

Ильминская Светлана Александровна

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru*

УДК 346.26:338.22(470)

Курако О.А.

ЭВОЛЮЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЗАЩИТЫ ПРАВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РОССИИ

Появление и развитие российского предпринимательства уходит корнями в глубь истории, оно тесно связано с развитием самого государства. Первые купцы в древнерусском государстве появились уже в IX веке. Торговая деятельность была основной жизни славян. В статье рассматривается дальнейшее развитие российского предпринимательства и изменения, которые произошли в нем в разные периоды истории.

Ключевые слова: предпринимательство, государство.

Появление и последующее развитие российского предпринимательства уходит корнями в самую глубь истории. Известно, что главным видом деятельности у славян была торговля разнообразными товарами, так как Древнерусское государство, которое было создано в IX веке, находилось около самого известного торгового пути, называвшегося «из варяг в греки».

Всю Русь можно разделить на три главных торговых центра: Киевская Русь, Новгородская республика, Владимиро-Суздальское княжество.

Первыми предпринимателями Руси были мелкие торговцы и купцы, а первой торговлей была караванная. Уже в 911 г., 944 г. и 971 г. были заключены договоры между Русью и Византией, в которых зафиксированы нормы предпринимательского права.

Не зря Древнюю Русь называли именно «страной городов», так как именно города были основой для успешной предпринимательской деятельности. В них купцы продавали свой товар на ярмарке, заключали взаимовыгодные договоры, совершали сделки. На Руси не было выделения купцов и предпринимателей в отдельный общественный слой. В торговой деятельности могли принимать участие абсолютно все слои общества.

Древнейшим документом, содержащим основы предпринимательского права на Руси, была Русская Правда. Именно она закрепляла и регулировала правовые обычаи, судебную практику и др. Физические лица являлись субъектами Русской Правды. Этот документ защищал частную собственность, регламентировал порядок ее наследования.

Во время Ордынского Ига, когда на Руси были обязаны платить дань Золотой Орде, документом, регулирующим предпринимательские отношения, была Великая Ясса Чингисхана, принятая в 1206 г. В ней содержались нормы обычного и уголовного права.

В период феодальной раздробленности на Руси в XII-XV веках особо выделяется Новгородская республика. Там самым влиятельным слоем населения являлись именно предприниматели и купцы.

Но наибольший интерес в этот период представляют появившиеся законодательные сборники, такие как Новгородская судная грамота и Псковская судная грамота. В Новгородской подробно рассматривался вопрос о судоустройстве и судопроизводстве, в Псковской – большее внимание уделяется регулированию гражданско-правовых отношений и институтов, а также отдельным видам преступлений.

Далее, в XV-XVII веках, все отношения между предпринимателями регулируются грамотами и судебниками. Наибольшей популярностью пользуется письменный договор. В соответствии с Судебником, принятым в 1497 году, начинает вводиться и затем распространяться крепостная форма сделок.

Соборное Уложение, принятое в 1649 году, закрепило основные отрасли законодательства. Дальнейшее развитие предпринимательства в России во многом зависело от политики государства.

В истории развития предпринимательства в России были как взлеты, так и падения. Самым ярким примером является эпоха царствования Ивана IV Грозного, который отдавал наибольшее предпочтение только иностранным купцам, в то время как свое собственное купечество влачило жалкое существование.

При императоре Петре I происходит активное изменение российского законодательства с ориентацией на европейское право. Начинают появляться различные компании, артели, товарищества на вере. Совместно с иностранными предпринимателями начинают создаваться акционерные компании. Достоверно известно, что предпринимателями и во время правления Петра, и после были выходцы из крестьянского населения и посадских людей. При императоре появилось купеческое собрание. Оно было создано в 1703 году и представляло собой первую биржу в России. А в 1722 году впервые появились купеческие гильдии. Купцам, записанным в них, были доступны хорошие льготы, что предопределило их выделение в отдельное сословие. Все нововведения Петра должны были приучить торговцев к самоуправлению. Необходимо было не допустить того, чтобы капиталы купечества оседали в карманах воевод, а шли напрямую в казну.

Дальнейшим усовершенствованием законодательства лично занималась Екатерина II, которая правила страной с 1762 г. по 1796 г. Все изменения, вводимые императрицей, способствовали быстрому развитию предпринимательства. Она отменила все ограничения, уничтожила монополии и ввела полную свободу торговли.

В XVIII-XIX веках происходит регулирование крестьянского предпринимательства. Крестьянству было позволено выкупать свидетельства, дававшие право на мелкую торговлю. Затем крестьянам было разрешено вести торговую деятельность в лавках, заниматься оптовой торговлей и иметь помещения для склада.

В XIX веке происходит изменение в сфере вложения капитала. Теперь капитал купцов переходит из сферы обращения в сферу производства.

В промышленном развитии российское Правительство оказывало наибольшую поддержку исключительно дворянскому сословию. Дворянство, не обладая ни коммерческим опытом, ни столь по-

движным капиталом, не составляло совершенно никакой конкуренции в торговле купечеству. Вследствие этого дворянство привлекалось именно к промышленной деятельности, в частности, к суконному производству, виноделию, производству табака, металлургии.

В 1800 г. был принят Устав о банкротствах. В соответствии с этим документом было необходимо всем людям, занятым торговой деятельностью, вести учет и бухгалтерию. Александр I в 1807 г. издал особый манифест, который разрешал создавать товарищества, необходимые для внешней торговли. В 1818 г. благодаря принятому Указу разрешалось открывать фабрики и заводы крестьянам. При правлении Николая I активно идет работа по составлению Свода законов Российской Империи. Этот Свод вступит в силу только с 1 января 1835 г. В 30-х гг. XIX века мануфактуры начинают преобразовываться в капиталистические фабрики, использующие в своей работе исключительно машинную технику. Но дальнейшее развитие капиталистических фабрик было затруднено из-за крепостного права.

Реформы императора Александра II, которые были проведены в Российской Империи, разделили всю страну на два периода: дореформенный и послереформенный. Второй называют «золотым веком предпринимательства в России». После отмены крепостного права 19 февраля 1861 г. все крестьяне могли свободно заниматься предпринимательской деятельностью. Все изменения, которые произошли в период правления Александра II, благоприятно сказались на развитии страны. Значительно увеличилось количество фабрик и рабочих, работавших на этих фабриках, изменилась отраслевая структура предпринимательской деятельности: от текстильной – к машиностроению и обработке металла.

Одновременно с изменениями, произошедшими в предпринимательской сфере России, изменяется и законодательство о предпринимательстве. В это время были приняты следующие уставы, такие как Устав о промышленности заводской и фабричной, Ремесленный устав, Торговый устав, Биржевой устав, Устав о торговой несостоятельности.

В 1895 г. благодаря Положению начинают создаваться кредитные, судо-сберегательные товарищества, волостные банки и кассы. В самом начале XX века Россия была аграрно-индустриальной страной. Российская буржуазия стала новым классом. «Русским чудом» принято называть исторический период в стране с 1907 г. по 1917 г. В этот период рушится община, создается Крестьянский банк, крестьяне-фермеры получают возможность кредитоваться государством на довольно низком проценте. Промышленный рост в России случился за счет того, что крестьянские хозяйства требовали больших объемов промышленной продукции, вследствие этого увеличился общественный слой российских предпринимателей.

Начиная со второй половины XIX века в России полным ходом начало развиваться банковское дело. Со второй половины XIX века начинают создаваться отраслевые союзы предпринимателей. В каждом районе начинают возникать общества заводчиков и фабрикантов. Торговцы и промышленники России активно выступают за создание единой структуры представительства деловых интересов. Международный политический кризис, повлекший за собой начало мировой войны, очень негативно сказался на российском предпринимательстве.

В ходе революции 1917 г. случился переход от рыночных методов хозяйствования к административным методам, в основе которых была строгая централизация власти и управления, государство регулировало экономику исключительно на плановых началах, происходит национализация частной собственности и земли. Земля перестает выступать в качестве объекта товарного оборота.

С 1918 г. по 1921 г. предпринимательство находится вне закона, происходит уничтожение торговли и товарно-денежных отношений. В стране появляется «черный рынок». Все это привело к полной разрухе в хозяйственной жизни, рабочие начали устраивать забастовки, крестьяне восставали. Чтобы избежать ухудшения ситуации, Советское правительство приступило к проведению новой экономической политики (НЭП), главным достижением которой было полное возрождение товарно-денежных отношений.

В 1921-1926 гг. НЭП возродила отдельные элементы предпринимательской деятельности, которые затем были вновь подавлены государством и находились в забвении до второй половины 80-х гг. Производственная сфера и сфера услуг находились полностью в руках государства. Индивидуальный предприниматель приравнивался к врагу народа.

Возрождению предпринимательства способствовало принятие в Советском Союзе различных законов. Уже в самом начале 90-х годов в России начинают развиваться рыночные отношения и индивидуальное предпринимательство. Но развитие современного класса предпринимателей происходит в довольно сложных условиях, так как эта сфера деятельности недостаточно законодательно регулируется и приходится ломать сложившееся у людей негативное понимание понятия «индивидуальный предприниматель».

Таким образом, хочется подвести итог всему вышесказанному. История российского предпринимательства имеет глубокие корни и связана с развитием самого государства. В развитии предпринимательства в России были как взлеты, так и падения.

Список литературы:

1. Бессолицын А.А. История Российского предпринимательства: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. – 400 с.
2. Даничев А.И., Смагина И.В. Применение информационных технологий в экономике // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – №2. – С. 370-376.
3. Конотопов М.В., Сметанин С.И. История экономики России: учебник для ВУЗов. – 6-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2015. – 352 с.
4. Паршутин И.Г., Симонова Е.В. Зарубежный опыт поддержки малого бизнеса и пути его использования в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – №3 (9). – С. 49-56.
5. Сафонов В.В., Смагина И.В. Особенности ведения электронного бизнеса // Экономическая среда. – 2014. – №1 (7). – С. 82-89.
6. Симонова Е.В. Возможность малого бизнеса в госзаказе и системе закупок государственных компаний и крупного бизнеса России // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2012. – Т.2. – №1. – С. 69-71.
7. Симонова Е.В. Интеграционные связи малого предпринимательства как условие его развития на современном этапе хозяйствования: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Орел, 2009. – 23 с.
8. Симонова Е.В. Механизм взаимодействия бизнеса с региональной властью и хозяйствующими субъектами // Экономика предпринимательства: теория и практика. – 2015. – С. 68-69.
9. Симонова Е.В. Формы и механизмы социально-экономического партнерства между бизнесом и государством // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2014. – №8. – С. 46-50.
10. Симонова Е.В., Инкина Е.С. О противодействии коррупции в Российской Федерации // Экономическая среда. – 2014. – №1 (7) – С. 106-112.
11. Симонова Е.В., Красов В.О. Применение электронного документооборота в современном бизнесе // Экономическая среда. – 2013. – №4 (6). – С. 56-59.
12. Симонова Е.В. Формирование системы мониторинга рисков в малом бизнесе // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. – 2014. – №14. – С. 66-69.
13. Строева О.А., Сибирская Е.В., Симонова Е.В. О необходимости формирования единой информационной площадки «Инновации России» // Вестник алтайской науки. – 2015. – №2 (24). – С. 265-271.
14. Тимофеева А.А. История предпринимательства в России: учебное пособие. – М.: ФЛИНТА-НАУКА, 2014. – 410 с.
15. Франовская Г.Н. Малый бизнес: учебное пособие. – М.: Юрайт, 2013. – 204 с.

Курако Ольга Александровна

студентка 2 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: jezzi@mail.ru

Научный руководитель

Симонова Евгения Владимировна

к.э.н., доцент кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: jezzi@mail.ru

УДК 001.895:330.35

Старовойтов Р.В.

**НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС
КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

Статья посвящена одному из факторов, влияющих на экономический рост – научно-техническому прогрессу. Автор описывает основные черты и цели научно-технического прогресса, анализирует его положительное воздействие на экономику, раскрывает понятие научно-технического потенциала страны. Также в работе рассмотрены принципы формирования и функции научно-технической политики и роль государства в ее проведении.

Ключевые слова: научно-технический прогресс, научно-технический потенциал, научно-техническая политика, экономический рост, государство, экономика, эффективность.

Научно-технический прогресс и дальнейшее эффективное использование его достижений и открытий в экономике позволяют создавать новые виды товаров и услуг, совершенствовать технологию производства, а также увеличивать объем выпускаемой продукции, формируя благоприятную среду для роста производительности труда, общего уровня жизни и заработной платы. Революционные нововведения, осуществляемые благодаря действию научно-технического прогресса, могут иметь трудо- или капиталосберегающий характер, что положительно повлияет на экономический рост [5].

В наши дни научно-технический прогресс является одним из самых масштабных факторов формирования лица внутренней и международной торговли, а также всей экономики, именно это объясняет актуальность статьи.

На нынешнем этапе научно-технического прогресса можно выделить три главные черты, характеризующие его. Первая черта – огромное количество открытий, успешных разработок в области фундаментальных наук, что в дальнейшем привело к большим достижениям и в области прикладных наук. Второй чертой являются большие масштабы практического применения новых открытий во всех сферах жизни, в том числе в экономической. Наконец, третья черта – формирование совершенно нового научного мышления, которое заключается в понимании того, что дальнейшее развитие человеческой цивилизации зависит во многом от результатов деятельности науки.

Отдельно стоит сказать о научно-техническом потенциале государства, представляющего собой суммарный ресурс его научно-технической сферы, с помощью которого появляется возможность создавать новые продукты и технологии, стимулируя непосредственно экономический рост страны. Этот потенциал определяется количеством и качеством научно-технических ресурсов, эффективностью управления этими ресурсами, верными оценками перспектив развития, а также большой заинтересованностью ученых в открытиях и изобретениях [3].

Научно-технический прогресс многие считают своего рода инновационным процессом, который включает в себя науку и технику, предпринимательство, управление, а также экономику. Он представляет собой процесс, который начинается с формирования идеи и заканчивается ее реализацией на практике [1].

В экономике главной целью научно-технического прогресса можно считать развитие науки, которое приведет к усовершенствованию ныне существующих экономических методик, модернизации технологий и созданию инновационных продуктов, благодаря которым экономика любой страны может выйти на качественно совершенно иной уровень.

Практика показывает, что сейчас мировая экономика с трудом может функционировать без таких важных научных отраслей, как машиностроение, авиастроение, атомная энергетика, химическая промышленность, электроника, беспроводные технологии и т.д. Эти ключевые отрасли помогают многим странам не просто конкурировать с другими, но и развивать всю экономическую систему государства. Те же страны, которые пренебрегают или по каким-то причинам не могут развивать научную деятельность, зачастую оказываются в нелегком положении, заметно отставая от других государств в развитии всех сфер, в частности, экономической. Для того чтобы разрешить проблему роста доходов и потребления населения, любое государство должно эффективно реализовывать достижения научно-технического прогресса. Не используя их, решить подобные вопросы практически невозможно.

На данный момент важность научно-технического прогресса для роста экономики обусловлена активным участием людей во всем, что может ускорить темпы научного поиска, сделать его продуктивнее и эффективнее. Для того чтобы качество выпускаемой продукции находилось на одном уровне со средним мировым уровнем или выше него, необходимо максимально плодотворно использовать достижения научно-технического прогресса, разрабатывать прогрессивные экономические решения, создавать новые научные подходы, применять передовые технологии, которые будут позволять сберегать ресурсы.

Стоит отметить, что на прогресс заметно влияет фактор времени. Научно-технический прогресс не стоит на месте, он развивается, разрабатываемые технологии могут заметно устареть и не соответствовать времени. Технологии, актуальные еще несколько десятилетий назад, могут быть бесполезны в наше время, их использование будет совершенно неоправданно. В связи с этим, для того чтобы новые продукты научно-технического прогресса использовались в экономике максимально эффективно, необходимо создавать их в кратчайшие сроки.

Достижения в области науки влияют на экономический рост следующим образом: использование инновационных технологий позволяет увеличить выпуск продукции при том же уровне затрат за счет увеличения производительности факторов производства; появляется возможность выпуска продукции с повышенной добавленной стоимостью и более высокой эластичностью к доходам; наука и технологии жизненно важны для производительности и вносят вклад в общее благосостояние общества; научные открытия повышают международную конкурентоспособность национальной экономики страны, а также отдельных видов товаров и услуг; происходят изменения в средствах труда; появляется возможность разрабатывать новые виды синтетического сырья, по свойствам не уступающего природному. Синтетическое сырье легче обрабатывать, для его производства требуется намного меньше трудовых ресурсов. Таким образом, роль природного сырья все чаще уходит на второй план, а это значит, что обрабатываемая промышленность все меньше зависит от минерального сырья [4].

Положительное влияние научно-технического прогресса на экономику также заключается в следующем: модернизируется характер отношений собственности предприятий, меняются условия труда, создаются принципиально новые экономические взаимоотношения между странами, а также большое значение приобретает государство, которое должно задавать векторы развития научно-технического прогресса.

Для развития экономики, укрепления связей между различными отраслями и крупными предприятиями необходима согласованная в рамках единой хозяйственной системы страны научно-техническая политика, основанная на концепции объединения достижений в области науки и техники с преимуществами смешанной экономики. Такая политика представляет собой комплекс мер, необходимых для системного развития науки и техники и дальнейшее эффективное использование их результатов в экономике страны [2]. Но ресурсы государства являются ограниченными для проведения полномасштабных исследований во всех отраслях науки, поэтому заранее необходимо выработать целевую программу, которая будет направлена на то, какие отрасли науки и техники должны развиваться в первую очередь, результаты работ в каких отраслях будут использоваться и реализовываться на практике.

Эта концепция может формироваться исходя из следующих базовых принципов: своевременное выполнение социально-экономических задач, стоящих перед обществом; создание как можно более эффективной хозяйственной системы при помощи последних научных достижений и открытий; грамотное разделение ответственности между государством и предпринимательством за наиболее эффективное использование достижений науки и техники; устранение технологического отставания в главных отраслях, выявление приоритетных направлений и областей научно-технического прогресса с целью достижения превосходства на мировом рынке техники и технологий.

Главными функциями единой научно-технической политики по отношению к краткосрочным и долгосрочным действиям, различным системным и целевым программам являются: формирование направлений научно-технического прогресса, которые будут ориентироваться прежде всего на решение основных социально-экономических проблем государства; обоснование требований к отдаче от научно-технического прогресса как основного средства интенсификации и модернизации производства независимо от форм собственности и роста жизненного уровня населения; внедрение научно-технических достижений в развитие хозяйственной деятельности с заблаговременной подготовкой производственной инфраструктуры к их использованию; укрепление прямой и обратной связи между экономикой, наукой, техникой и новыми технологиями; обеспечение координации перспективных решений на межотраслевом и базовых отраслевых уровнях с определением приоритетности системы взаимосогласованных действий и программ; определение долгосрочных и наиболее устойчивых тенденций и закономерностей научно-технического прогресса; формирование экономики, которая будет оперативно реагировать на меняющиеся потребности людей, привлекать необходимые дополнительные резервы на всех уровнях от крупных корпораций до отдельных небольших организаций; мотивирование хозяйствующих субъектов в применении инновационных научно-технических разработок и технологий.

Перечисленные принципы формирования и функции научно-технической политики осуществимы только при непосредственном участии государства, поскольку все другие структуры не обладают соответствующими институциональными, финансовыми и другими возможностями. Конечно, государство может предоставлять часть своих функций и полномочий в рамках намеченного регулирования хозяйственной системы предпринимательству, но только при условии объективного контроля за его действиями.

Подводя итог, стоит отметить, что влияние научно-технического прогресса на экономический рост любого государства можно считать положительным. Эффективное применение новейших тех-

нологий позволяет значительно улучшить состояние национальной экономики. Использование последних достижений научно-технического прогресса может вывести экономику любой страны на качественно совершенно иной уровень, позволить ей успешно конкурировать на международной арене, что позитивно скажется и на общем благосостоянии граждан. Для достижения этих целей необходимо проводить единую научно-техническую политику, которая будет предусматривать основные векторы развития по всем научным направлениям, определять приоритетные сферы, нуждающиеся в совершенствовании, к примеру, машиностроение, атомная энергетика, беспроводные технологии, а эффективное использование достижений в этих сферах благоприятно отразится на экономической системе государства в целом.

Список литературы:

1. Даудова З.А. Научно-технический прогресс как основной фактор развития мировой экономики // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2015. – №53. – С. 72-74.
2. Научно-техническая политика государства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.ru/7_14905_nauchno-tehnicheskaya-politika-gosudarstva.html (дата обращения: 24.05.16 г.)
3. Научно-технический потенциал страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyera.ru/3808/nauchno-tehnicheskij-potencial-strany> (дата обращения: 22.05.16 г.)
4. Научно-технический прогресс и экономический рост [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bugabooks.com/book/428-mirovaya-yekonomika/67-143-nauchno-tehnicheskij-progress-i-yekonomicheskij-rost.html> (дата обращения: 27.05.16 г.)
5. Погосов И.А. Факторы долгосрочного экономического роста: научно-технический прогресс и капиталоемкость производства // Проблемы прогнозирования. – 2015. – №5. – С. 11-16.

Старовойтов Роман Вячеславович

студент 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: sidwell93@mail.ru

Научный руководитель

Арманишина Гульнара Рамильевна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

УДК 331.56(470)

Савин В.Ф.

БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ И ПУТИ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ

В статье рассматриваются актуальные в настоящее время проблемы занятости и безработицы в Российской Федерации, приводятся статистические данные показателей безработицы, предложены пути преодоления безработицы.

Ключевые слова: занятость, безработица, уровень безработицы, рынок труда, способы преодоления безработицы.

Безработица – повсеместное явление, характерное для всех государств современного мира, представляющее социально-экономическую ситуацию, при которой люди, экономически активные, не находят работу.

Безработица является социально-экономической проблемой современной России. Будущее российского общества связывается с постоянной угрозой увеличения числа безработных людей, определенной особенностями рыночных процессов. Решение проблемы безработицы в России приобретает особую значимость [1].

Актуальность решения проблемы безработицы обусловлена тем, что проблема занятости и безработицы стала неотъемлемым компонентом жизни современной России, оказывающим влияние не только на общественную, экономическую, но и на политическую ситуацию в стране. Безработица связана с происходящими структурными сдвигами в национальной экономике и мировом хозяйстве. Безработица как сложное и противоречивое макроэкономическое явление остается в центре внимания

простых людей и научной общественности.

Безработица находится в тесной связи с процессами производства, распределения трудовых ресурсов, уровнем социально-экономического развития обществ, что неизбежно порождает негативные экономические последствия в виде снижения объема ВВП, снижения налогов, поступающих в бюджет государства, увеличения расходов на поддержку безработных, снижения жизненного уровня населения.

Самый высокий уровень безработицы в РФ наблюдался в 2000 г. – свыше 7 млн чел. имели официальный статус безработных. За период 2001-2007 гг. уровень безработицы в России постепенно снижался. Количество безработных россиян в период мирового кризиса 2008-2009 гг. возросло до 8,3%. После кризиса 2008-2009 гг. ситуация в РФ улучшилась и уже к августу 2012 года составила 5,2%. Для сравнения: в 2000 году нетрудоустроенные составляли 10,5% экономически активного населения, а между 2001 и 2009 годами эта цифра колебалась в пределах 6,5% ... 8,9%.

В 2010-2013 гг. в Российской Федерации показатель безработицы устойчиво снижается начиная с 2010 года по мере роста объемов ВВП, что может рассматриваться в качестве определенного достижения антикризисной макроэкономической политики, проводимой в Российской Федерации.

Общее число безработных россиян в 2014 г. снизилось до уровня 5,2%, что составило менее 4 млн чел. В мае 2014 года Росстат сообщил об очередном рекорде – 4,9% [2].

Начавшийся 2014 году кризис в России обострил ряд важных проблем, включая проблемы в сфере занятости. Была начата разработка программ по борьбе с безработицей в связи с ее ростом в начале 2015 года. Основой деятельности по преодолению безработицы стала разработка и поддержка программ профессиональной переподготовки, антикризисных программ занятости. Но уже в апреле-мае рост безработицы замедлился, что стало поводом для возникновения инициатив по сворачиванию дополнительных программ содействия трудоустройству и занятости. На сегодняшний день, по сведениям Росстата, в стране 4,6 млн безработных, или 6,0% от экономически активного населения [5].

Численность занятого населения в марте 2016 года:

– увеличилась по сравнению с февралем на 58 тыс. человек, или на 0,1%, по сравнению с мартом 2015 года:

– уменьшилась на 70 тыс. человек, или на 0,1%.

Численность безработных в марте 2016 года, по сравнению с февралем 2016 года:

– увеличилась на 137 тыс. человек, или на 3,1%, по сравнению с мартом 2015 г. – на 64 тыс. человек, или на 1,4%.

Одна из главных проблем современного рынка труда – структурная безработица. Ее причины:

– переизбыток предложения модных специальностей (юрист, экономист, бухгалтер и т.д.);

– недостаток квалифицированного рабочего персонала, технических и естественнонаучных специалистов;

– изменения в демографической структуре общества;

– отсутствие профессиональной подготовки специалистов;

– изменение географии распределения рабочих мест при низкой мобильности населения.

Структура российской безработицы следующая:

– доля женщин в марте 2016 г. составила 45,4%,

– городских жителей – 65,5%,

– молодежи до 25 лет – 21,6%,

– лиц, не имеющих опыта трудовой деятельности, – 23,2%.

Безработица городского и сельского населения характеризуется превышением уровня безработицы среди сельских жителей (8,8%) по сравнению с уровнем безработицы среди городских жителей (5,1%). В марте 2016 года это превышение составило 1,7 раза.

В марте 2016 года среди безработных доля лиц, оставивших прежнее место работы в связи с высвобождением или сокращением численности работников, ликвидацией организации или собственного дела, составила 18,9%, а в связи с увольнением по собственному желанию – 25,8% (в марте 2015 года – соответственно, 21,9% и 24,9%).

Самая многочисленная группа (21,6%) – молодежь до 25 лет.

Большинство лиц (38,7%) трудоустраиваются в течение трех месяцев. Однако 28,1% ищут себе место достаточно долго (это явление называется «застой») – год и более.

Наибольшая доля, 23,2%, приходится на безработных без опыта трудовой деятельности – человек без практических навыков неконкурентоспособен на рынке труда.

В Орловской области (по данным Управления труда и занятости Орловской области) к концу апреля 2016 года в государственных учреждениях службы занятости населения состояли на уче-

те 6,0 тыс. не занятых трудовой деятельностью граждан, из них 5,3 тыс. человек имели статус безработного, в том числе 4,6 тыс. человек получали пособие по безработице [4].

Уровень регистрируемой безработицы составил 1,4% численности рабочей силы (экономически активного населения).

Для решения проблем занятости и безработицы в России необходимо:

- проведение стабилизационной политики;
- создание дополнительных рабочих мест государством;
- усиление работы по созданию и сохранению рабочих мест;
- создание бирж труда и иных видов служб занятости;
- усовершенствование системы информационного обеспечения рынка труда;
- создание специальных информационных служб для рынка труда;
- поддержка государственных и частных служб, занимающихся переподготовкой и переквалификацией безработных;
- оказание содействия особым категориям граждан, которым наиболее трудно трудоустроиться;
- повышение качества обучения;
- организация стажировки выпускников вузов, ссузов, школ в целях приобретения опыта работы;
- обеспечение своевременной переподготовки кадров (повышение квалификации);
- проведение мер по усилению социальной защиты безработных во время прохождения обучения по направлениям служб занятости;
- опережающее профессиональное обучение работников в случае угрозы массового увольнения;
- организация общественных и временных работ;
- повышение мобильности населения – организация переезда в другую местность с целью временного (или постоянного) трудоустройства;
- содействие развитию малого предпринимательства, созданию собственного дела (самозанятость);
- социальная реабилитация слабо защищенных слоев населения [3].

Регулирование занятости населения и безработицы – одна из приоритетных задач, стоящих перед государством. Продуктивное социально-экономическое развитие страны непосредственно зависит от эффективного функционирования рынка труда. На современном экономическом этапе развития цель социально-экономической политики государства в сфере занятости – снижение уровня безработицы. Для достижения этой цели правительству и бизнесу необходимо прилагать усилия к реализации намеченных мер.

Список литературы:

1. Ефимова Л. А. Занятость и безработица в России // Региональная экономика. – 2015. – №20. – С. 14-22.
2. Капелюшников Р., Ощепков А. Российский рынок труда: парадоксы посткризисного развития // Вопросы экономики. – 2014. – №7. – С. 66-92.
3. Низова Л. М., Юртикова Н. В. Традиционные и нетрадиционные формы регулирования занятости населения // ЭКО. – 2015. – №7. – С. 136-145.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

Савин Валентин Федорович

*студент 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: savin_valentin@mail.ru*

Научный руководитель

Захаркина Наталья Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: natashazaharkina@mail.ru*

Ясакова А.В.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

В статье рассматриваются вопросы определения, формирования и использования инвестиционного потенциала организации. Показана сравнительная характеристика исследований инвестиционного потенциала, проведенных разными авторами.

Ключевые слова: инвестиции, потенциал, инвестиционная деятельность, инвестиционный потенциал.

Любая экономическая система характеризуется повышенной динамикой. Это, в свою очередь, требует от предприятия быстрой реакции на изменения, происходящие в экономической ситуации государства, способности изменять свои практические шаги. В условиях перехода к рынку у организаций появилась возможность самостоятельного определения таких шагов, которые направляют инвестиционную деятельность и помогают найти источники и средства на достижение поставленных целей. Следовательно, с этой стороны разумно рассматривать сущность и основные аспекты таких категорий, как инвестиции, потенциал и инвестиционный потенциал.

Потенциал – это совокупность средств и условий, которые необходимы для ведения, поддержания и сохранения чего-либо. В научной литературе потенциал определяют как возможность, наличные силы, которые можно пустить в использование. Кроме того, под потенциалом понимают степень мощности, скрытых возможностей в различном соотношении, совокупность средств, нужных для дальнейшей работы. В других источниках потенциал определяют как средства, запас, источник, который имеется в наличии и который может быть приведен в действие или использован для достижения конкретных целей, осуществления плана или решения определенных задач. Некоторые исследователи под потенциалом организации подразумевают все показатели и факторы, которые определяют его возможности, средства, запасы, способности, ресурсы, производственные резервы, которые могут быть использованы в будущем в хозяйстве [2].

К особенностям потенциала предприятия относят его вероятностный характер, так как величина потенциала зависит и от «слабого звена» – менее развитой его составляющей, и от изменения в качестве, пропорций ресурсов, условий среды, в которой действует предприятие.

Инвестиция представляет собой вклад капитала с целью последующего его роста при положительном производственном и социальном эффекте долголетнего хозяйственного оборота капитала.

Согласно Л.М. Чистову, инвестиции – это капитальные вложения, которые выступают как процесс создания с помощью использования капитала новых объектов (модернизации, реконструкции существующих объектов). Эти объекты могут производить определенную продукцию и услуги. Другими словами, инвестиция – это материализация идеи для создания новых объектов, которые способны производить в большем объеме продукцию или повышать качество [3]. Процесс инвестирования можно отличить от процесса кредитования. По сути, это почти одинаковые процессы, но их различие состоит в степени риска: при инвестировании риск значительно больше, так как инвестиции возвращают только из прибыльного проекта, а кредит и процент нужно вернуть в указанные сроки независимо от прибыльности проекта. Опираясь на такие определения, можно сформулировать понятие инвестиционного потенциала организации, более полно и точно отразить его сущность.

Е.Б. Стародубцева, Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский под инвестиционным потенциалом понимают суммарную способность экономики организации осуществить производственно-хозяйственную деятельность, выпустить продукцию, удовлетворить общественные потребности, которые определяются используемыми природными ресурсами, трудовым, научно-техническим потенциалом, накопленным капиталом.

В.В. Ковалев рассматривает инвестиционный потенциал как способность предприятия достигать поставленные перед ним цели, используя имеющиеся у него материальные, трудовые и финансовые ресурсы. Он определяет две стороны инвестиционного потенциала: имущественный потенциал предприятия и его финансовое положение [1].

Инвестиционный потенциал организации – это возможность реализации комплексов инвестиционных мер, которые относятся к формированию дополнительных финансовых потоков с помощью мобилизации существующих ресурсов с целью увеличения стоимости объекта инвестирования. Также их используют для создания инвестиционных портфелей, осуществления инвестиционных проектов

или отдельных инвестиционных операций. Формируют инвестиционный потенциал с помощью постепенного накопления инвестиционных возможностей, которые предприятию нельзя реализовать сразу.

С точки зрения стратегического и оперативного управления стоимостью бизнеса имущественный потенциал включает в себе несколько ключевых свойств:

1. Изменение стоимости имущественного потенциала прямо связано с созданием или разрушением стоимости бизнеса.

2. Имущественный потенциал представляет собой технико-экономическую категорию, которая используется в стратегическом планировании.

3. Качество имущественного потенциала определяют его производственной и технологической емкостью, т.е. способностью в указанный период времени организовать выпуск нужного вида продукции определенного качества с использованием указанной технологии. Чем лучше способность имущественного потенциала подстраиваться под обновленные технологии производства и оптимизировать объем выпуска, тем выше его цена.

4. Стоимость имущественного потенциала, наряду со сформированными денежными потоками, – это определяющий критерий рыночной стоимости бизнеса в нынешних условиях.

5. Управление имущественным потенциалом лучше осуществлять на стоимостной основе в рамках самостоятельной стратегии предприятия. С учетом этих свойств возникает потребность анализа, планирования и контроля развития существующего имущественного комплекса, который воплощен в единую функциональную стратегию.

На базе инвестиционного потенциала образуется инвестиционная привлекательность предприятия – это показатель, базирующийся на расчетах соотношений инвестиционного риска от вложений в организацию и инвестиционного потенциала организации. Получается, что он отображает меру, базируясь на фактическом положении и развитии предприятий в будущем; на рисках, которые связаны с инвестированием и компенсируются доходами. В экономической литературе инвестиционный потенциал представляют как элемент производственного и экономического потенциала организации. В процессе хозяйственной деятельности производства и накопления ресурсов формируют его инвестиционный потенциал. С одной стороны, он представляет результат эффективного использования возможностей предприятия, а с другой – фактор его последующего развития. В свою очередь, инвестиционный потенциал территории складывается под влиянием следующих групп факторов, которые можно классифицировать по следующим признакам: наличие инвестиционных ресурсов, эффективность факторов, степень изменчивости.

Таким образом, воздействуя на группы факторов, можно изменить общий инвестиционный потенциал территории. Кроме того, неблагоприятные неизменяемые факторы совсем не означают того, что территория не может стать инвестиционно-привлекательной. Инвестиционная привлекательность независима от значения неизменных факторов в том случае, если изменяемые факторы улучшаются. Следовательно, в основе инвестиционной политики территории должны лежать методы воздействия на изменяемые факторы.

К сожалению, это воздействие осложняется тем, что со времен тотального огосударствления в понимании этих проблем сохранилась масса заблуждений. Одним из них является представление о том, что основу экономического потенциала составляют основные фонды, т.е. здания, сооружения. Однако в постиндустриальном обществе, в котором мы сегодня живем, собственность, не способная приносить доход или удовлетворять потребности общества, имеет нулевую стоимость.

Таким образом, можно утверждать, что инвестиционный потенциал предприятия рассматривают как вложение средств в материально-вещественные и собственные факторы производства, чтобы обеспечить условия нормального процесса производства организации. Все это делается для получения прибыли организацией. Это содержит в себе противоречия современного экономического становления и развития предприятия и в то же время характеризует содержательные характеристики нынешнего инвестиционного процесса: сочетание рыночных, конкурентных и государственных механизмов, стоимостной и натурально-вещественной формы движения инвестиций, большое количество источников инвестирования и другое.

В статье приведен анализ разнообразных способов определения понятия инвестиционного потенциала (ИП) и методов его оценки. На основе проведенного анализа можно утверждать, что любое из вышеописанных определений имеет свои плюсы и минусы. Но выделить лучший подход к оценке инвестиционного потенциала организации на сегодняшний день, к сожалению, нельзя. Выбор метода находится в полной зависимости от целей, оценок, размера организации, доступности нужной информации и многого другого. Однако итоги работы должны способствовать эффективному управлению инвестиционной деятельностью и поддержанию предприятия на конкурентоспособном уровне.

Список литературы:

1. Гукова А.В., Егоров А.Ю. Инвестиционный капитал предприятия. – М.: Кнорус, 2014. – 276 с.
2. Инвестиционные вложения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m217/10_2.htm.
3. Ревуцкий Л.Д. Производственная мощность, продуктивность и экономическая активность предприятия. Оценка, управленческий учёт и контроль. – М.: Перспектива, 2012. – 240 с.
4. Ревуцкий Л.Д. Уточнённая формула для определения экономически справедливой рыночной стоимости предприятий // Вопросы оценки. – 2014. – №4. – С. 38-42.

Ясакова Анастасия Викторовна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: 6nastya95@mail.ru

Научный руководитель

Арманишина Гульнара Рамильевна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

УДК 334.7:346.26

Тюрюканов А.В.

БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СУЩНОСТЬ, ОБЩИЕ ЧЕРТЫ И РАЗЛИЧИЕ

В данной статье рассматривается сущность понятия «предпринимательство» как части концепции бизнеса и отождествляющей его единицы. Для реализации данной цели проведен анализ теории предпринимательства и изучение термина с точки зрения понятия экономической деятельности. Развитие бизнеса зависит от успешности реализации идей предпринимательской деятельности, поэтому современное понятие «предпринимательство» можно рассматривать как способ снижения риска экономической нестабильности в условиях современных рыночных отношений.

Ключевые слова: бизнес, предпринимательство, прибыль, факторы риска.

Современная экономика отождествляет понятия «бизнес» и «предпринимательство». Термин «предпринимательство» был введен Ж.Б. Сэмом и обозначал самостоятельную экономическую деятельность, которая направлена на получение прибыли из развития собственного дела. Экономические исследования побуждают воспринимать понятие «предпринимательство» как сферу деятельности, направленную на получение прибыли от новаторства в производстве. Функция предпринимательства заключается в извлечении максимальной прибыли, несмотря на высокие факторы риска.

Бизнес и предпринимательство – главные аспекты развития рыночной экономики. Различие между этими понятиями заключается в том, что предпринимательство устанавливает темпы экономического развития и структуру ВВП, в то время как бизнес формирует спрос на продукцию и услуги. Предпринимательство более узкое понятие, поскольку предпринимательская деятельность – это форма отношений между субъектами рыночной экономики, где каждый субъект ведет свою деятельность самостоятельно под своей ответственностью.

На сегодняшний день предпринимательство является важнейшим фактором продуктивного развития экономики. В предпринимательской деятельности особую роль играют субъекты, от инициативности и творческого подхода которых зависит потенциальный и фактический доход. Субъекты предпринимательской деятельности создают тенденцию к развитию конкуренции на мировом рынке и участвуют в становлении целостного механизма бизнеса и экономики страны в целом. Цель современного предпринимательства заключается в освоении новых перспективных сфер деятельности и модернизации структур, стабильно приносящих доход, но требующих инновационных методов реконструкции.

Согласно данным статистического отчета Минэкономразвития, на сегодняшний день в предпринимательской деятельности на территории РФ задействовано 1,5 млн малых предприятий и 4,2 млн частных предпринимателей. Предпринимательские структуры увеличивают свою числен-

ность, поскольку поддерживаются государственными программами, направленными на развитие предпринимательской деятельности. Согласно Федеральному закону №294-ФЗ, все субъекты предпринимательской деятельности имеют право на защиту при проверке муниципальных и государственных представителей контроля. Лояльные условия для ведения малой и средней предпринимательской деятельности обусловлены огромными возможностями, которые черпает рыночная экономика из их деятельности.

Резервы развития малых предприятий еще не реализованы в достаточной мере. Этот сектор экономики не заручился достаточной государственной поддержкой, и инвестиции в эту отрасль минимальны. Несмотря на это, по данным, полученным из Национального института системных исследований проблем предпринимательства, наблюдается тенденция к расширению сфер предпринимательской деятельности и увеличению численности предпринимателей.

На данном этапе развития предпринимательства намечаются сложности с ранжированием малого бизнеса и предпринимательства в РФ. Динамика развития инновационной деятельности усложняет восприятие предпринимательства как отдельной, структурированной, обильной и динамично развивающейся единицы рыночной экономики. Намечается тенденция к созданию широкого рынка предпринимательских структур. Это обусловлено поддержкой деятельности бизнеса и предпринимательской деятельности на региональном уровне Федеральным законом №381-ФЗ о регуляции торговой деятельности на территории РФ.

Отличительной чертой предпринимательской деятельности является новаторство. Предпринимательство на современном этапе развития в России представляет собой стратегический ресурс, обеспечивающий стабильное экономическое развитие. Рассматривать предпринимательство можно как отдельный сектор рыночной экономики, который удовлетворяет потребности всех сфер экономической деятельности и покрывает недостаток прибыли, поскольку имеет влияние на локальный рынок. На сегодняшний день в России 20% ВВП приходится на предпринимательскую деятельность.

Для реализации стратегической цели, заявленной государственной политикой как «Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ» сроком до 2020 года, Россия должна войти в пятерку лидирующих стран по ВВП, что требует введения инновационных путей экономического развития. Для реализации данной цели в условиях глобальной конкуренции необходимо повысить предпринимательскую инициативу индивидуальных предпринимателей. Частная предпринимательская деятельность является движущей силой экономического развития. Тем не менее, существует риск развития экономической нестабильности в силу неплатежеспособности населения и недостаточного финансирования данной области. Избежать предпринимателям этой проблемы можно в том случае, если развивать свою деятельность в нескольких направлениях. Для этого необходимо создать оптимальные условия для сотрудничества предпринимателей на локальном рынке. Это позволит создать прочный инвестиционный климат на макроэкономическом уровне.

Важным аспектом развития предпринимательства для России является улучшение качества предпринимательской среды. Под этим следует понимать предпринимательскую грамотность, инициативность, рискованность и образованность предпринимательского контингента. Согласно ст. 4 Федерального закона №209-ФЗ, субъектами предпринимательской деятельности являются юридические и физические лица, чья деятельность внесена в единый реестр. То есть, предпринимательской деятельностью может заниматься тот, кто имеет желание и ресурсы для этой деятельности.

По данным Федеральной службы государственной статистики, на сегодняшний день:

– Численность фактически действующих индивидуальных предпринимателей по отдельным видам экономической деятельности по Российской Федерации за прошлый год составляет 2413 тысяч человек.

– Объем выручки (с учетом налогов и аналогичных обязательных платежей) от продажи товаров, продукции, работ и услуг по отдельным видам экономической деятельности по Российской Федерации за прошлый год составляет 10447470 млн рублей.

– Численность занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности по отдельным видам экономической деятельности по Российской Федерации за прошлый год составляет 5645 тысяч человек.

Прогнозируемый рост предпринимательской деятельности на следующий год составляет 156%, по данным Федеральной службы государственной статистики. Исходя из этих данных, можно сказать, что доля отечественного ВВП на мировом рынке вырастет на 15%.

Основными проблемами, с которыми на данный момент сталкиваются предпринимательские структуры, являются:

1. Изъяны законодательной базы, ее нестабильность и пробелы в обеспечении равенства

правовых гарантий защиты частной собственности, противоречивость Федеральных законов.

2. Превышение ставок налогообложений.
3. Отсутствие лояльных условий в кредитно-финансовой системе.
4. Наличие угроз предпринимательской деятельности и отсутствие их законного противодействия.
5. Ненадежность государственной поддержки деятельности предпринимателей.
6. Отсутствие условий инфраструктурной конкуренции на отечественном и международном рынках.

Для усовершенствования рыночной экономики России важно поддерживать предпринимательскую деятельность законодательно, чтобы избежать нелегальной деятельности со стороны предпринимателей. Также необходимо повысить профессиональную компетентность предпринимателей, поскольку их образованность важна для ведения предпринимательской деятельности на международном уровне, чтобы обеспечить достойную конкуренцию. Не менее важным является контроль финансовых расходов, направленных на развитие предпринимательской деятельности.

Предпринимательство – это гибкая единица рыночной экономики, которая позволяет вывести экономику на качественно новый уровень. Таким образом, предпринимательская деятельность является неотъемлемой частью бизнеса и важным компонентом развития экономики.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.
2. Игнатова И.В. Предпринимательство и бизнес: терминологическая дифференциация [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Науковедение». – 2014. – №6. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/63EVN614.pdf>.
3. О предпринимательской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/.
4. Симонова Е.В. Инновации как основа экономического развития России // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2014. – №7. – С. 7-12.
5. Симонова Е.В. Формы и механизмы социально-экономического партнерства между бизнесом и государством // Теоретические и прикладные вопросы экономики сферы услуг. – 2014. – №8. – С. 46-50.
6. Симонова Е.В. Формы интеграции малого, среднего и крупного бизнеса: проблемы развития // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 335-340.
7. Симонова Е.В. Основные качества предпринимателя // Вестник экономической интеграции. – 2008. – №1. – С. 127-128.

Тюрюканов Андрей Викторович

студент 1 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Научный руководитель

Симонова Евгения Владимировна

к.э.н., доцент кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: jezzi@mail.ru

УДК 336.748.12

Крылова А.В., Димитрова Е.В.

ИНФЛЯЦИЯ В РОССИИ

В статье рассмотрены причины инфляции в Российской Федерации, прогнозы отечественных и зарубежных аналитиков, а также пути решения данной проблемы, которая влияет на все стороны жизнедеятельности общества, государства, на экономику страны в целом и может стать своеобразным барьером на пути страны к экономическому росту.

Ключевые слова: инфляция, экономический рост, безработица, денежно-кредитная политика.

В 2015 году совершенно любой гражданин РФ почувствовал на себе последствия экономического кризиса. Падение рубля, западные санкции, падение стоимости нефти вторглись в жизнь простых граждан. Это проявлялось в достаточно высоких ценах, снижении реальных доходов, безработице и страхе за будущее. Немало людей надеется на то, что проблемы экономики, а особенно инфляция, остались в прошлом 2015 году, а нынешний год проведут, как и обещают политики, наблюдая за постепенным финансовым расцветом страны. Но, так ли это на самом деле [2]?

Инфляция – это тенденция длительного и устойчивого повышения общего уровня цен и соответствующего обесценивания денег, вызванного увеличением их количества по отношению к массе товаров и услуг, включая факторы производства. Актуальность данной проблемы приводит к необходимости анализа уровня инфляции, причин, побудивших ее, для выработки ряда мер, способствующих стабилизации.

Вопросы роста цен и обесценивания денег всегда находились в центре внимания исследователей, о них написаны сотни работ. Исследованию процессов инфляции в России посвятили свои работы авторы: В.А. Дроздов, А. Аникин, Л.Н. Красавина, В.В. Новожилов и др. Тем не менее в научной литературе уделено недостаточно внимания анализу статистических показателей инфляции.

В 2016 году Россия занимает 12 место по уровню инфляции в мире. Факторы, порождающие инфляцию в России, различны, и важно учитывать влияние каждого из них, оценивая его последствия. Рассмотрим наиболее значимые и общие причины инфляции в России [1].

Одна из главнейших причин инфляции – это объем денежной массы в обращении. Вследствие того, что увеличивается объем денежной массы в обращении, повышается платежеспособный спрос, в результате растет уровень цен на товары.

Следующей причиной инфляции являются случаи повышения цен на электроэнергию, железнодорожные перевозки, газ, коммунальные услуги, которые ведут к увеличению затрат на производство продукции обрабатывающих производств.

В стране с открытой экономикой нередко сближаются внутренние и мировые цены. В итоге появляется постепенный рост внутренних цен в России. Это и есть инфляция.

Вопросы управления инфляцией являются одними из сложных вопросов в экономической политике. Есть разные методы, с помощью которых можно влиять на уровень инфляции. Но прежде чем применять эти методы, нужно проводить анализ прошлых лет, опираясь на статистические факты и оценивая последствия этих фактов.

Отечественные аналитики Центрального банка РФ предполагают, что инфляция в 2016 году доберется до отметки в 8%, но не превысит ее. Похожие прогнозы делают и эксперты из Росстата, а также Министерства экономики и развития. Специалисты этих кругов уверяют, что обесценивание валюты немного замедлит свой темп. Благодаря этому инфляция составит не более 7-8%. Но прогнозы Правительства об уровне инфляции не оправдались ни в 2014, ни в 2015 году. Реальные цифры оказались примерно в 1,5 раза выше, чем было обещано.

Аналитики из западных стран оценивают экономику РФ более реалистично, чем наши специалисты. По данным Международного валютного фонда, обесценивание валюты в 2016 году достигнет 10%. Этот показатель (а также множество других факторов) делают экономический рост страны невозможным. В связи с этим, инфляция в следующем году останется на прежнем уровне [3].

По прогнозам британского агентства «Morgan Stanley», экономику страны в 2016 году будут сопровождать следующие факторы:

- Инфляционные процессы. Ускорителем сложившейся ситуации стала растущая инфляция. Она привела к падению доходов, и в ближайшем будущем значительных улучшений не приходится ждать. Если в январе 2015 года рост цен перешагнул рекордную отметку 1998 года (3,9%), то к концу 2015 цены возросли на 20%. Компетентные лица прогнозируют вершину инфляции на 2016 год.

- Зарплаты не повышаются. Еще одним нежелательным явлением является снижение роста номинальных зарплат (согласно официальной статистике, на 6%). Это может провоцировать задержку выплат во всех регионах России. А это, в свою очередь, еще больше снизит уровень средней зарплаты. Наступивший кризис не ограничится годом или двумя. Если верить прогнозам специалистов Минэкономразвития, то российская экономика только к 2018 году сможет перейти к стадии прогрессии. Только после этого уровень некоторых зарплат перешагнет прожиточный минимум. Но многое будет зависеть также от повышения цен на нефть и от отмены санкций. Если внешние факторы будут неблагоприятными, темпы роста инфляции снизить не удастся [4].

- Уровень бизнеса достиг дна. Не остались в стороне от кризиса и представители малого и среднего бизнеса. Государственных мер, которые направлены на их поддержание, оказалось мало. Количество разорившихся бизнесменов составило одну пятую от общего числа, а доходы остальных с

трудом позволяют выйти в ноль. К сожалению, численность частных предпринимателей в 2016 году будет снижаться.

– Индексация не покрывает инфляцию. Пенсии, социальные выплаты и зарплаты индексируются по условному проценту инфляции, который почти в два раза ниже реального. Напомним, что Правительством России принято решение индексировать в 2016 году выплаты из бюджета на 7%, хотя уже сейчас необходима индексация в 11,2%. С увеличивающимся уровнем инфляции пропасть между инфляцией и индексацией будет только увеличиваться. Это приведет большинство россиян к нищенской жизни.

– Повышение уровня безработицы. Компании желают сэкономить и любыми способами остаться на плаву. К концу 2015 года сокращения штатов приняли характер тотальной тенденции. Уровень безработицы, согласно Федеральной службе статистики, равен 5,9%. Выпускники вузов России в 2016 году столкнутся с проблемой трудоустройства, потому что заметно уменьшилось число открытых вакансий, сократилась трудовая миграция населения (люди боятся менять работу).

Прогнозы разных кругов по поводу инфляции 2016 года в России отличаются разными данными. Однако почти все эксперты предполагают, что уровень инфляции не превысит предыдущие 12%, а обесценивание валюты будет не настолько существенным, как в 2015 году.

В целях снижения инфляции необходимо дальнейшее совершенствование основных направлений единой государственной денежно-кредитной политики. При осуществлении денежно-кредитной политики применяются такие технологии борьбы с инфляцией, как девальвация и переоценка национальной валюты, аннулирование, модифицирование последовательности выдачи денежной массы, восстановление национальной валюты [5].

В критериях антиинфляционной политики правительством могут применяться монетарные и фискальные устройства и политика доходов. На основе анализа причин инфляции и статистических данных можно выделить необходимые меры антиинфляционной политики:

- контроль денежной эмиссии;
- ограничение роста цен на продукцию естественных монополий и тарифов на услуги ЖКХ;
- повышение объема инвестиций в производственные технологии и инфраструктуру для модернизации экономики;
- обеспечение денежного предложения в соответствии с реальным денежным спросом хозяйственного оборота.

Таким образом, одной из основных задач на 2016 год остается снизить темпы роста инфляции, чтобы предотвратить рост цен, стабилизировать экономику и не допустить кризисной ситуации. Для этого государство должно продолжать антиинфляционную политику. Необходимо разработать долгосрочную программу по снижению темпов инфляции. Она должна основываться на методах государственного и рыночного регулирования в целях согласования частнохозяйственных и общенациональных интересов. Это обеспечит создание условий укрепления и стабилизации экономики на долгосрочную перспективу и будет препятствовать росту темпов инфляции.

В заключение можно сказать, что инфляция – это сложное противоречивое явление, которое имеет негативные последствия. Без снижения ее уровня невозможно достичь экономического процветания России. Снижение темпа инфляции необходимо для того, чтобы укрепить финансовую систему РФ, чтобы сделать устойчивой и конкурентоспособной банковскую систему. Именно поэтому в наши дни государство применяет разные меры по остановке и стабилизации инфляции.

Из-за сохранения санкций, усиления геополитической обстановки в мире, снизившихся цен на нефть бороться с инфляцией будет сложно, и, по прогнозам аналитиков, эти проблемы не будут решены в ближайшие месяцы. Поэтому население должно быть готово к этим сложностям, а государству необходимо проводить политику стабилизации экономики, не допускать дестабилизации курса рубля, продолжать работу по импортозамещению, искать новые рынки сбыта и поддерживать внешнеторговые связи.

Список литературы:

1. Давыдова Л.В., Ильминская С.А. Оценка инвестиционной привлекательности региона // Финансы и кредит. – 2013. – № 11 (539). – С. 30-35.
2. Егорова Т.Н., Шманев С.В. Предпринимательская деятельность и связанные с ней риски (системно-синергетический подход) // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – № 2 (20). – С. 8-16.
3. Красавина Л.Н. Актуальные проблемы инфляции и ее регулирования в России: системный подход // Деньги и кредит. – 2011. – №3. – С. 19-28.
4. Кризис в России: Уровень жизни в России в 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://krizisrussia.ru/novosti/uroven-zhizni-v-rossii-v-2016-statistika-i-prognozy.html>.

5. Прогнозы аналитиков об инфляции в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bs-life.ru/makroekonomika/inflyaciya2016.html>.
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.
7. Фетисов Г.Г. Монетарная политика и развитие денежно-кредитной системы России в условиях глобализации. Национальный и региональные аспекты. – М.: Экономика, 2006. – 512 с.

Крылова Анна Викторовна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: annacofiy@mail.ru

Димитрова Екатерина Викторовна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: dimitrova-katerina@mail.ru

УДК 005.311.6

Сусло Е.А., Жаворонков А.А.

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Каждый человек постоянно ставит перед собой определенные задачи и решает их в определенных условиях сроки. Применение основных методов принятия решений так же, как и обмен информацией, – составная часть любой управленческой функции. Необходимость применения методов принятия решений возникает на всех этапах процесса управления и связана со всеми участками и аспектами управленческой деятельности. Процесс принятия решений довольно точно отражает реальные проблемы, отношения и связи, сложившиеся в организации, а непрерывная последовательность решений характеризует непрерывность процесса управления.

Ключевые слова: методы решения, социально-экономические проблемы, платежная матрица, дерево решений, прогнозирование.

Каждый день мы сталкиваемся с различными видами задач, будь то жизненная ситуация или же решение конкретного вопроса на определенной должности, и каждый день нам необходимо правильное, взвешенное решение этих задач. Принятие решений – это основная часть работы любого человека, в какой бы сфере он не работал. Поэтому понимание всей специфики принятия решений, правильное применение методов играет весомую роль в эффективной работе любого менеджера. Суть каждого принимаемого руководством решения – это выбор лучшей из нескольких представленных альтернатив по конкретным критериям.

В настоящее время все меньше полагаются на опыт, интуицию и здравый смысл, а все больше обращаются к точному анализу проблемы, расчету и построению моделей.

При принятии решения существуют два типа правил. Один из типов не предполагает численного значения исхода, в то время как другой задействует данное значение. К первому типу относятся такие решения, как:

- максимаксное решение – данный метод самый рискованный, так как он не учитывает все возможные потери, здесь решение принимается по максимизации максимально возможных доходов.
- максиминное решение – это более осторожный подход к принятию решения, здесь учитываются все возможные потери и риски

Ко второму типу относятся решения, при которых, кроме доходов и потерь, учитываются вероятности любого результата [1]. К такому типу относятся решения, например, правило максимальной вероятности и правило оптимизации математического ожидания. Когда применяют правило максимальной вероятности, выбирается по одному из правил первого типа, один из результатов, имеющих максимальную вероятность. Когда применяют правило оптимизации математического ожидания, вычисляются математические ожидания для доходов и потерь, далее выбирают уже самый оптимальный вариант.

Для проверки отношения к риску используется такое понятие, как определение полезности. Это значит, что для каждого всевозможного результата, помимо вероятности, рассчитывается еще и полезность определенного результата, которая также учитывается при принятии решения.

Зная правила принятия решения, можно применять определенные методы, такие как платежная матрица, дерево решений, методы прогнозирования.

Платежная матрица – это один из методов статистической теории решений, метод, который способен помочь менеджеру в выборе одного из нескольких вариантов [2]. Этот метод будет важным, когда менеджеру требуется установить, какая стратегия будет более эффективна для достижения целей. Платеж – денежное вознаграждение или полезность, являющиеся следствием основной стратегии в связи с конкретными обстоятельствами.

Платежи, представленные в форме таблицы (или матрицы), и будут представлять собой платежную матрицу. Слова «в связи с конкретными обстоятельствами» очень важны, для того чтобы понять, когда можно применить метод платежная матрица и оценить, когда решение, принятое на основе ее, будет стойким и уверенным. В общепринятом виде матрица будет означать, что платежи зависят от определенного рода событий, которые совершаются по факту. Если же такое событие или состояние природы не происходит на деле, следовательно, платеж будет другим [3]. В общем, платежная матрица полезна, когда:

- присутствует разумно ограниченное число альтернатив или вариантов стратегии для выбора из них;
- неизвестно то, что может случиться наверняка;
- итоги конечного, принятого решения зависят от выбранной альтернативы и от событий, которые на самом деле имеют место.

Руководитель обязан реально оценивать вероятность событий и правильно вести расчет вероятности этих событий [4]. Чем качественнее руководитель определит внешние и внутренние условия, применяемые к будущему, тем будут ощутимо выше шансы на формирование осуществимых планов.

Следующий метод – это метод дерева решений. Это метод науки управления, при котором схематично представляют проблемы принятия решений. Такой метод применяется для выбора лучшего совершения действий из представленных на дереве вариантов. Применяя дерево решений, руководителю можно рассчитать итог каждой альтернативы и выбрать самую оптимальную последовательность действий. Итог альтернативы рассчитывается следующим образом: умножением ожидаемого результата на вероятность, далее суммируются произведения, находящихся правее на дереве решений [5].

Как и платежная матрица, метод дерева решений дает возможность учитывать разные способы действий, соотнести с ними финансовые результаты, распределить их в соответствии с приписанной им вероятностью, а затем сравнить альтернативы. Принцип ожидаемого значения является частью метода дерева решений. Дерево решений можно строить под самые сложные ситуации, например, когда итог одного решения будет влиять на все последующие принимаемые решения. Таким образом, метод дерева решений – это очень даже полезный способ для принятия последовательных решений.

Метод прогнозирования – это метод, в котором используется как собранный опыт, так и нынешние варианты насчет будущего с целью его определения. Экономические прогнозы применяются для прогнозирования общего состояния экономики и объема сбыта для определенной компании или по конкретному продукту.

Прогнозы развития технологии помогают предположить, какие разработки новейших технологий следует ждать, в какое время это может случиться, насколько экономически выгодны они будут [1].

Прогнозы совершенствования конкуренции помогают предсказывать стратегию и тактику конкурентов.

Прогнозы на основе опросов и исследований предполагают, что произойдет в сложных ситуациях, ориентируясь на источники во многих областях. Например, будущий рынок автомобилей можно расценивать с учетом нынешнего изменения состояния экономики, общественных ценностей, политической обстановки, технологии и стандартов по защите окружающей среды от загрязнений [1].

Отличают социальное прогнозирование, которым в настоящее время занимается всего несколько крупных организаций, оно используется для предупреждения изменений в социальных нормах людей и состояния общества. Существуют некие методы прогнозирования – это неформальные методы, количественные, качественные. К неформальным методам можно отнести следующее:

1) Вербальная информация (сюда входит информация СМИ, информация от покупателей, поставщиков, самих конкурентов, на торговых сборах, в профессиональных организациях, от юристов, бухгалтеров, финансовых ревизоров и консультантов). Эта информация включает в себя все самые важные факторы внешнего круга, представляющее особый интерес для любой компании. Такую информацию очень легко получить, и в большей степени именно она является наиболее востребованной. Но бывает и такое, когда полученные данные оказываются неточными либо устаревшими [6]. Когда это происходит, и руководители используют не точную информацию для формирования целей организации, количество проблем при осуществлении целей может негативно сказаться на дальнейшей работе компании.

2) Печатная информация (газеты, журналы торговли, информационные бюллетени, профессиональные источники и годовые отчеты. Такая информация легко доступна, но она имеет тот же недостаток, что и вербальная информация. Она может быть устаревшей и не особо раскрывающей всю суть.

3) Промышленный шпионаж (в некоторых случаях он считается довольно успешным способом сбора информации, например, о движениях конкурентов, и эти же данные далее идут в ход использования для рассмотрения и обновления целей организации). По этой причине руководителям организаций рекомендуется защищать свои данные, имеющие статус их интеллектуальной собственности [5].

Также существуют два метода количественного прогнозирования. Количественное прогнозирование – это анализ временных рядов и каузальное (причинно-следственное) моделирование. Первый метод – это когда можно считать, что определенная деятельность в прошлом имела ряд факторов, которые можно реализовать в будущем. И второй метод – это когда существующей информации достаточно для выяснения статистически правдивых тенденций или зависимостей [2]. Руководитель обязан знать, как использовать правильно количественное прогнозирование, и помнить, что выгодно принятое и эффективное решение должно перекрывать расходы на совершение моделирования.

Анализ временных рядов – это метод получения образцов и тенденций прошлого и продвижение их в будущее. Данный метод анализа постоянно используется для оценки спроса на товары и услуги, оценивает потребности в запасах, прогнозирования структуры сбыта, характеризующегося сезонными колебаниями или потребности в кадровых специалистах [4].

Каузальное (причинно-следственное) моделирование – это более хитрый и математически трудный количественный метод прогнозирования из числа применяемых в настоящее время. Это попытка спрогнозировать то, что произойдет в определенных ситуациях путем изучения статистической зависимости между видимыми факторами и другими переменными. Данный метод прогнозирования применяется в ситуациях с более чем одной переменной. В случае если количества данных не хватает, или руководство не может разобраться с таким сложным методом, или когда количественная модель получается ощутимо дорогой, руководство может перейти к качественным моделям прогнозирования. При таких моделях прогнозирование будущего выполняется уже экспертами.

Таким образом, решение – это выбор альтернативы. Принятие решений – процесс, необходимый для выполнения любой управленческой функции, задачи в любой организации. Менеджер своими решениями может повлиять на судьбу большого количества людей и организаций. При принятии любого решения современный менеджер должен грамотно использовать различные методы принятия решений; брать в основу среду принятия решений и риски; знать и уметь применять различные модели и методы прогнозирования для принятия решений.

Список литературы:

1. Аристов С.А. Многофункциональные имитационные системы поддержки принятия решений в управлении предприятием. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 352 с.
2. Баллод Б.А., Елизарова Н.Н. Методы и алгоритмы принятия решений в экономике: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 225 с.
3. Балаганский И.А. Прикладной системный анализ: учебное пособие. – Новосибирск: НГТУ, 2013. – 120 с.
4. Горелов В.И., Карелова О.Л., Ледащева Т.Н. Системное моделирование в социально-экономической сфере: монография. – М.: Логос, 2012. – 158 с.
5. Доррер Г.А. Теория принятия решений: учебное пособие для студентов направления 230100.62 – Информатика и вычислительная техника. – Красноярск: СибГТУ, 2013. – 180 с.
6. Лисьев Г.А., Попова И.В. Технологии поддержки принятия решений: учебное пособие. – 2-е изд., стереотип. – М.: Флинта, 2011. – 133 с.

Суло Екатерина Александровна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: 79611000350@yandex.ru*

Жаворонков Александр Александрович

*студент 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: javr@bk.ru*

Научный руководитель

Захаркина Наталья Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: natashazaharkina@mail.ru*

Фролова А.А.

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современных условиях экономики многие предприятия находятся на грани банкротства. Чтобы вывести предприятие из неплатежеспособного состояния необходимо применить грамотное антикризисное управление. Антикризисное управление особенно актуально в нашей стране в связи с экономической ситуацией и влиянием происходящих политических событий.

Ключевые слова: кризисное состояние, неплатежеспособность, финансовое оздоровление, реорганизация, ликвидация.

Риск неотъемлемая часть предпринимательской деятельности. Принятие риска и как его следствие – возможность наступления кризисного состояния – это основа любой деятельности, будь то производственная, финансовая или иная деятельность. Кризисное состояние проявляется в невозможности предприятием добиваться своей основной цели – получение прибыли за счет имеющихся у него ресурсов.

По мнению Давыдовой Л.В. и Ильминской С.А. кризис – это перемена экономического состояния, переход от стабильности к разбалансированности всей цепочки воспроизводства, обусловленного внутренними и внешними факторами объективного и субъективного порядка» [3, с. 165].

Факторы, которые могут привести предприятие в кризисное состояние подразделяются на внутренние и внешние. Оценка внутренних причин кризиса организаций свидетельствует о том, что их может быть большое количество: от низкой юридической и социальной ответственности собственников до неэффективного менеджмента (рисунок 1).



Рисунок 1 – Кризис компании: причинно-следственные связи

Представленные на рисунке внутренние причины обусловлены в большей степени именно низкоэффективным менеджментом. Варианты возможных внутренних факторов кризисного состояния представлены на рисунке 2.

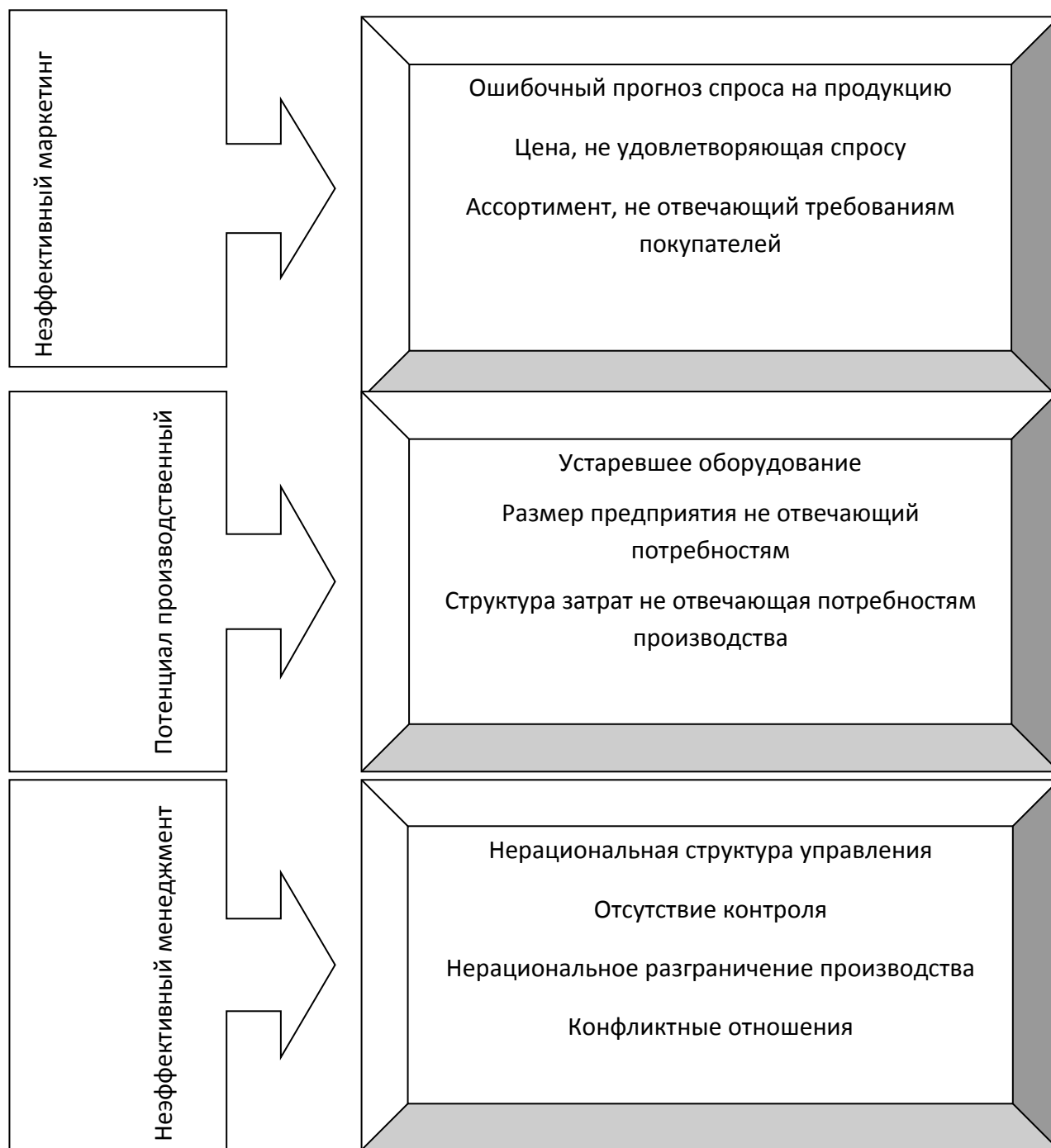


Рисунок 2 – Основные внутренние факторы, определяющие кризисное развитие

Внешние факторы кризисного состояния обусловлены наличием проблем в нижеследующих аспектах общественной жизни:

- а) рыночные факторы, отражающие негативные тенденции в развитии экономики отраслей и рынков;
- б) прочие внешние факторы, которые связаны со спецификой деятельности предприятия;
- в) общемировые факторы развития страны, включающие политическую обстановку, имидж страны как партнера, инвестиционный климат и т.д.

Основные внешние факторы представлены на рисунке 3.

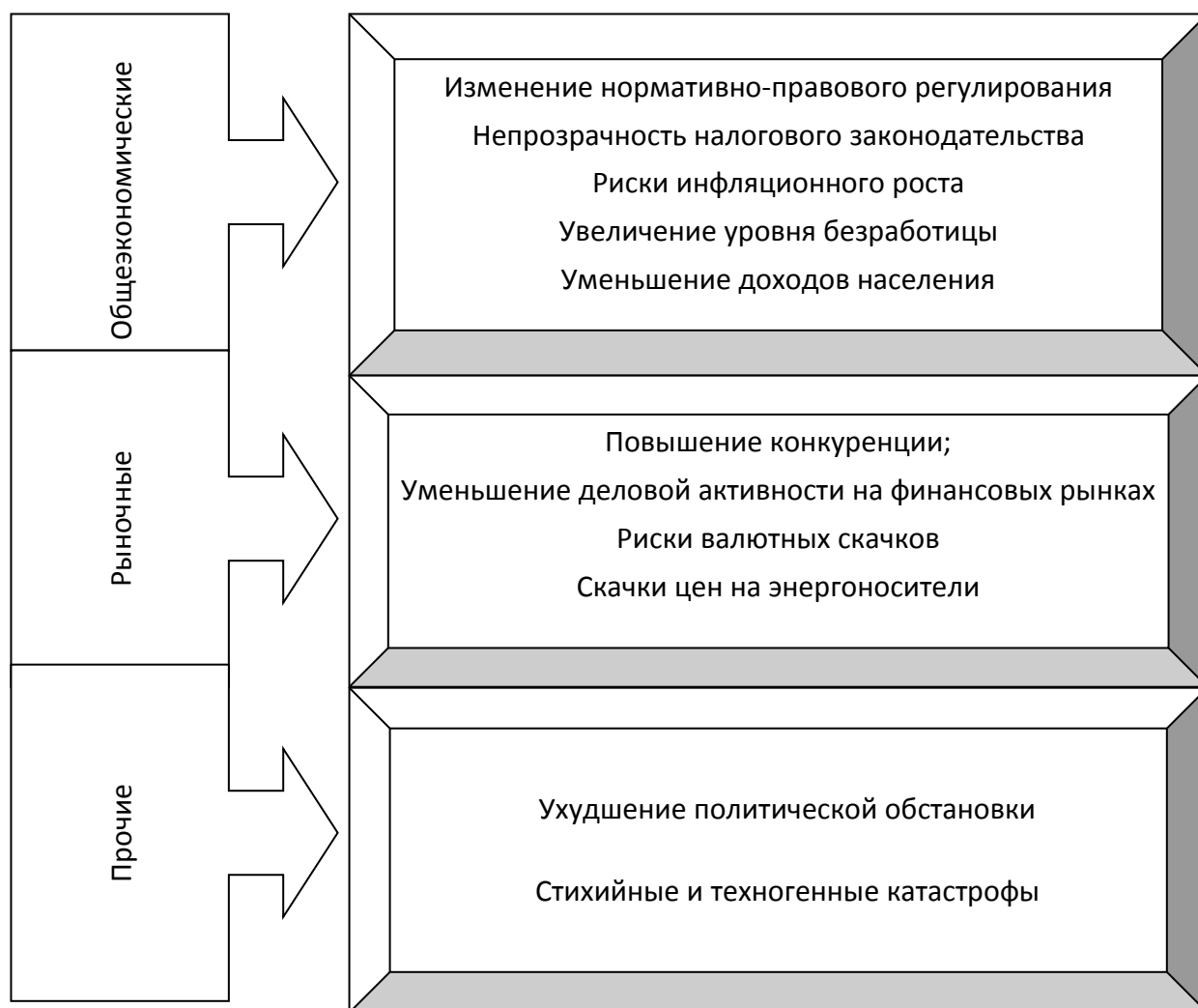


Рисунок 3 – Внешние факторы, предопределяющие кризисное развитие предприятия

Учитывая сегодняшнюю ситуацию на мировых рынках и политическую конъюнктуру, многие организации по причинам внешним и внутреннего характера, испытывают кризис в разной степени остроты: от невозможности финансировать разрывы в платежеспособности до остановки производства, при невозможности или отсутствии инвестиций в модернизацию производства. Любой кризис, будь он масштабным или временным, ведет к ухудшению финансового состояния предприятия и наносит ущерб не только собственникам, но и работникам, а также всему рынку и экономике в целом. Однако вначале кризисные явления затрагивают финансовую устойчивость и платежеспособность предприятия, что, в свою очередь, сказывается на эффективности использования активов, а следовательно, на результатах деятельности.

Можно наблюдать значительный разброс предприятий по глубине проявления кризисных явлений в их деятельности. Одни предприятия пытаются оказать влияние на внешние факторы кризисного развития и в итоге выравнивают ситуацию, а другие оказываются на грани банкротства. Такое положение объясняется следующими причинами: удачный риск, профессиональное управление, наличие антикризисной составляющей в процессе управления, повышенная деловая активность.

В антикризисном управлении главенствующая роль принадлежит использованию приемов финансовой стабилизации в комплексе. Так как только комплексное решение, подразумевающие использование многих инструментов может избавить хозяйствующего субъекта от необходимости использования заемного капитала, повысить темпы его развития и снять возможность банкротства.

Ключевыми этапами стабилизации финансовой составляющей в кризисной ситуации являются следующие аспекты:

1. Модернизация финансовой стратегии с целью повышения эффективности использования ресурсов.

2. Поиск путей снижения уровня неплатежеспособности.

3. Восстановление финансовой устойчивости.

Стабилизация финансового положения предприятия достигается при достижении поступательного снижения стоимости заемного капитала и неуклонном росте собственного капитала.

С позиций финансового менеджмента направления финансовой стабилизации принято подразделять на оперативные меры, тактические и стратегические.

Таблица 1 – Основные механизмы финансовой стабилизации предприятия, соответствующие основным этапам ее осуществления

Этапы финансовой стабилизации	Механизмы финансовой стабилизации		
	Оперативный	Тактический	Стратегический
1. Устранение неплатежеспособности	Система мер, основанная на использовании принципа «отсечения лишнего»	-	-
2. Восстановление финансовой устойчивости	-	Система мер, основанная на использовании моделей финансового равновесия	-
3. Изменение финансовой стратегии с целью ускорения экономического роста	-	-	Система мер, основанная на использовании моделей финансовой поддержки ускоренного роста.

В другой классификации данные меры подразделяют на «защитные» и «наступательные». Наступательная тактика направлена на перелом неблагоприятных тенденций финансового развития, иногда за счет «шоковой» терапии. Наступательная стратегия финансового развития подчинена исключительно цели ускорения всего экономического роста предприятия.

Защитные мероприятия применяются в основном в рамках тактической стратегии финансовой стабилизации. Но достижение главной цели финансовой стабилизации подчас возможно только за счет разумного сочетания всех возможных механизмов финансовой стабилизации.

Механизм оперативного реагирования на угрозы финансовой стабильности представляет собой набор мер, направленных, с одной стороны, на уменьшение текущих краткосрочных обязательств предприятия, а с другой стороны, на наращивание активов, обеспечивающих эти обязательства.

В рамках данного подхода необходимо обосновать необходимость сокращения размеров текущих потребностей в обеспечении деятельности. Так же присутствует необходимость определения, какие из существующих активов необходимо перевести в денежную, наиболее ликвидную форму для обеспечения данных потребностей.

Снижение уровня потребностей возможно добиться за счет следующих аспектов в деятельности:

- сокращения уровня переменных издержек, в частности необходимо определить, какие продукты не пользуются спросом и соответственно произвести их снижение;
- снижения уровня постоянных затрат (включая сокращение расходов на персонал, снижение уровня накладных расходов);
- рефинансирования краткосрочных банковских кредитов и перевод их в долгосрочную задолженность;
- реструктуризация кредиторской задолженности по коммерческому кредиту;
- снижения выплаты начисленных дивидендов, процентов на паи и иных выплат с отсрочкой даты их выплаты.

Повышение ликвидности активов может быть достигнуто за счет следующих направлений:

- факторинга отдельных денежных и фондовых инструментов портфеля долгосрочных финансовых вложений;
- полной продажи краткосрочных финансовых вложений;
- повышения оборачиваемости дебиторской задолженности, за счет сокращения сроков предоставления отсрочек;
- рефинансирования дебиторской задолженности, с использованием всех форм этого рефинансирования, с целью уменьшения общего ее размера [2].

Данные меры позволят устранить текущую неплатежеспособность, и повысить значение коэффициента абсолютной платежеспособности до единицы и выше. Это будет означать ликвидацию угрозы банкротства в текущем периоде, и в данном случае цель оперативного этапа финансовой стабилизации будет считаться достигнутой.

Финансовая стабилизация основана на применении инструментов тактического механизма, и представляет собой набор мер, рассчитанных на долгосрочный период. Финансовое равновесие и ликвидность баланса предприятия достигаются за счет того, что денежные потоки по всем видам финансовой деятельности равны планируемому объему отрицательного денежного потока.

Увеличение суммы положительного денежного потока при одновременном уменьшении суммы потребления финансовых ресурсов обуславливает применение механизма использования модели финансового равновесия, направленной на повышение финансовой устойчивости предприятия в условиях его кризиса.

Увеличить текущий денежный поток и добиться его положительного значения можно за счет следующих мероприятий:

а) оптимизации налоговой политики предприятия, направленной на снижении налоговой нагрузки;

б) оптимизации ценовой политики и повышения за счет этого объема чистого дохода предприятия;

в) применение моделей ускоренной амортизации;

г) изменение дивидендной политики предприятия, если в этом есть необходимость;

д) проведение эмиссии и внешних заимствований за счет выпуска акций и облигаций;

е) избавление от излишков неиспользуемого в процессе деятельности оборудования.

Снижение потребления достигается за счет:

а) более объемного использования инструментов лизинга оборудования;

б) ревизии инвестиционных проектов и отказ от низкорентабельных.

Если предприятие вышло на целевые показатели финансовой структуры капитала, обеспечивающие его высокую финансовую устойчивость, то цель этого этапа финансовой стабилизации считается достигнутой.

Финансовая стабилизация при применении инструментов стратегического механизма, ставит своей целью использовании моделей ускоренного роста показателей деятельности предприятия.

На данном этапе требуется обеспечить такой прирост объема реализации продукции, которого хватило бы на обеспечение финансовой устойчивости в долгосрочном периоде.

Принципиальная модель финансовой поддержки ускоренного экономического роста предприятия – одна из часто используемых на данном этапе. И одна из составных частей данной финансовой стратегии предприятия заключается в использовании вариантных моделей налоговой политики.

Следующая составляющая это оптимизация и выравнивание пропорций между выплатами дивидендов и необходимым ростом рыночной стоимости акций предприятия. Целью данной дивидендной политики - достижение капитализации прибыли.

Если в результате ускорения темпов экономического развития предприятия обеспечивается соответствующий рост его рыночной стоимости, то цель этого этапа финансовой стабилизации считается достигнутой.

Рассмотренные методы финансовой стабилизации предприятия за счет использования ее внутренних механизмов антикризисного управления свидетельствуют о широком диапазоне возможностей.

Санация предприятия является реорганизационной процедурой, которая направлена на улучшение экономического положения организации путем устранения причин, вызвавших кризисную ситуацию. Санация – это попытка предприятия выйти из сложившейся ситуации. В процессе ее проведения собственнику предприятия-должника его кредиторы или иные лица оказывают финансовую помощь. Закон «О банкротстве» предусматривает реорганизационные процедуры как одну из мер, применяемых по решению и под контролем хозяйственного суда.

Цивилизованная процедура ликвидации должника, продажи его имущества и расчета с кредиторами называется банкротством.

Банкротство – это итог неблагоприятного развития финансового состояния предприятия. Причины или предпосылки его зарождаются внутри предприятия, в том числе в структуре его капитала. Оно является самым жестким основанием для прекращения предпринимательской деятельности юридических лиц и поэтому требует особого правового регулирования, поскольку затрагивает интересы не только собственника, но и трудовой коллектив, партнеров, кредиторов и т.д.

Всю совокупность процедур, применяемых к предприятиям-должникам, можно разделить на две основные группы: реорганизационные и ликвидационные.

К реорганизационным относятся внешнее управление имуществом и санация. Под внешним управлением имуществом должника понимается процедура, направленная на продолжение деятельности этого предприятия. Внешнее управление вводится решением арбитражного суда по заявлению должника, собственника предприятия или кредитора и осуществляется на основании передачи функций по управлению предприятием-должником арбитражному управляющему.

Санация (оздоровление) – это такая процедура, когда собственником предприятия, кредитором или другим заинтересованным лицом оказывается финансовая помощь предприятию-должнику [4].

Таким образом, реорганизационные процедуры направлены на вывод предприятия из неплатежеспособного состояния и обеспечение нормального его функционирования.

К ликвидационным процедурам относятся: принудительная ликвидация предприятия-должника по решению хозяйственного суда и добровольная ликвидация несостоятельного предприятия под контролем кредиторов.

Ликвидация предприятий-должников осуществляется в процессе конкурсного производства, при котором определяется ликвидируемое имущество должника, распределяемое между кредиторами в порядке очередности.

Ликвидационные процедуры в отличие от реорганизационных ведут к прекращению деятельности предприятия.

План санации должен содержать меры по восстановлению платежеспособности должника, условия участия инвесторов, при их наличии, в полном или частичном удовлетворении требований кредиторов, в частности путем перевода долга (части долга) на инвестора, срок и очередность выплаты должником или инвестором долга кредиторам и условия ответственности инвестора за невыполнение взятых согласно плану санации обязательств.

План санации должен предусмотреть срок восстановления платежеспособности должника. Платежеспособность считается восстановленной при отсутствии признаков банкротства, определенных настоящим Законом.

При возникновении кризисной ситуации для успешной санации управления предприятием на микроуровне необходимо учитывать:

- мониторинг внешней и внутренней среды;
- разработку предварительных мер по снижению напряжения (экономического, психологического, социального);
- сокращение текущих расходов;
- проведение инновационной политики [5].

Менеджмент кризисной ситуации осуществляется в условиях высокого уровня неопределенности и большого дефицита времени на принятие и реализацию решений.

В условиях острого дефицита времени на реагирование и преодоление кризисной ситуации, особенно на первых порах, главная задача менеджмента заключается в оперативной выработке решений, которые позволят с минимальным риском и затратами достичь желаемого результата в части приостановления развития кризиса.

Санация предприятия в условиях рыночной экономики является важным инструментом регулирования и стабилизации финансового состояния.

Различаются следующие этапы санации:

- 1) определение целесообразности и возможности ее проведения.
- 2) подготовка ее проекта;
- 3) согласование и утверждение проекта;
- 4) выработка и обоснование ее концепции;
- 5) реализация проекта [6].

В процессе диагностирования санируемого предприятия требуется ответить на вопрос, почему оно попало в кризисную ситуацию. Это нужно для того, чтобы найти необходимый инструментарий для успешного проведения санации.

Типичными сигналами кризисной ситуации предприятия могут быть:

- потеря клиентов или покупателей;
- уменьшение числа запросов;
- сокращение количества контрактов;
- увеличение оборотных средств;
- уменьшение использования мощностей;

- повышение давления на цены;
- увеличение затрат;
- рост текучести кадров;
- увеличение внутренних конфликтов и т.д.

Как правило, кризис вызывается комплексом причин экономического и управленческого характера. Поэтому в кризисной ситуации необходимо выявить, какие краткосрочные или стратегические причины имеют место на предприятии [5].

Ухудшение его деятельности, т.е. снижение каких-либо экономических показателей, может быть временным явлением.

Важным на начальной стадии санации является получение ответа на вопрос, обладает ли предприятие стратегическим потенциалом, т.е. способно ли оно «выздороветь» или его необходимо закрыть.

Анализ стратегического потенциала позволяет определить целесообразность (своевременность) проведения санации [6].

Как правило, предприятие, имеющее краткосрочные угрозы, подлежит санации. Поскольку санация предприятия представляет собой последовательность действий (мероприятий), направленных на стабилизацию производственно-финансового состояния, действия эти различны в зависимости от наличия краткосрочных либо стратегических угроз.

Краткосрочные угрозы требуют оперативных мер: снижения общезаводских (общефирменных) затрат, повышения оборота средств и производительности труда, сохранения платежеспособности, повышения уровня организации менеджмента, применения компьютерной техники и т.д.

Стратегические угрозы требуют таких действий, как: стратегическое планирование, укрепление позиций на рынке, инновационный менеджмент.

Способность к санации выявляется уже при первом знакомстве с предприятием, когда проводится так называемый первичный анализ.

Далее проводят вторичный анализ, изучая и детализируя причины кризисной ситуации с целью выбора средств, направленных на стабилизацию производственно-финансовой деятельности предприятия.

В процессе санации проводится анализ производственно-финансовой деятельности с помощью различных научных методов.

Инструментом санации обычно являются анализ и сравнение:

- существующего рынка;
- деятельности клиентов (поставщиков);
- полученных и потерянных заказов;
- ассортимента товаров и услуг;
- затрат и цен в различных условиях (конкуренция, продажа, замена);
- менеджмента (правило управления функциональными признаками);
- технологий производства и продвижения продукта и услуг;
- организационной структуры предприятия и его филиалов;
- «узких мест» (источник кризиса)
- затрат и себестоимости продукции (услуг), их составляющих;
- баланса (актив, пассив);
- платежеспособности;
- долей покрытия (оборот);
- регионов (преимущества и недостатки);
- конкуренции.

Предприятию в кризисной ситуации свойственны негативные явления – так называемые угрозы: потери рынка, неплатежеспособность, влияние инфляции, несовершенные налоговая и финансово-кредитная системы, неэффективная организационная система, дефицит кадрового менеджмента, неэффективный менеджмент и т.д. [2].

Кроме того, в процессе проведения санации могут возникнуть ситуации, которые не позволяют успешно ее завершить.

Потенциал успеха предприятия зависит не только от выявления угроз и определения шансов, но и от их сопоставления в данном сегменте на перспективу.

Успешная санация возможна в случае, когда в результате сопоставления шансов и угроз, выявляется предпочтение шансов. Кроме того, существуют правила успеха санации, которые основаны на:

- 1) хорошо продуманной стратегической концепции выживания и обеспечения факторов успеха;
- 2) гибком оперативном управлении для обеспечения и повышения доходов;
- 3) краткосрочном менеджменте в области финансов (как ответ на возможную краткосрочную неплатежеспособность, которая ставит под вопрос дальнейшее существование предприятия).

Все указанные уровни менеджмента (стратегический, оперативный и обеспечивающий платежеспособность) должны действовать в совокупности при выводе предприятия из кризиса.

Успех в предпринимательстве существенно зависит от уникальности бизнеса. Надо отличаться своим продуктом, услугой (уникальность). Нельзя следовать стратегии или тактике конкурента. Каждая стратегия должна быть такой, чтобы невозможно было ее сорвать, позаимствовать. Разработка программы интенсификации сбыта под стратегий сбыта (укрепление позиций на старом и новом рынках) способствует успеху.

К рекомендациям успешной санации можно отнести:

- преобладание шансов над угрозами;
- лидерство по обороту на рынке или лидерство в сегменте;
- выбор стратегии дифференциации. [2]

Успешная санация, способствующая выходу предприятия из кризисного состояния, зависит от количественного и качественного соотношения имеющихся шансов.

При первых признаках кризисных явлений на турпредприятии следует провести анализ финансово-хозяйственной деятельности, а в дальнейшем, возможно, и санационный анализ [4].

Первым шагом на пути санации является определение, почему предприятие попало в кризис.

Одним из структурных подразделений плана санации является финансовый план.

В дальнейшем проводится анализ стратегического потенциала предприятия.

Не существует универсальной стратегии. Каждое предприятие определяет само, какая стратегия является наилучшей, учитывая состояние дел, ресурсы и цели. Известны следующие основные виды стратегий, применяемые в процессе санации.

I. Стратегии возможностей по рынкам предусматривают два основных направления:

- производство конкурентных товаров, услуг;
- продвижение их на рынок.

Различаются три вида таких стратегий.

1. Стратегия глубокого проникновения на рынок эффективна, если saniруемое предприятие работает с уже известными турпакетами (услугами) на старом рынке, который развивается или не насыщен товаром.

2. Стратегия развития рынка применяется в таких случаях:

- при расширении рынка;
- если в результате изменения демографических или иных факторов возникают новые сегменты на рынке;
- при появлении новых областей применения хорошо известной продукции (услуг).

3. Стратегия разработки товара реализуется, когда турпредприятие имеет авторитет у потребителей и работает с товарами (услугами), пользующимися спросом [1].

II. Стратегии диверсификации. Диверсификация производства – это одновременное развитие многих, не связанных одно с другим производств, расширение ассортимента предоставляемых продуктов и услуг. Можно сказать, что диверсификация есть приложение усилий в разные товарные группы (рынки, группы покупателей) для снижения финансового риска.

1. Стратегия горизонтальной диверсификации предполагает поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, отличной от выпускаемой. Потребителями нового товара должны быть прежние клиенты, чтобы затраты на продвижение товара остались на том же уровне. Эта стратегия может быть реализована, если позволяют ресурсы и производственные возможности предприятия.

2. Стратегия концентрической диверсификации рассчитана на привлечение новых групп клиентов. Она базируется на поиске дополнительных возможностей для производства новых товаров и услуг, не очень отличных от существующих.

3. Стратегия конгломератной диверсификации – это одна из наиболее сложных стратегий раз-

вития, поскольку зависит от многих факторов (наличия финансовых средств для внедрения инноваций, организации маркетинговых исследований, рекламной деятельности нового продукта или услуги, компетентности персонала). Суть ее состоит в том, что предприятие расширяется за счет производства технологически не связанных с прежней продукцией новых товаров, реализуемых на рынках.

III. Стратегия по отношению к продукту достаточно распространена, хотя и сложна при внедрении в производство. В ее рамках можно выделить три наиболее распространенные стратегии.

1. Стратегия низких издержек рассчитана на массовое производство товаров и обширный рынок. За счет выпуска товаров массового производства можно минимизировать издержки производства, а отсюда и снизить цены на товар. Низкая себестоимость позволит увеличить долю прибыли, а низкая цена на товар привлечет потребителей, ориентирующихся на невысокие цены товара.

2. Стратегия концентрации (узкой специализации) нацеливает на работу с уникальными или узкоспециализированными товарами, услугами. Руководство предприятия может контролировать издержки путем концентрации внимания на нескольких ключевых товарах, услугах и стремиться к созданию репутации этих товаров и услуг на рынке. Особенно тогда, когда спрос на аналогичные товары конкурентов не удовлетворен.

3. Стратегия дифференциации заключается в том, что предприятие выпускает привлекательный для многих потребителей и уникальный (качество дизайна) товар.

IV. Совершенствование структуры затрат. Чтобы быть конкурентоспособным, важно уметь снижать затраты. Классическими средствами снижения затрат являются:

- снижение постоянных затрат – за счет раннего ухода на пенсию уволенным предоставлялась возможность переобучения;
- снижение переменных затрат – более дешевая рабочая сила, собственные технологии.

V. Стратегии интеграции. Экономическая интеграция как форма хозяйственной деятельности обозначает связанность отдельных частей и функций системы в целое.

Стратегия регрессивной интеграции направлена на рост предприятия за счет приобретения источников сырьевых ресурсов или усиления контроля над ними. Она может уменьшить зависимость от поставщиков и колебаний цен на сырьевые ресурсы [1].

Стратегия прогрессивной интеграции выражается в росте предприятия за счет приобретения структур, находящихся между производителем и конечным потребителем (склады, объекты розничной торговли, транспортные средства), и контроле над ними. Это выгодно в тех случаях, когда услуги организаций-посредников дорогие или некачественные.

Стратегия горизонтальной интеграции заключена в действиях предприятий, которые направлены на поглощение предприятий-конкурентов, а также на установление контроля над их финансово-хозяйственной деятельностью.

VI. Стратегии деятельности малых предприятий. Различаются следующие их разновидности:

1. Стратегия кооперирования заключается в том, что малые предприятия могут выпускать уступающие в качестве недорогие копии новых, дорогих и высококачественных изделий крупных производителей.

2. Стратегия оптимального размера находит свое применение в тех сферах бизнеса, которые неэффективны и малоприбыльны для крупных предприятий: розничная торговля, услуги, узкоспециализированные рынки.

3. Стратегия участия в продукте крупного производителя. Малым предприятиям выгодно выпускать несложные, мелкие детали (запчасти, полуфабрикаты) для крупного производителя или оказывать ему услуги, в том числе и реализацию его продукции. Крупные предприятия поручают выполнение неэффективной (увеличивающей себестоимость) основной продукции мелким предприятиям.

4. Стратегия использования преимуществ крупного производителя. Взаимоотношения крупного производителя с малым предприятием осуществляется через систему договорных отношений (франчайзинг). Такая стратегия применяется довольно широко в бизнесе зарубежных стран [7].

Для успешного проведения санации предприятия бизнеса следует особое внимание уделить разработке:

- выбору конкурентоспособной стратегии;
- организации современных маркетинговых исследований;
- передовой менеджмент;
- разносторонняя рекламная компания;

расширение ассортимента продуктов и услуг;
снижение затрат, экономия;
участие в ярмарках, выставках, электронных конференциях,
поиск новых зарубежных партнеров.

Организация санационных мероприятий должна проходить по следующей схеме:

идентификация кризиса;
первичный анализ;
проектирование срочных мероприятий;
точный диагноз кризисных явлений;
разработка концепции санации;
выбор альтернативных вариантов;
детализация концепции;
введение и проведение концепции;
контроль и проведение новых мероприятий.

Идентификация кризиса проводится по методике, описанной выше, на основании интегральных показателей.

Проводится первичный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия и оценка внешних факторов [8].

При проектировании срочных, неотложных мероприятий необходимо учесть их первостепенное влияние на развитие или прекращение кризисных явлений.

Точный диагноз проблем позволит успешно бороться с кризисом на предприятии и выработать четкую концепцию санации.

Санацию проводят по принятому проекту (плану), который содержит дату начала и окончания санации, стоимость работ, кто ее проводит.

Контроль за проведением санации оговаривается в проекте, а ответственные назначаются приказом по предприятию.

Список литературы:

1. Бобрышев А.Н. Концепция формирования антикризисной подсистемы управленческого учета // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – №22. – С. 27-39.
2. Голубцов В.Г., Кондратьева К.С., Сыропятова Н.В. Обеспечение баланса частноправового и публично-правового регулирования в процессе предупреждения банкротства с использованием мер, направленных на стимулирование должника к надлежащему исполнению обязательств // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2014. – №2. – С. 62-74.
3. Давыдова Л.В., Ильминская С.А. Финансовое оздоровление промышленных предприятий в транзитивной экономике. – СПб.: Инфо-да, 2005. – 190 с.
4. Давыдова Л.В., Ильминская С.А. Финансовые ресурсы и их роль в обеспечении финансовой устойчивости предприятия // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2008. – №12. – С. 74-81.
5. Маркеев А.И. Правовое регулирование инновационной деятельности: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/57468292/>.
6. Рыков И. Мораторий на банкротство физлиц // ЭЖ-Юрист. – 2015. – №15. – С. 2.
7. Рыков И.Ю. Мировое соглашение как антикризисная процедура // Арбитражный управляющий. – 2015. – №4. – С. 23-25.
8. Ряховская А.Н. Антикризисное управление в современных условиях: проблемы, направления, решения // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2013. – №6. – С. 20-24.
9. Салихова О. После некоторых антикризисных менеджеров приходится еще пару лет наводить порядок в компании [Интервью с К. Чернышевой] // Управление персоналом. – 2015. – №43. – С. 5-18.

Фролова Александра Андреевна

студентка 4 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

телефон: 89102052534

Научный руководитель

Ильминская Светлана Александровна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru

Шмарков М.С.

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
НА РЫНКЕ ТУРИЗМА**

В статье анализируются современные формы предпринимательства в индустрии туризма и приводится классификация видов агентской деятельности в соответствии с характером взаимодействий с туроператорскими компаниями.

Ключевые слова: туризм, туристская деятельность, агентство, сети, франчайзинг.

Предыдущий период развития туризма характеризовался расширением рынка и популяризацией множества новых направлений туризма. Особую популярность приобрел выездной туризм, который стал доступен населению нашей страны благодаря организации чартерных программ и пакетированию туристских услуг в единый турпродукт.

Эти функции выполняют туроператорские компании, которые собственно и пакетируют турпродукт, координируют потоки выездного туризма в соответствии с растущим спросом потребителей. Непосредственно реализацией туров занимаются туристские агентства, которые являются связующим звеном между туроператорами и потребителями туруслуг.

В последние годы турагентский рынок, с одной стороны, весьма интенсивно и неконтролируемо расширялся, а с другой стороны, получил качественное развитие: на рынке появились новые формы взаимовыгодных взаимодействий туристских компаний, нацеленные на более эффективное функционирование и удовлетворение потребностей клиентов [3, 4]. Появились агентские сети, сформированные по разным принципам: уполномоченные турагентские сети и объединения независимых агентств. Соответственно принадлежности объединениям различаются и технологии реализации туристских услуг.

На современном рынке туризма потребителям предлагаются самые разнообразные услуги по проживанию, перевозке, трансферу, экскурсионному обслуживанию, организации отдыха и развлечений и множество других. Туристские услуги реализуются отдельно и в виде пакетированных туров.

Деятельность по разработке и по реализации потребителям туристского продукта осуществляют туристские операторы и агентства. Федеральный закон №132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет два основных вида туристской деятельности: туроператорскую и турагентскую [1]. Согласно этому закону, туроператорская деятельность представляет собой деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемую юридическим лицом – туроператором. Турагентская деятельность заключается в продвижении и реализации туристского продукта и осуществляется турагентом, который представлен либо юридическим лицом, либо индивидуальным предпринимателем.

Согласно ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования», турагентство (турагент) – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность по продвижению и реализации туристского продукта (турпродукта) и/или отдельных туристских услуг на основании договора, заключенного с туроператором, сформировавшим турпродукт.

При этом продвижение турпродукта понимается как комплекс мер, направленных на реализацию турпродукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и других); а реализация турпродукта – как деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации турпродукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

В общем, туроператорские компании занимаются разработкой туристских направлений, комплектацией туров (пакетируют различные услуги: транспорт, размещение, питание, трансфер, развлечения и другие в единый туристский продукт), разработкой и проведением ценовой политики. Они также организуют программу маркетинга и, в частности, сбыта сформированного турпродукта потребителям.

Как отмечено ранее, в связи с интенсивным расширением рынка туризма в последние 15 лет совершенствовались технологии реализации туристских услуг, развитие которых повлияло и на фор-

мы деятельности турагентских организаций.

Сегодня на рынке туризма представлены:

- независимые турагентства;
- уполномоченные туроператорские агентства;
- сетевые турагентства, формы ведения бизнеса которых варьируются в зависимости от вида взаимодействий с партнерами.

Последние два вида турагентств относят к сетевым, но с разным принципом формирования. В общем, любое турагентство самостоятельно выбирает форму деятельности и решает работать под собственным брендом или брендом более крупной компании [5, 6].

В настоящее время большая часть турагентств является независимой, имеет свое собственное название и самостоятельно выбирает туроператоров для сотрудничества.

Однако в последние годы существенно повысился стрессовый компонент в туристской деятельности. Рынок развивается нестабильно и подвержен сильным колебаниям и воздействиям негативных экономических и политических событий. В этих дестабилизирующих условиях многие турагентства теряют устойчивость и пытаются сохранить конкурентоспособность путем вступления в более крупное объединение. Преимущества этого шага весьма ощутимы – турагентства получают существенные привилегии по комиссионному вознаграждению за счет больших объемов продаж более крупной сети, а также доступ к более совершенным технологиям реализации турпродуктов. Получают возможность использования юридической поддержки сетевой компании.

Уполномоченные агентства создает непосредственно сам туроператор для продажи, в первую очередь, собственных туров.

На российском рынке туризма функционируют сети туроператоров:

- Intourst – одна из старейших и надежных сетей, проверенная временем, интегрированная с международной компанией Thomas Cook;
- Touristik Union International (TUI) – крупнейшая мировая сеть, владеющая собственным круизным и чартерным флотом, клиентами которой являются около 30 миллионов человек в 20 странах мира;
- «Tez Tour» – международный туроператор – лидер по отправке туристов из стран бывшего СССР и Восточной Европы по популярным направлениям туризма;
- «Сеть Турагентств Coral Travel» компании «Coral Travel»;
- «Pegas Touristik» – одноименная компания – один из лидеров туристической индустрии;
- «Natali tours» – туроператор «Natali tours»;
- «Интурист магазин путешествий» – сеть компаний с мировым брендом;
- «Anex tour» – сеть одноименного туроператора, вышедшего на передовые позиции продаж туров по наиболее востребованным направлениям туризма;
- «Роза Ветров» – одна из первых частных туристских компаний России, основанная в 1988 г., специализирующаяся на экскурсионных программах и внутреннем туризме;
- ISC – многопрофильный туроператор;
- Мультитур – туроператор, специализирующийся на внутреннем туризме и турах в страны ближнего зарубежья и других.

Работа уполномоченных агентств определяется условиями сотрудничества и стандартами, которые определяет туроператор. Важнейшими из них, как правило, являются соблюдение фирменного стиля и стандартов обслуживания клиентов и преимущественные продажи туров, сформированных туроператором.

Сетевые турагентства работают под брендом управляющей компании. Работа таких агентств строится на обширной рекламе, даваемой управляющей компанией, узнаваемости ее бренда, что обеспечивает поток клиентов в сетевые офисы.

В настоящее время на российском рынке широко распространены такие агентские сети [2], как «Сеть Магазинов Горящих Путевок», «Горячие туры», «1001 Тур», «ВЕЛЛ», «Глобал Тревел», «OnlineTur», «Росс Тур», «География», «Мастер отдыха», «Розовый слон», «Санрайз тур» и другие сети.

Управляющая сетевая компания имеет договоры с рядом туроператоров, которые предоставляют повышенное комиссионное вознаграждение за большие объемы продаж туров. Уполномоченные турагентства также имеют повышенное комиссионное вознаграждение, но только того туроператора, чьи интересы оно представляет. Уполномоченные и сетевые агентства платят роялти или паушальный взнос управляющей компании.

Эффективное взаимодействие агентской сети с головной организацией обеспечивается на основе договора франчайзинга. Франчайзинг является основным механизмом организации сетевых турагентств. Сама идея франчайзинга состоит в эксплуатации клиентского доверия к «раскрученной»

торговой марке.

На самом деле в российском законодательстве само понятие «франчайзинг» отсутствует. Есть определение коммерческой концессии - предоставление туроператором (франчайзером) турагенту (франчайзи) комплекса исключительных прав (франшизы) на использование объектов интеллектуальной собственности (фирменное наименование, товарный знак и тому подобные) для оказания услуг под маркой данного туроператора на условиях, установленных договором. Однако к сетевым проектам в туризме это определение не относится. Таким образом, управляющая компания не несет никакой ответственности за турагентства, входящие в это объединение. Франчайзинг – это вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона-франчайзер передает другой стороне-франчайзи за плату-роялти право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Франчайзер предоставляет франчайзи возмездное право действовать от его имени.

Франчайзинг в туризме предполагает выгодное для партнеров сотрудничество под единым брендом. Франчайзер расширяет свой бизнес, технологии, увеличивает прибыль, популяризирует бренд, а франчайзи по сути получает готовый бизнес, организационную, консультационную, юридическую, квалификационную (обучающую) и другую всевозможную поддержку, возможность использования операционной системы, ноу-хау, а также и дополнительные проценты комиссии с продаж туров, так как большие объёмы продаж франчайзинговых организаций стимулируются туроператорами большим вознаграждением. Франшиза - это бизнес-система, которую франчайзер продает франчайзи. Другим названием для подобной системы служит франчайзинговый пакет, который обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзеру.

Вступить во франчайзинговую сеть может любое туристическое агентство, надо только платить роялти за франчайзинг.

Вступление турагентства во франчайзинговую сеть:

- снижает входные барьеры в отрасль;
- дает возможность использования наработанного сетевыми агентствами передового опыта ведения туристского бизнеса;
- использовать передовые технологии организации информационных коммуникаций в туристском бизнесе;
- снижает уровень рисков туристской деятельности;
- позволяет получать большую прибыль, а значит, обеспечить более высокие конкурсные позиции организации на региональном рынке туризма.

Таким образом, в настоящее время на рынке туризма формы предпринимательской турагентской деятельности варьируются в зависимости от условий сотрудничества с туроператорскими компаниями.

Список литературы:

1. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 240 с.
2. Общероссийский генеральный реестр туристических агентств [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://reestr-ta.ru/index.php?p=2&searchstring=&city>.
3. Шмаркова Л.И., Медведкова Н.А. Использование информационных технологий в сфере услуг// Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (14). – С. 131-139.
4. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Взаимодействие предпринимательских структур на рынке туризма: формы, проблемы и перспективы // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №4 (34). – С. 75-86.
5. Франчайзинг в туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://franchisa.well.ru>.
6. Франчайзинг в туризме: перспективные горизонты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beboss.ru/franchise/articles/1760>.

Шмарков Михаил Сергеевич

к.э.н., доцент кафедры туризма и гостиничного дела

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева»

e-mail: turexpert888@yandex.ru

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

УДК 004.4.:338.314

Деминова С.В., Сучкова Н.А.

МЕТОДИКА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ
ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ
НА ОСНОВЕ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

В статье содержится методический и практический аспекты построения прогнозных оценок уровня рентабельности организаций на основе статистических данных с использованием доступных пакетов прикладных программ.

Ключевые слова: рентабельность, прогнозирование, экстраполяция, ряд динамики, модель, функция, тренд.

В настоящее время важное значение имеет не только анализ происходящих социально-экономических процессов, но и определение уровня будущих значений индикаторов рыночного развития. Данная оценка возможна посредством построения прогнозных моделей на основе изучения корреляционных связей исследуемых факторов. Одним из таких способов получения прогнозных значений является метод экстраполяции.

По мнению Елисеевой И.И., экстраполяция представляет собой расчет динамических уровней за пределами временного ряда, то есть распространение тенденции развития на будущие значения ряда, которые наблюдались в прошлом (перспективная экстраполяция) [3]. При этом необходимо учитывать, что в реальности тенденция развития практически не остается неизменной. По этой причине результаты, получаемые на основе экстраполяции ряда, следует рассматривать с некоторой долей вероятности в краткосрочном периоде.

На государственном уровне подчеркивается роль контроля уровня рентабельности хозяйствующих субъектов посредством принятия ряда нормативных документов, регулирующих порядок расчета данных показателей. Так, осуществляется постоянный мониторинг индикаторов рентабельности активов и рентабельности проданных товаров, работ, услуг хозяйствующих субъектов РФ. По нашему мнению, динамику последнего показателя необходимо использовать в качестве информационной основы метода экстраполяции, так как его уровень характеризует эффективность основной деятельности субъектов хозяйствования [1].

Таким образом, объектом прогнозирования будет представлен динамический ряд рентабельности проданных товаров, работ, услуг в масштабах Российской Федерации за 2003-2014 гг. Его можно рассматривать как функцию времени (t) и случайной компоненты (ε). Тогда уравнение тренда будет иметь вид:

$$y_t = \bar{y} + (\hat{y}_t - \bar{y}) + (y_t - \hat{y}_t), \quad (1)$$

где $\bar{y}$ – средний уровень динамического уровня;

$\hat{y}_t$ – теоретический уровень динамического ряда, который отражает основную тенденцию развития.

В этой модели $(\hat{y}_t - \bar{y})$ представляет собой эффект тенденции, $(y_t - \hat{y}_t)$ – показывает случайную переменную (ε). Так как $\bar{y} + (\hat{y}_t - \bar{y}) = \hat{y}_t$, то указанную модель можно выразить:

$$\bar{y} = (\hat{y}_t + \varepsilon) \quad (2)$$

Чем меньше будут остаточные колебания $(y_t - \hat{y}_t)$, тем выше значимость использования модели на практике. Следовательно, процесс прогнозирования, прежде всего, зависит от выбранной математической функции, то есть от типа уравнения тренда. С помощью компьютерного моделирования, в частности MS Excel, с минимальными затратами времени можно рассмотреть набор математических

функций для построения уравнения тренда. Сначала необходимо заменить период исследования 2003-2014 гг. на символы времени (t), затем выделить область результирующего показателя (таблица 1)

Таблица 1 – Исходная информация для построения уравнения тренда зависимости рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций РФ от показателей времени

Год	Символ времени, t	Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций РФ, % y_t
2003	1	11,82
2004	2	13,93
2005	3	13,5
2006	4	13,2
2007	5	13,1
2008	6	13
2009	7	10,8
2010	8	10,0
2011	9	9,6
2012	10	8,6
2013	11	7,0
2014	12	7,3

Далее по сведениям таблицы 1 с помощью пакета прикладных программ MS «Excel» необходимо построить график функции и добавить линию тренда. Затем выбрать тип функции (целесообразно начать с линейного тренда), при этом вывести уравнение регрессии на диаграмму и коэффициент детерминации. Результаты указанного алгоритма и обобщённая информация по построенным функциям приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Характеристика функций зависимости рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций РФ от показателей времени за 2003-2014 гг.

Функция	Уравнение тренда	Коэффициент детерминации, R^2
1. Линейная	$\hat{y}_t = -0,615 \cdot t + 14,98$	0,804
2. Логарифмическая	$\hat{y}_t = -2,35 \ln(t) + 14,91$	0,519
3. Степенная	$\hat{y}_t = 15,71 t^{-0,23}$	0,514
4. Полиномиальная	$\hat{y}_t = -0,073 t^2 + 0,338 t + 12,76$	0,911
5. Экспоненциальная	$\hat{y}_t = 15,84 e^{-0,06 t}$	0,803

Анализ данных таблицы 2 показывает, что в ряду построенных функций наиболее предпочтительной является полиномиальная функция, так как она обладает наибольшим коэффициентом детерминации. По этой причине именно эта функция была выбрана в качестве основы для процесса экстраполяции.

На основе выбранного уравнения тренда точечный прогноз рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) путём подстановки следующего символа времени на 2015-2017 гг. примет следующие значения:

$$2015 \text{ год: } \hat{y}_{2015} = -0,073 \cdot 13^2 + 0,338 \cdot 13 + 12,76 = 4,82\%,$$

$$2016 \text{ год: } \hat{y}_{2016} = -0,073 \cdot 14^2 + 0,338 \cdot 14 + 12,76 = 3,18\%,$$

$$2017 \text{ год: } \hat{y}_{2017} = -0,073 \cdot 15^2 + 0,338 \cdot 15 + 12,76 = 1,41\%.$$

Данные точечного прогноза показывают, что ожидается снижение уровня эффективности основной деятельности хозяйствующих субъектов Российской Федерации вплоть до значения, не превышающего 1,5%.

Необходимо отметить, что более надёжный прогноз предполагает его оценку с помощью интервалов, так как полное совпадение фактического и прогнозируемого уровней динамического ряда $(y_t; y_p)$ практически невозможно. Фактическая реализация события может отличаться от прогнозируемой, так как тренд характеризует только тенденцию развития, а уровни временного ряда содержат также случайную компоненту.

Наличие случайной переменной, а также возможная ошибка параметров тренда, оцениваемых по ограниченному числу наблюдений, учитываются в доверительном интервале прогноза. Расчет доверительного интервала прогноза базируется на основе показателя колеблемости уровней динамического ряда относительно тренда (S_y). Чем больше величина этого показателя, тем шире интервал прогнозирования при одной и той же степени вероятности. Колебания уровней временного ряда относительно изучаемого тренда определяются формулой:

$$S_y = \sqrt{\frac{\sum (y_t - \hat{y}_t)^2}{n - m - 1}}, \quad (3)$$

где y_t – фактические уровни временного ряда;
 $\hat{y}_t$ – теоретические значения уровней ряда, полученные по уравнению тренда;
 n – количество уровней временного ряда;
 m – число параметров в уравнении тренда.

Для расчета данного показателя необходимо построить вспомогательную таблицу 3, данные которой были получены с использованием полиномиальной функции путём последовательной подстановки символов времени $t = 1, 2, \dots, n$ в указанное уравнение тренда. Также отражены отклонения фактических значений уровней ряда от теоретических уровней.

Таблица 3 – Расчет показателя колеблемости ряда динамики рентабельности проданных товаров, продукции организаций РФ за 2003-2014 гг.

Годы	t	y_t	$\hat{y}_t$	$(y_t - \hat{y}_t)^2$
2003	1	11,82	13,025	1,452
2004	2	13,93	13,144	0,618
2005	3	13,5	13,117	0,146
2006	4	13,2	12,944	0,065
2007	5	13,1	12,625	0,225
2008	6	13	12,16	0,705
2009	7	10,8	11,549	0,561
2010	8	10,0	10,792	0,627
2011	9	9,6	9,889	0,084
2012	10	8,6	8,84	0,058
2013	11	7,0	7,645	0,416
2014	12	7,3	6,304	0,992
Итого	-	131,9	131,9	6,1

По полученным данным показатель колеблемости результативного показателя составил следующую величину:

$$S_y = \sqrt{\frac{6,1}{12 - 1 - 1}} = 0,781\%.$$

Тогда доверительный интервал прогноза для тренда составит:

$$\hat{y}_t \pm t_{табл} S_y, \quad (4)$$

где $t_{табл}$ – табличное значение критерия Стьюдента.

Для исследуемой совокупности при $\alpha = 0,05$ и числом степеней свободы $df = 12 - 2 = 10$ табличное значение критерия Стьюдента составляет $t_{табл} = 2,228$. Тогда доверительный интервал тренда равен: $\hat{y}_t \pm 2,228 * 0,781$, или $\hat{y}_t \pm 1,740\%$.

Если интервал прогноза применить на следующий за отчетным 2015 год, то он составит $y_p \pm 1,740\%$, или при $y_p = 4,82\%$ прогнозная величина находится в интервале:

$$4,82\% - 1,740\% \leq y_p \leq 4,82\% + 1,740\%$$

$$3,08\% \leq y_p \leq 6,56\% .$$

Из этого следует, что с вероятностью 0,95 (95%) можно утверждать, что ожидаемая величина рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг), то есть показателя эффективности основной деятельности организаций РФ по итогам 2015 года, будет колебаться в пределах от 3,08% до 6,56%. Верхняя граница прогноза, то есть оптимистическая часть ниже уровня 2003 года, позволяет утверждать, что основная деятельность хозяйствующих субъектов в настоящее время менее рентабельна, чем в базисном периоде.

Таким образом, огромное значение в анализе социально-экономических явлений имеет не только их текущая оценка, но и определение будущих значений. В данном исследовании представлена модель прогнозирования, которую можно использовать на всех иерархических уровнях управления на основе доступного программного обеспечения.

Список литературы:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/connect/rosstat/rosstatsite/main/>.
2. Парушина Н.В., Сучкова Н.А., Деминова С.В. Экономико-математическое моделирование в оценке эффективности использования трудовых ресурсов организации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №3 (25). – С. 135-142.
3. Эконометрика: учебник / под ред. И.И. Елисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 264 с.

Деминова Светлана Викторовна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: dyominovas@mail.ru

Сучкова Наталья Анатольевна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: na-suchkova@rambler.ru

УДК 004.6:656.13

Ягодкин Д.А.

СОЗДАНИЕ БАЗ ДАННЫХ НА МАЛЫХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье рассматриваются действующие информационные системы автотранспортных предприятий, а также предлагается ввести базы данных в качестве дешевой альтернативы дорогостоящему программному обеспечению автотранспортных предприятий.

Ключевые слова: базы данных, автотранспортные предприятия, бизнес-процесс, СУБД, автоматизация, эффективность информационных систем.

Использование производственных информационных ресурсов автотранспортных предприятий определяется рядом факторов, в том числе уровнем организационного и материально-технического обеспечения информационной деятельности. Поэтому для оптимизации информационной деятельности предприятия и других производственных функций следует оценить уровень и динамику информационного потенциала, развитие которого должно иметь определенное опережение темпа изменения других элементов экономического потенциала.

Действующие информационные системы (ИС) в автотранспортных предприятиях можно разделить на два типа:

- ИС, построенные на основе централизованной обработки информационных данных;
- ИС, построенные на основе централизованной обработки информационных данных с применением децентрализованных элементов.

Как правило, наиболее эффективными являются ИС, построенные на основе централизованной обработки информационных данных с применением децентрализованных элементов.

В настоящее время в жестких условиях экономического кризиса и конкуренции отечественным автотранспортным предприятиям, особенно представителям малого и среднего бизнеса, приходится нелегко. С одной стороны, проблемы российской экономики обусловили нарастание макроэкономической нестабильности и спад. С другой стороны, обнажили внутренние противоречия, которые накапливались в течение 15 лет. В условиях санкционного давления наиболее явными проблемами отечественных бизнес-систем является низкая степень обеспеченности собственными программными средствами и техническая зависимость от зарубежных производителей, причем все три проблемы взаимосвязаны. Так, например, для автотранспортных предприятий необходимо качественное программное обеспечение различного уровня, а также огромное количество специалистов по его обслуживанию. Все это требует огромных финансовых вложений, и если крупные компании способны «потянуть» эти расходы, то предприятия малого и среднего бизнеса вынуждены искать бюджетную альтернативу.

У России уже есть довольно успешный опыт работы, а точнее «выживания» в кризис. В 2008 году благодаря взвешенной и продуманной политике отечественных компаний автотранспортным предприятиям не пришлось отказываться от текущих проектов. И в итоге это привело к тому, что автотранспортные предприятия не только не потеряли, но и значительно увеличили свои объемы. И в этот раз не следует ни от чего отказываться, а, наоборот, просто необходимо развиваться. И первый шаг к развитию - это поиск альтернатив дорогому программному обеспечению через создание более простых и дешевых программных продуктов.

Использование программных продуктов бизнес-моделирования (ППБМ) имеет большое значение при реализации организационно-корпоративного развития предприятия, а также при выполнении постоянно выполняемых задач бизнес-моделирования. Это позволяет значительно сократить затраты времени на исполнение поставленных задач и проектов.

Ключевая особенность бизнес-моделирования состоит в том, что его базовой основой являются бизнес-процессы предприятия. Именно поэтому система управления бизнес-процессами (СУБП) является фундаментом, на основе которого строится большое количество систем управления и технологий.

Для стандартных схем бизнес-процессов автотранспортных предприятий (рис. 1), которые базируются на стандартизированных информационных решениях, в основном применяются специализированные информационные системы.

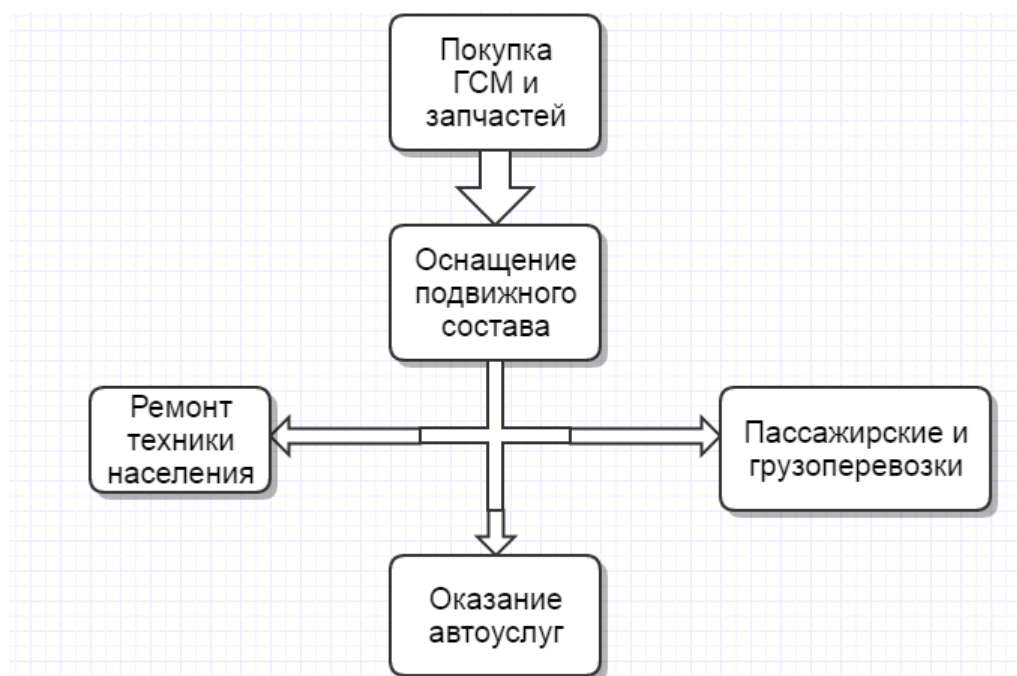


Рисунок 1 – Стандартная схема бизнес-процессов автотранспортного предприятия

Как показано на рисунке 1, основными бизнес-процессами среднестатистического транспортного предприятия являются:

- покупка горюче-смазочных материалов (ГСМ) и запасных частей;
- ремонт техники населения;

- оказание автоуслуг;
- пассажирские и грузовые перевозки.

Процесс «Покупка ГСМ и запчастей» включает совокупность последовательно совершаемых операций:

1. На склад поступают закупленные ГСМ и запасные части для ремонта подвижного состава;
2. Кладовщик должен составлять накладную на передачу товара в ремонтные мастерские и заправочную станцию. Затем параллельно осуществляются два подпроцесса - заправка автомобильного транспорта ГСМ и ремонт техники.

Перечисленные бизнес-процессы являются обеспечивающими. Основные бизнес-процессы автотранспортных предприятий: оказание автоуслуг населению и пассажирские и грузоперевозки.

На предприятиях малого бизнеса, не имеющих достаточных средств для приобретения специализированных автоматизированных информационных систем, целесообразно создание баз данных в целях повышения оперативности формирования отчетности по бизнес-процессам и упрощения обмена необходимой информацией.

Базы данных можно создавать, используя пакет приложений Microsoft Access, которых входит в стандартный пакет офисных программ.

Весь бизнес-процесс автотранспортных предприятий обычной базе данных не охватить, но если создать базу только на отдельный вид деятельности, например, пассажирские и грузоперевозки, то это позволит быстро и эффективно узнать всю информацию, а именно:

- ФИО водителя;
- стаж работы;
- маршрут пассажирских перевозок, включая информацию о номере автобуса и расстоянию между контрольными точками, время отправления и прибытия на конечный пункт;
- класс водителя, что помогает определить размер надбавки к заработной плате;
- и др.

Уже значительное время автотранспортным компаниям приходится мириться с не совсем удобным интерфейсом той или иной программы, некоторыми недоработками или ошибками. Когда же все это доработано, наступает этап взаимодействия системы с другим программным обеспечением, которое отвечает за мониторинг, планирование и безопасность.

Следует отметить, что программа Access имеет удобный интерфейс. Это, с одной стороны, позволяет легко ориентироваться в программе даже неопытному пользователю, а с другой стороны, предоставит пользователю необходимую ему оперативную информацию. Дружественный интерфейс программы Microsoft Access не потребует дополнительных затрат на обучение персонала технологии работы в разработанной базе данных.

Клиентская программа (база данных) позволит автоматизировать следующие операции:

- ввод и редактирование данных;
- представление в графическом виде информации;
- представление отчетов для вывода на печать.

Внедрение базы данных в качестве информационной системы автотранспортного предприятия должно сократить время выполнения работ, повысить качество и оперативность выполняемых задач. Кроме того, это положительно повлияет на качество функционирования подразделений, упростит труд работников предприятия в целом, а также позволит оптимизировать реализацию бизнес-процессов, осуществляемых на автотранспортных предприятиях.

При выборе программного продукта необходимо ориентироваться не только на текущие задачи, но и рассматривать перспективы и стратегию дальнейшего развития предприятия, а также возможности комплексной автоматизации объекта в целом. Создание информационной системы на основе баз данных решает эти проблемы, так как базы данных просты в настройках и редактировании.

Применение базы данных в автоматизированных информационных системах автотранспортного предприятия малого и/или среднего бизнеса приводит к исключению большинства причин неэффективности организационного построения информационных систем, а именно:

- отсутствие обратной связи между субъектами управления;
- наличие неоптимальной структуры решаемых информационной системой задач вследствие иерархичности и оперативности базы данных;
- отсутствие отрыва информации от первоисточника;

- наличие значительного временного лага между совершаемыми операциями и формированием информации по этим операциям. Использование инструментальных средств баз данных позволяет обеспечить параллельность информационных и материальных потоков и, как следствие, повысить оперативность и эффективность управленческих решений операционного менеджмента.

Помимо решения проблем неэффективности информационных систем, преимуществами внедрения баз данных в систему пассажирских или грузовых перевозок являются:

1. Низкая цена разработки программного продукта, что особенно актуально для малых и средних автопредприятий, которые не обладают достаточными средствами для приобретения имеющихся на рынке специализированных программных приложений;
2. Данная программа проста в использовании и, соответственно, понятна для сотрудников всех уровней;
3. Ее применение рассчитано на долгосрочную перспективу, поскольку возможна периодическая модернизация путем разработки и внедрения новых модулей;
4. Возможна адаптация с учетом специфики управления и менеджмента российских автопредприятий;
5. Содержит модули типовых примеров и решения задач.

Список литературы:

1. Бекаревич Ю.Б., Пушкина Н.В. Самоучитель Microsoft Access 2000. – СПб.: БХВ – Санкт-Петербург, 1999. – 480 с.
2. Михеев С.В., Михайлов Д.А., Осьмушин А.А. Корпоративная информационная система прогнозирования интенсивности транспортных потоков с использованием нейронных сетей // Организация и безопасность дорожного движения: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2013. – С. 116-122.
3. Клиновштейн Г.И., Афанасьев М.Б. Организация дорожного движения: учебник для вузов. – 5-е изд., перераб. и доп. – М: Транспорт, 2001. – 247 с.
4. Криницкий Н.А., Миронов Г.А., Фролов Г.Д. Автоматизированные информационные системы. – М.: Наука, 2001. – 382 с.
5. Любарский Ю.Я. Интеллектуальные информационные системы. – М.: Наука, 2012. – 228 с.
6. Редько В.Н., Басараб И.А. Базы данных и информационные системы. – М.: Знание, 2010. – 514 с.

Ягодкин Дмитрий Александрович

*Ст. преподаватель кафедры математики, информатики и информационных технологий
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
mail: y-gadkin1988@mail.ru*

СТАНДАРТИЗАЦИЯ, МЕТРОЛОГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

УДК 637.358:614.43

Петрова Л.А., Лучкин А.Г.

ЗАВИСИМОСТЬ СРОКОВ ГОДНОСТИ ПЛАВЛЕННЫХ СЫРОВ
ОТ ИХ СОСТАВА И УПАКОВКИ

Пищевая ценность плавленых сыров обусловлена наличием сбалансированных незаменимых аминокислот, высокой концентрацией жира и белка, солей кальция, фосфора и витаминов. Плавленые сыры, по сравнению с твердыми сортами сыра, организмом усваивается на 100% и содержат меньше холестерина. Любой покупатель стремится приобрести свежий, качественный и вкусный сыр. Выбирая сыр, в первую очередь, следует обращать внимание на состав продукта, состояние упаковки и срок годности, так как эти данные говорят о качестве продукта.

Ключевые слова: состав продукта, срок годности, упаковка, качество.

Сыры с давних пор занимают в рационе питания человека почетное место, а кулинарный потенциал этого продукта неисчерпаем. Он распространен повсеместно, а от обилия ассортимента на прилавке можно прийти в замешательство – какому же сорту или виду сыра отдать предпочтение. Предприятия современной молочной промышленности и частные сыроварни трудятся в полную силу, чтобы удовлетворить покупательский спрос и насытить своей продукцией этот сегмент рынка [5].

Наибольшим потребительским спросом пользуются твердые и полутвердые сыры, но не менее востребованы среди населения и плавленые сыры. Новый молочный регламент определяет их как молочный продукт, изготавливаемый способом «термомеханической обработки сыра одного или нескольких наименований и/или творога».

Сырьем для плавленых сыров являются быстросозревающие или зрелые сыры твердых и полутвердых видов с истекающими сроками годности, бракованной упаковкой, а также сыры, предназначенные для плавления, рассольная продукция, молоко, творог с разными показателями жирности, биологически активные добавки [4].

Соли-плавители необходимы для расплавления исходного продукта – твердого сыра – и придания плавленому сыру нежной и мягкой консистенции, без них невозможно сделать плавленый сыр.

Плавленый сыр производят несколькими методами. Основной – это пастеризация, при температуре 83°C избавляются от вредных бактерий, предохраняя сыр от скорой порчи. Другой метод – это УНТ-обработка, при которой сыр подвергают влиянию высокой температуры до +140°C, в итоге сыр превращается в совершенно стерильный и мертвый продукт, потому что в нем убиты все микроорганизмы: и полезные и вредные. Производители не указывают на этикетке, по какому из этих методов произведен продукт, но это можно понять по сроку хранения. Если на этикетке указан срок годности до 6 месяцев, следовательно, это «живой» и полезный сыр. Если продукт хранится до года и больше, то значит – это стерильный и «мертвый» сыр [3].

Любой покупатель стремится купить свежий, качественный и вкусный сыр. Выбирая на прилавке сыр, в первую очередь, следует обратить внимание, насколько он свеж и какое время ему осталось «жить», т.е. на сроки его годности. Покупателю следует внимательно ознакомиться с информацией, т.е. изучить этикетку продукта и избегать приобретения плавленых сырных продуктов. На лицевой стороне может быть только логотип, а не указание наименования – мелкими буквами на этикетке должны быть слова «плавленый сыр». В состав продукта должны входить только молочные вещества без добавления растительных жиров и белка. Должны быть указаны и добавки: плавивые соли (цитраты и фосфаты, так как их наличия требует технология). Следует приобретать продукт, на упаковке которого добавлений в виде красителей и синтетических ароматизаторов меньше.

Оптимальная температура хранения плавленого сыра +3°C, т.е. сыр не из холодильника покупать не стоит. На упаковке плавленого сыра не должно быть повреждений или деформирования. Деформация упаковки может говорить о недостаточности охлаждения сыра после плавления и нарушении технологического процесса в целом.

В готовом продукте обращается внимание на цвет сыра, у качественного продукта он равномерный, а слишком желтый оттенок говорит о применении красителей. Поверхность хорошего плавленого сыра должна быть гладкой и блестящей. Ломтевой сыр не должен крошиться или ломаться, консистенция его должна быть упруго-эластичной.

Государство стоит на страже интересов потребителя и контролирует производство молочных

товаров, выступая, таким образом, гарантом поступления на рынок качественной продукции.

По законодательству РФ производственный процесс сыров регулируется Федеральным законом №88-ФЗ, установившим технический регламент производства, хранения, перевозки и реализации сыра и другой молочной продукции.

Законом РФ «О защите прав потребителей» на производителей (изготовителей) сыров наложена обязанность устанавливать срок годности на данный вид товара и размещать эту информацию для покупателя соответствующим образом.

Под сроком годности законодатель понимает период, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению.

На установление сроков годности плавленого сыра влияют следующие факторы: состав продукта, влажность самого продукта, количество содержания в нем соли, качество оболочки или особенности упаковки [1, 2].

Отдельный плавленый сырок должен быть плотно завернут в фольгу. Сыры в форме секторов упаковывают в картонные, пластмассовые коробки, в которые помещают либо пять секторов по 50 г каждый, либо шесть секторов по 30 г каждый. В коробку помещают сыр одного либо разных наименований под названием «Набор», но обязательно одной формы, веса и цены.

Плавленые сыры, за исключением консервированного и Колбасного копченого, формуют в виде прямоугольных брусков, цилиндров, полуцилиндров и секторов весом нетто от 30 до 250 г. Мягкий, Деликатесный с томатом, Московский и Особый расфасовывают в алюминиевые тубы весом 160 и 180 г, а сыр Колбасный копченый – в целлофановые, полиэтиленовые и другие оболочки в виде батонов весом 2 кг, диаметром 4-8 см, длиной 20-30 см.

Топленый сыр в расплавленном состоянии разливают в металлические формы, выложенные пергаментом, в которых он застывает. Реализуют его по весу.

Сыры пастообразные, пластические и деликатесные нестойки в хранении, поэтому их следует сохранять в магазинах при температуре не выше 8°C и не ниже -5°C. При более низкой температуре нарушается консистенция сыров. Замораживание сыров переработанных не допускается.

При указанной температуре срок хранения пастообразных сыров до 20 дней, пластических – 10 и деликатесных – 5-10, остальные плавленые сыры могут храниться 30-40 дней.

При покупке сыров в пластике необходимо обращать внимание на знак «PP», который указан на доннышке упаковки. Наличие такого знака – это гарантия, что упаковка изготовлена из полипропилена – материала, в котором допускается хранение пищевых продуктов, но если на упаковке указан знак «PS», то такой продукт даже опасен. Знак «PS» означает материал полистерол, который запрещен в употреблении как упаковки пищевых продуктов.

По сортам плавленые сыры не делятся, однако видов данного молочного продукта много. К плавленым ломтевым сырам относятся Российский, Голландский, Костромской, которые упаковываются в фольгу. Название сыра, как правило, объясняется наличием соответствующего внесенного в него исходного сыра. Информация о сроке годности таких сыров наносится на фольгу несмываемой краской, лазером или другими способами маркирования.

Другой вид плавленых сыров – плавленые колбасные сыры. Представителями этого вида являются Колбасный копченый, Туристский, Особый и др. Сроки годности данного молочного продукта зависят от оболочки, в которую их помещают. Она может быть парафиновой и полимерной. Парафиновая – самая экологически чистая, однако срок хранения в ней не велик – не более двух месяцев. В полимерной пленке сыр хранится в два раза дольше, поскольку этот материал обладает прочностью и высокими защитными изолирующими свойствами. Хранить колбасные сыры необходимо только в холодильнике при пониженной температуре – не более +4°C.

Еще один вид плавленых сыров – пастообразный сыр. На прилавке их можно встретить со следующими названиями: Хохланд (сливочный или ассорти), Виола, Президент, Дружба, Янтарь, Волна, которые упаковываются в фольгу или в пластиковые контейнеры. Хранятся при t до +4°C и влажности не выше 85% до 30 суток, а после вскрытия упаковки – не более 5 суток. Сыр Хохланд сливочный хранится дольше – 6 месяцев при t от +2 до +8°C.

Плавленые к обеду – очередной вид плавленых сыров. В торговых сетях они представлены под названиями: «С луком для супа»; «С грибами для супа»; «С белыми грибами для супа». Сроки их годности унифицированы – до 4 месяцев. Условия содержания: температура – от 0 до +4°C при влажности 85%.

Плавленые консервные сыры – это сыры жирностью 50%: стерилизованные; пастеризованные; пастеризованные с ветчиной; в порошке. Отличительной особенностью этого молочного продукта является длительный срок хранения (в закрытом состоянии) – до двух лет. Температурный режим хранения довольно большой – от 0 до +20°C.

Таким образом, сроки годности плавленых сыров напрямую зависят от качества его составляющих, но, как правило, все они хранятся достаточно долго. Если покупатель по какой-либо при-

чине все же приобрел в магазине продукт с истекшим сроком годности либо купленный плавленый сыр оказался некачественным, можно потребовать от работников магазина обменять просроченный сыр на товар с нормальным сроком годности, заменить некачественный продукт на аналог другого производителя, вернуть деньги за покупку, сделать скидку. Продавец обязан принять претензию покупателя с соответствующими требованиями вне зависимости о того, сохранен ли чек на приобретенный товар.

Список литературы:

1. Алексеев Г.В., Андреева А.А., Хрипов А.А. Выявление фальсификации бесконтактным методом // Молочная промышленность. – 2014. – №2. – С. 66-68.
2. Кожухарь А.В. Определение посторонних примесей в сыром молоке спектрометрическим методом // Переработка молока. – 2014. – №12. – С. 44-45.
3. Молоко должно быть без антибиотиков [Электронный ресурс] // электронный журнал «Продукт.ВУ». – Режим доступа: <http://produkt.by/Technic/rubric/2>.
4. Молочный союз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dairyunion.ru/>.
5. Специализированный центр учета в агропромышленном комплексе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://specagro.ru/rumain27/>.

Петрова Людмила Антоновна

к.б.н., доцент кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: petrovala03091957petrova@yandex.ru

Лучкин Андрей Геннадьевич

к.с.-х.н., доцент кафедры товароведения и таможенного дела
Смоленский филиал АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»
e-mail: petrovala03091957petrova@yandex.ru

УДК 336.717-021.4

Бакалева В.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

В совершенствовании управления качеством банковской системы на первый план выходят проблемы контроля, оценки и постоянного повышения качества банковских услуг, а использование эффективных методик для решения этих проблем позволит удерживать постоянных клиентов и привлекать новых.

Ключевые слова: банковские услуги, бизнес-процессы, банковская система, клиентская база.

В настоящее время сфера услуг является одной из самых перспективных, быстроразвивающихся сфер экономики, охватывающих широкий спектр различных видов деятельности, в том числе: экскурсионно-гостиничный, здравоохранение, страхование, банковский, фондовый рынок, образование и т.д. Банковская система является кровеносной системой экономики любой страны, поэтому к качеству банковских услуг предъявляются повышенные требования.

Все больше банков начинает уделять повышенное внимание вопросам, связанным с качеством клиентского обслуживания.

Сегодня рынок банковских услуг становится все более и более насыщенным. Одновременно с рынком банковских услуг изменяется и клиентский сегмент. Все больше людей обращается в банки за получением финансовых услуг, при этом уже имея опыт получения аналогичных услуг в других банках. Также растет и доля клиентов, которые пользуются продуктами и услугами сразу нескольких банков, т.к. они не удовлетворены услугами какого-то одного банка.

Все эти факторы заставляют банки делать акцент на увеличение эффективности бизнеса и рост уровня качества предоставления банковских продуктов и обслуживания клиентов. И хотя по большому счету качество предоставления услуг давно уже перестало являться конкурентным преимуществом, недостаточное качество услуг и недовольство клиентов могут негативно повлиять как на репутацию банка, так и на его доходность в целом.

Банковская услуга как товар – это неосоздаемое, нематериальное действие или выполнение работы, не ведущее к владению чем-нибудь материальным. Как правило, такие действия или виды работ

происходят в момент непосредственного контакта производителя банковской услуги и ее потребителя. По этим причинам, по мнению специалистов, качество банковской услуги имеет отношение к интерактивному процессу, происходящему между банком и клиентом. Качество банковской услуги существенно зависит от процесса сравнения потребителем своих ожиданий качества банковской услуги до ее потребления с непосредственным восприятием качества банковской услуги в момент и после ее потребления. Восприятие качества банковской услуги потребителем в момент ее потребления происходит по двум главным аспектам: что потребитель получает от банковской услуги (технический аспект качества) и как потребитель получает банковскую услугу (функциональный аспект качества).

Обычно под качеством банковских услуг понимается совокупность свойств и характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности клиента. Если услуга удовлетворяет в полной мере потребности клиентов, то считается, что она оказывается качественно. В этом случае под управлением качеством мы будем понимать системную деятельность банка, направленную на постоянное изменение и контроль процесса оказания банковских услуг с целью улучшения качества предоставляемых услуг.

Исследования показали, что потребители оценивают функциональные и технические аспекты качества банковской услуги по пяти основным критериям:

1. Материальность (оснащенность банка: оргтехника, интерьеры помещений, внешний вид персонала, информационные материалы).
2. Надежность (выполнение обещанной банком услуги точно, основательно и в срок).
3. Отзывчивость (искреннее желание помочь потребителю и быстрое обслуживание в банке).
4. Убежденность (компетентность, ответственность, уверенность и вежливость обслуживающего персонала банка).
5. Сочувствие (выражение заботы и индивидуальный подход к потребителю банковской услуги).

Оценивая качество предоставляемых услуг, многие банки связывают его с удовлетворенностью клиентов полученными услугами. При этом банки либо проводят анкетирование клиентов, пытаясь узнать, довольны ли клиенты качеством и готовы ли они порекомендовать банк своим знакомым, либо оценивают количество полученных от клиентов жалоб, и на основании этого делают заключение об уровне лояльности и удовлетворенности клиентов.

Однако необходимо понимать, что выводы на основании анкетирования и опросов клиентов, а также анализа количества жалоб зачастую бывают необъективны. Большинство клиентов не хотят тратить свое время на заполнение различных анкет и опросов, только самые лояльные клиенты соглашаются в них участвовать. И далеко не все недовольные клиенты обращаются в банк с жалобами и претензиями. При этом банк при всем желании не в состоянии провести анкетирование и опросы по всем клиентам, а значит, и оценка удовлетворенности будет недостаточно объективна, ведь чем выше процент клиентов, участвующих в опросе или анкетировании, тем выше объективность такой оценки.

Более объективным вариантом определения степени удовлетворенности клиентов является методика, основанная на анализе активности клиентов, частоте их коммуникаций с банком и использования ими банковских услуг. При использовании данной методики необходимо разбить существующую клиентскую базу на определенные сегменты по специальным ключевым параметрам.

Первым параметром будет являться параметр R (Recency – новизна) – дата совершения последней операции, инициируемой клиентом. Для физического лица это может быть дата снятия наличных в банкомате по банковской карте, дата открытия вклада или осуществления денежного перевода, дата последнего захода в интернет-банкинг или дата оплаты коммунальных платежей. Для юридического лица параметром R может служить дата последнего захода в систему «Банк-клиент», дата проведения платежа с расчетного счета или дата уплаты процентов по кредиту.

Вторым параметром является параметр F (Frequency – частота) – общее количество совершенных клиентом операций. При автоматизации расчета удобнее всего отслеживать количество операций за последний год.

Третьим параметром, используемым при оценке удовлетворенности клиентов, является параметр N (Number), который равен количеству используемых банковских продуктов.

Присваивая параметрам R, F, N определенные значения, можно разбить всех клиентов на более мелкие клиентские сегменты (группы клиентов). Пример такой сегментации для розничных клиентов приведен в таблице 1.

Надо отметить, что для каждого банка будут свои показатели R, F и N, т.к. банки используют банковские продукты с разными параметрами и условиями их предоставления. Для каких-то банков, возможно, потребуется более детальная разбивка и соответствующее увеличение числа клиентских сегментов.

Разбивая регулярно клиентскую базу на такие сегменты и анализируя динамику изменений величины клиентских сегментов (в процентном выражении), можно объективно оценить изменения уровня удовлетворенности всей клиентской базы в целом.

Данная методика также позволяет более эффективно выстроить коммуникации с соответствующими клиентскими сегментами и за счет этого повысить величину доходности на одного клиента в целом по банку, что приведет к более эффективной работе банка. Получив инструмент, с помощью которого можно измерять удовлетворенность клиентов, банк может оценивать, как проводимые изменения в области управления качеством влияют на изменение отношения клиентов к банку, контролируя тем самым качество предоставляемых услуг.

Таблица 1 – Сегментация розничных клиентов с использованием параметров R, F, N

Код	Описание клиентского сектора
R = 1	Последняя банковская операция была осуществлена клиентом в течение последних 40 календарных дней с момента формирования отчета
R = 2	Последняя банковская операция была осуществлена клиентом не ранее 40 последних календарных дней, но не позже 1 года с момента формирования отчета
R = 3	С момента совершения клиентом последней операции прошло более 1 года
F = 1	Клиент совершил 15 и больше операций за последний квартал
F = 2	Клиент совершил не более 15 операций за последний квартал
F = 3	Клиент совершил не более 15 операций за последний год
N = 1	Клиент использует 3 и более банковских продукта
N = 2	Клиент пользуется двумя банковскими продуктами
N = 3	Клиент пользуется только одним банковским продуктом

Одним из важнейших факторов, который существенно влияет на качество сервиса, является правильная организация работы с претензиями и жалобами клиентов. Под жалобами и претензиями необходимо понимать любое устное или письменное обращение клиентов, высказывающих недовольство действиями сотрудников банка или предоставляемыми банком сервисами, которые, по мнению клиентов, наносят им тот или иной ущерб или вред.

Письменные претензии оставляет только очень небольшой процент клиентов, которые недовольны банковским обслуживанием. В своем большинстве клиенты не хотят жаловаться, а хотят решить свои проблемы максимально быстро и эффективно, не прибегая к жалобам. Учитывая как репутационные риски, связанные с распространением негативной информации о банке и его услугах, так и финансовые риски, связанные с оттоком клиентов, руководству банка необходимо взять на особый контроль организацию работы с жалобами и претензиями клиентов.

Основными этапами организации работы с претензиями являются:

- поощрение обращений клиентов;
- прием и рассмотрение жалоб и претензий;
- обработка претензий и урегулирование конфликтных ситуаций;
- систематизация и анализ жалоб и претензий;
- внесение изменений в бизнес-процессы для предотвращения ситуаций, приводящих к возможности возникновения жалобы или претензии.

Во многих банках распространена практика, когда при получении жалобы или претензии от клиента «виновного» сотрудника заставляют писать соответствующую объяснительную записку, а потом еще зачастую и наказывают по итогам «расследования». Регулярные проверки банковских отделений руководителями разных рангов, аудиторами и тайными покупателями также приводят к тому, что сотрудников отделений на основании отчетов проверяющих наказывают за несоблюдение, нарушение и нарушение разработанных стандартов.

Руководству банка необходимо помнить, что в подавляющем большинстве случаев в возникновении конфликта виноват не конкретный сотрудник, который и общается с клиентом, и зачастую принимает жалобы от него. Вина за плохое качество обслуживания всегда лежит на руководителях, которые отвечают за организацию бизнес-процессов и соответствующее обучение персонала, в том числе умению работать в конфликтных ситуациях.

При этом далеко не всегда маленькое количество жалоб говорит о хорошем качестве банковского сервиса и, наоборот, большое количество жалоб - о плохом или недостаточно хорошем его качестве. Поэтому одной из главных задач менеджмента являются стимулирование клиентов оставлять жалобы и пожелания по улучшению качества сервиса сотрудникам банка по разным каналам коммуникаций и стимулирование сотрудников принимать и эффективно работать с полученными жалобами и предложениями.

Для организации приема и рассмотрения жалоб и претензий в банке должен быть разработан нормативный документ, который регулирует все вопросы, связанные с приемом и обработкой жалоб. В этом документе также должны быть прописаны ответственные за работу с жалобами и полномочия

сотрудников и уровень принятия решений, имеющих отношение к приему, рассмотрению и анализу поступивших претензий. В крупных банках с развитой филиальной сетью имеет смысл создавать специальное подразделение (центр обработки жалоб), ответственное за все вопросы, связанные со сбором (в том числе и в сети Интернет) и обработкой жалоб и претензий, полученных от клиентов. Иногда таким подразделением может быть колл-центр банка, в котором специально обученные сотрудники обрабатывают жалобы, поступившие по всем каналам коммуникаций. Часто необходимо дополнительно создавать специальное программное обеспечение (можно на базе существующей в банке системы электронного документооборота), в котором отражаются все жалобы и пожелания клиентов с учетом статуса, важности, категории (первичная или повторная жалоба), наименования банковского продукта, ответственного и т.д.

Также в обязательном порядке для понимания текущей ситуации с качеством клиентского обслуживания руководству банка должны предоставляться регулярные (еженедельные, ежемесячные или ежеквартальные) аналитические отчеты по жалобам и предложениям, полученным от клиентов. Как показывает практика, во многих банках информация по жалобам и претензиям часто не доходит до руководителей банка, которые просто не представляют себе масштабность вопросов, связанных с качеством предоставления банковских услуг.

Еще реже встречаются банки, в которых эффективно выстроен сервис по работе с внутренними жалобами и претензиями, когда сотрудники одних подразделений недовольны качеством работы сотрудников других подразделений. Обычно эти вопросы решаются путем написания соответствующих служебных записок или проведения совещаний с участием руководителей заинтересованных подразделений. Однако при этом руководителям банка также не виден масштаб внутренних проблем, связанных с недостаточной эффективностью бизнес-процессов. Анализ внутренних жалоб не менее важен, чем анализ жалоб, полученных от недовольных клиентов банка.

При рассмотрении причин возникновения жалоб как внутренних, так и внешних, полученных от клиентов, очень важно понять действительные причины возникновения внутренней или внешней жалобы. В каждом случае при возникновении жалобы или претензии либо происходит какое-то нарушение существующих стандартов, либо соответствующие стандарты являются неработоспособными или отсутствуют вообще.

В итоге, к решению каждой проблемы необходимо подходить так, чтобы она никогда не повторялась по тем же самым причинам. Конечно, почти всегда для решения тех или иных проблем приходится перестраивать и оптимизировать бизнес-процессы, но при такой идеологии качество предоставления внутренних и внешних услуг будет непрерывно расти, что обязательно положительно скажется на уровне удовлетворенности клиентов.

Список литературы:

1. Бойцов А.А. Методика оценки качества банковских услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ismss.ru/uploads/p266.pdf>.
2. Булатов А.С. Управление качеством банковских услуг // Банковское обозрение. Приложение «BEST PRACTICE». – 2015. – №3. – С. 8-13.
3. Володько Л.П., Базака Л.Н., Дэвиз Н.В. Нечёткая оценка качества банковских услуг // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 276-283.
4. Володько Л.П. Оценка качества банковских информационных технологий: методы и методики. – Минск: Мисанта, 2014. – 236 с.
5. Гребеник Т.В. Управление качеством кредитного портфеля // Банковское кредитование. – 2014. – №4. – С. 37-45.
6. Лаутс Е.Б. Банковские группы и банковские холдинги на рынке банковских услуг: // Предпринимательское право. Приложение «Право и Бизнес». – 2014. – №4. – С. 21-37.
7. Леоненков А.В. Нечеткое моделирование в среде MATLAB и fuzzy TECH. – СПб.: БХВ-Петербург, 2013. – 736 с.
8. Новаторов Э. Как измерить качество банковских услуг // Банковские услуги. – 2011. – №11. – С. 8-12.
9. Тимофеев Н.А., Божалкина Я.А. Управление качеством кредитного портфеля на основе миграционного анализа // Банковский ритейл. – 2014. – №4. – С. 79-84.
10. Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксевер и др. – СПб.: Питер, 2012. – 752 с.

Бакалева Виктория Владимировна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

Научный руководитель

Арманишина Гульнара Рамильевна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

e-mail: gulnararm@mail.ru

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 374.3(470)

Ермолаева М.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

В данной статье сделана попытка выделить основные инновационные тенденции, происходящие в последние годы в российской системе образования. Едва ли не ведущей целью современного образования должно стать повышение уровня информационной компетентности населения, а также умения самостоятельно получать и использовать информацию.

Ключевые слова: система образования, инновации, дистанционное обучение.

В настоящее время ведущие страны мира вступили на путь преобразования образовательных систем. Это вызвано быстрыми социально-экономическими переменами в обществе, которые задают новые параметры обучения и воспитания подрастающих поколений, выдвигают новые задачи, требуют кардинального пересмотра традиционных методов преподавания. Роль образования на современном этапе развития России определяется задачами, стоящими перед государством. Именно оно определяет структуру всей системы в целом, принципы ее функционирования и направления, перспективы развития.

Процесс формирования системы образования прошел долгий путь от эпохи Древней Руси до настоящего времени. Сейчас система образования в Российской Федерации представляет собой совокупность взаимодействующих государственных образовательных стандартов образовательных программ, сети образовательных учреждений, органов управления образованием.

Система образования – это один из основных социальных институтов, который играет важную роль в становлении личности; это исторически сложившаяся общенациональная система образовательных учреждений и органов управления ими, действующая в интересах воспитания подрастающих поколений. Именно система образования отвечает за подготовку к самостоятельной жизни и к профессиональной деятельности будущих специалистов и удовлетворяет их индивидуальные образовательные потребности.

Инновацией в образовании можно считать любую новую идею, новый метод или проект, который намеренно внедряется в систему традиционного обучения. Инновация предполагает наличие у преподавателя устойчивой мотивации к совершению тех или иных сторон образовательного процесса. Естественно, пока не все педагоги готовы действовать в таком режиме, но педагоги-новаторы были всегда. И в наше время их роль неизмеримо возросла.

Таким образом, модернизация образования изменяет цели, содержание, способы, технологии и формы организации в системе управления, в стиле педагогической деятельности, в системе контроля и оценки уровня образования, в системе финансирования, в системе воспитательной работы, а также в учебных планах и учебных программах.

Исходя из этого, внедрение инноваций проходит следующие этапы: обоснование путей решения образовательных задач; массовое испытание предложенной методики; ограниченная или массовая реализация данной методики; освоение и внедрение в практику. Инновационные разработки продолжаются до тех пор, пока не найдется новый принципиальный подход к решению выявленной теоретической или практической проблемы. Чтобы освоить новые образовательные методики, необходимо некоторое время, научное обеспечение, подготовка квалифицированного педагогического состава, а также адаптация педагогических кадров к работе в новых условиях.

Следует отметить, что инновации в образовании должны соответствовать определенным критериям:

1. Оптимальность. Необходимо полностью учитывать уровень затрат сил и средств со стороны преподавателей и учеников.
2. Высокие показатели результатов от использования нового метода.
3. Возможность креативного использования нововведений в массовом опыте.
4. Прогрессивность предлагаемых мероприятий.
5. Методическая и теоретическая обоснованность.

Инновационные процессы возможны на различных уровнях образовательной деятельности. В частности, под инновациями в воспитании понимают изменения, основанные на использовании новых воспитательных средств, методов и технологий. Данный вид нововведений в воспитании способствуют социализации обучающихся и позволяет нивелировать асоциальные явления. К таким новшествам можно отнести создание различных вариантов психолого-педагогических центров, детско-родительских объединений, системы дополнительного образования, а также создание системы положительной мотивации к общественно-полезной деятельности.

Инновации в управленческой деятельности представляют собой перемены, направленные на привлечение представителей общества к управлению образовательными учреждениями. Кроме того, к управленческим нововведениям можно отнести оригинальные схемы организации управленческой и хозяйственной деятельности научных учреждений, маркетинговые исследования в практике вузов, создание систем автоматизации управления, создание попечительских и управляющих советов.

В переподготовке и подготовке кадров под инновациями понимают новые методы и технологии в преподавании и организации занятий, а также программы переподготовки педагогических работников, в основе которых лежат повышенные требования к качеству образования, дистанционное обучение, создание интегрированных междисциплинарных курсов по обучению менеджеров образования и экспертов.

В основу современного образования положен принцип активного эмоционального общения учащихся друг с другом и с преподавателем. Данный принцип должен активно формировать у учащихся следующие умения: быстро адаптироваться к переменам в учебном процессе; умение совместно вырабатывать план действий; умение самостоятельно обсуждать, обмениваться мнениями и самостоятельно сжато подводить итоги; навык адекватного восприятия возможных неточностей в фактах и логике рассуждений; терпимость; конструктивный и творческий подход к ходу обсуждения.

Сегодня инновации способствуют развитию обучения, ставят преподавателя в равные позиции по отношению ко всем участникам учебного процесса, предполагают личную включенность всех участников обучения, высокую личностную и профессиональную готовность преподавателя к гибкому взаимодействию с учащимся.

Неудивительно, что в настоящий момент происходит интенсивное развитие вузовского международного образовательного пространства. Многие страны стремятся к созданию глобальной мировой стратегии образования человека, которое будет независимо от места его проживания, образовательного уровня. Современное образование сегодня должно стать международным. Вузовское образование приобретает сегодня черты поликультурной системы. Оно развивает способность оценивать явления с позиции Человека, с позиции разных культур, разных социально-экономических формаций. В современном мире создается поликультурная среда, которая предполагает свободу культурного самоопределения будущего специалиста и обогащение его личности. Проявляется активное стремление к интеграции разных типов вузов в научно-образовательные мегаполисы континентального, межрегионального и государственного значения. Во многих развитых странах происходит объединение университетов с промышленными предприятиями. Следовательно, видится возможность формирования прочной базы для научных исследований и подготовки высококвалифицированных специалистов для организации современного производства.

Обращаясь к системе образования в России, отметим, что основными принципами развития отечественных вузов являются: взаимосвязь науки и практики в процессе подготовки квалифицированного специалиста; преемственность между всеми уровнями образования; высокая корпоративность выпускников университета; гражданственность воспитания студентов; интеллигентность и высокая духовность жизни вуза, независимо от политического строя и экономических условий в стране.

Следует отметить, что в России реформы в системе вузовского образования сопровождаются активным поиском идеального соответствия между сложившимися традициями в высшей школе и последними тенденциями, связанными с вхождением в мировую образовательную среду.

К числу инновационных тенденций в системе вузовского образования России можно отнести:

1. Развитие многоступенчатой системы образования, что способствует мобильности в сроках обучения и формирует у выпускников способность осваивать новые специальности на базе полученного высшего образования.
2. Оснащение современного вуза последними информационными технологиями, сплошное включение в систему Интернет, массовое развитие дистанционных форм обучения.
3. Появление университетских комплексов.
4. Переход отечественной высшей школы на самофинансирование.
5. Обновление стандартов профессионального образования с учетом современных мировых

требований.

Неудивительно, что вложения в инновации многократно окупаются, так как приживаются, как правило, наиболее жизнеспособные и исключительно рентабельные варианты. Во многих странах сейчас все больше уровень благосостояния измеряется степенью инноваций и массовостью их применения.

Образовательные и информационные технологии помогают в реализации базовых концептуальных идей и в достижении поставленных экономических целей. Для образования внедрение новшеств является главным помощником в повышении эффективности обучения, поэтому все развитые страны стремятся вводить в систему образования как можно больше новшеств. Для этого требуется, чтобы реформы во всех областях труда велись во взаимосвязи с общественным развитием и всегда носили организованный плановый характер.

Преобразования в социальной сфере и в системе образования находятся в непосредственной зависимости. Человек, живя в социуме, не может развиваться автоматически, сам по себе, отдельно от него. Реформы в сфере образования являются не только педагогическими, но и общественными проблемами. Имея ту же цель, что и новшества в обществе, они должны способствовать развитию и росту благосостояния.

Отметим, что само устройство системы образования подразумевает, что корни системы берут свое начало в природе, в сущности самого общества. Следовательно, система образования должна развиваться параллельно с другими областями общественной жизни.

С применением новых информационных и коммуникационных образовательных технологий сформировалась новая форма обучения – дистанционная. Теперь каждый учащийся школы или вуза может принять участие в международных образовательных, исследовательских проектах, онлайн-конференциях, дискуссиях, которые проводятся в различных зарубежных университетах.

Современный век – эра инновационных технологий во всех областях человеческой деятельности, эти инновации во многом определяют направление развития современного общества. Технологии развиваются так стремительно, что чрезвычайно трудно успевать за их движением.

Навыки работы с информацией действительно становятся в наше время ключевыми интеллектуальными умениями, лежащими в основе любой профессиональной и культурной компетенции. Именно поэтому ключевой задачей современной системы образования должна стать задача формирования данного умения.

В российской современной системе образования пока еще существует обилие проблем, от решения которых зависит успешное развитие образования в целом. А от того, насколько человек будет способен самостоятельно получать знания, мыслить и обрабатывать информацию, зависит возможность роста его дальнейшей профессиональной компетенции. Соответственно, сотрудник сможет использовать сформированные у него интеллектуальные навыки в профессиональной работе, развивая их и постоянно совершенствуя. Государству нужны образованные, самостоятельно мыслящие люди, которые могут оперативно принимать обоснованные решения.

Опыт многих стран, относительно недавно испытывавших некоторые трудности в социальной сфере и экономике, говорит о том, что ориентиром для успешного рывка в экономике и роста валового продукта необходимо сделать именно образование и науку. Следует придавать значительно большее значение методике обучения в системе образования России. Максимально эффективно применять информационные и коммуникационные технологии, тем самым доводя до совершенства модель образовательной системы и повышая уровень подготовки высококвалифицированных профессиональных кадров.

Список литературы:

1. Инновации в образовании: проблемы внедрения [Электронный ресурс] // innoros.ru: Агентство по инновациям и развитию. – Режим доступа: <http://www.innoros.ru/publications/interesting/11/innovatsii-v-obrazovanii-problemy-vnedreniya>.
2. Инновации в России [Электронный ресурс] // innovation.ru: Образовательный телеканал Стартап. ТВ – Режим доступа: <http://innovation.gov.ru/page/1119> Стартап.ТВ.
3. Инновации в системе образования: понятие, особенности, подходы к сравнению [Электронный ресурс] // m-economy.ru: Евразийский научно-аналитический журнал. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1417>.
4. Инновационные процессы и тенденции в образовательном процессе [Электронный ресурс] // moluch.ru: Научный журнал «Молодой учёный». – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/conf/ped/archive/97/4379/>.
5. Отличительные особенности российской системы образования [Электронный ресурс] //

edunews.ru: Интернет портал все для поступающих в вузы. – Режим доступа: <http://edunews.ru/education-abroad/sistema-obrazovaniya/v-rossii.html>.

6. Симонова М.В. «Перевернутый класс» на занятиях по испанскому языку в ВУЗе // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований: сборник научных трудов / под общ. ред. И.Г. Паршутинной. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ, 2016. – 364 с. – (Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, вып. 2). – С. 48-55.

7. Стратегическое управление инновационным развитием университетов России [Электронный ресурс] // futeruss.ru: Российский научно-практический журнал. – Режим доступа: http://futeruss.ru/expert_opinions/strategicheskoe-upravlenie-innovacionnym-razvitiem-universitetov-rossii.

8. Тарабаева В.Б. Инновационное развитие вузов: проблемы управления конфликтами: монография. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2011. – 324 с.

Ермолаева Марина Александровна

*студентка 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru*

Научный руководитель

Симонова Евгения Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru*

УДК 659.4:374.3

Елагин А.В.

СПЕЦИФИКА PR-ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

Современные социально-экономические условия, демографическая ситуация, сложившаяся в России, и реформы, проводимые в области образования, оказывают огромное влияние на деятельность образовательных учреждений. На данный момент государственные образовательные учреждения используют скорее пропаганду своего продукта, нежели профессиональные PR-технологии, отсюда и неизбежное снижение качества и эффективности позиционирования услуг. Именно поэтому для создания устойчивого позитивного имиджа и сильной репутации вуза на рынке образовательных услуг необходима грамотная и профессиональная разработка PR-кампаний.

Ключевые слова: PR-технологии, образование.

В переводе с английского PR (Public Relations) означает «связи с общественностью». Как известно, общественные отношения неразрывно связаны с экономическими. Образование, являясь важнейшей отраслью современной экономики, также имеет свои социально-экономические отношения, во многом обусловленные экономическим положением России.

PR – достаточно новое понятие для России, чаще всего это оно связано у нас с политикой и различными избирательными кампаниями. Для привлечения внимания к образовательным услугам в России также можно и должно применять PR-технологии, однако эти технологии применительно к образованию являются пока малоизученной сферой. На сегодняшний день коэффициент ресурса специалистов в сфере Public Relations в нашей стране очень мал, а специалисты, работающие в сфере PR, чаще всего предоставляют свои услуги коммерческим организациям и предприятиям.

Вместе с тем, нельзя утверждать, что PR, или связями с общественностью, образовательные учреждения разных уровней не занимаются совсем. Так, неосознанно каждое образовательное учреждение проводит собрания родителей будущих учеников или студентов, «дни открытых дверей», участвует в благотворительных акциях или спортивных соревнованиях – это и есть связь с общественностью. Однако образовательные учреждения используют скорее пропаганду своих различных услуг или товаров, нежели профессиональные PR-технологии.

Во все времена понятия, связанные с образованием, имели некий особый смысл. Образование воспринималось не просто как получение знаний, а как что-то гораздо большее. Слово «учитель» произносилось исключительно с большой буквы, а институты и университеты назывались «храмами» науки.

В последнее время отношение к образованию заметно изменилось, образовательные учреждения воспринимают скорее не как храм, а как предприятие, оказывающее образовательные услуги. На современном рынке образовательных услуг существует высокий уровень конкуренции как среди государственных, так и среди негосударственных вузов. При выборе учебного заведения как среди государственных, так и среди коммерческих образовательных учреждений качество оказываемых образовательных услуг является определяющим. Выбор вуза, способного обеспечить высокий уровень профессионального образования, становится для абитуриентов наиболее актуальной проблемой. Однако, для того чтобы вуз занял надежную позицию на современном рынке, требуется разработка грамотного стратегического и тактического плана по позиционированию образовательных услуг. Эту задачу можно реализовать только с помощью средств public relations, или связей с общественностью, технологии которого помогают создать имидж, являющийся гарантом надежного бренда образовательного учреждения [4].

Связи с общественностью в образовании можно охарактеризовать как удовлетворение интереса как к самому образовательному учреждению, так и к его образовательным услугам путем распространения информации через различные каналы с целью получения материальной выгоды. PR – это создание общественного мнения об образовательном учреждении для его успешной работы и повышения репутации.

PR является еще и одной из функций управления образовательным учреждением, т.к. способствует общению и сотрудничеству между организациями, поддерживает их расположение, общение, взаимопонимание, а также помогает руководству организации получать информацию об общественном мнении и позволяет ему вырабатывать ответные меры, предвидеть тенденции, быть готовым к различным переменам [5].

Предоставляя СМИ информацию об образовательном учреждении, рассылая пресс-релизы, содержащие информацию о новостях, интересных читателям или зрителям, вполне можно надеяться, что какое-либо издание обязательно опубликует эти материалы. Единственное условие, чтобы эта информация была интересна и за пределами образовательного учреждения. Важной и интересной информацией может являться не только история образовательного учреждения, но и необычные факты или интересные события, связанные с образовательным учреждением, известными и яркими людьми, работавшими или учившимися в нем когда-то – все, что может удивить и произвести впечатление на людей.

Для успешного паблисити важно учитывать и то, где размещено образовательное учреждение: располагается ли оно в историческом месте, либо здание представляет архитектурную ценность. Также необходимо четко определять потенциальный рынок сбыта образовательных услуг, а в соответствии с этим, уровни СМИ, которых следует привлекать: общероссийские, областные или районного масштаба.

Проводить PR-мероприятия наиболее уместно в праздничные дни: профессиональные (День Российской науки, День студента, День учителя, День годовщины образовательного учреждения и т.д.) Каждая, даже самая незначительная, работает на имидж образовательного учреждения. Потенциальным студентам и их родителям будет приятно узнать о награждениях учреждения или педагогов, что свидетельствует о результатах успешной работы образовательного учреждения. Предоставление убедительной и правдивой информации о высоком качестве предлагаемой услуги, несомненно, будет привлекать клиентов. Главной составляющей при планировании и реализации PR-кампании в вузе является маркетинговое позиционирование образовательных услуг. Необходимо объединение успешных образовательных проектов и широкое освещение их работы в прессе. Помимо пиара инновационных образовательных проектов, важную, огромную роль играет психологический климат образовательного учреждения. Передать его самобытность, качественную ценность можно только в процессе PR и межличностных коммуникаций [6].

Услуги образования нематериальны, как и основные предметы продвижения: узнаваемость, престижность и бренд. Здесь нужна особая маркетинговая политика, поэтому, планируя рекламную деятельность вуза, необходимо учитывать занимаемую им позицию, специфику предоставляемых образовательных услуг по отношению к потребителю, которая определяет и специфику рекламы вуза.

Каждая организация в процессе своего существования решает две группы проблем: взаимодействие с внешней средой и использование внутренних ресурсов. В соответствии с этим можно выделить два направления PR-деятельности образовательного учреждения – это «внешний» PR как одного из многочисленных конкурирующих поставщиков услуг рынке образования и «внутренний» PR данного учебного заведения в процессе образования.

PR в сфере образования – это не только философия, стратегия и тактика взаимодействия по-

требителей и производителей образовательных услуг, но и осуществление свободного выбора приоритетов и действий с обеих сторон, свободного обмена ценностями. Окончательным результатом PR-деятельности является наиболее эффективное удовлетворение потребностей:

- личности – в получении образования;
- образовательного учреждения – в адекватном результатах деятельности общественном мнении;
- сотрудников учреждения – в личностном росте, развитии и повышении материального благосостояния;
- фирм и прочих организаций-заказчиков – в росте и пополнении кадрового потенциала.

Самыми популярными средствами PR среди государственных образовательных учреждений являются: радио как самый недорогой способ распространения информации, охватывающий большую аудиторию; печатная продукция – буклеты, календари, листовки, реклама в печатных СМИ; выездные презентации, которые позволяют донести информацию до потенциальных клиентов. Огромные возможности в получении необходимой информации, а также в организации коммуникационной среды предоставляет Интернет. Он является той средой, которая позволяет потребителям дистанционно участвовать в различных телекоммуникационных олимпиадах, викторинах и форумах, которые являются «сейлз-промоушеном» и одновременно с этим предоставляют образовательные услуги. При проведении многочисленных мероприятий, связанных с информатизацией образования, предоставление качественных образовательных и воспитательных услуг посредством интернет-технологий является важным и актуальным, так как они могут способствовать расширению образовательного пространства учебного заведения, его интеграции в единое мировое образовательное пространство [13].

Очень действенным PR-средством продвижения образовательных услуг является объединение образовательных учреждений в ассоциации и союзы, вплоть до международных. Это не только предоставляет возможность увеличить долю рынка за счет расширения географических границ предоставления услуги, но и способствует формированию бренда компании, дает уверенность в высоких стандартах обучения, в престиже на международном рынке образования.

В настоящее время самым популярным инструментом PR в сфере образования является веб-сайт учреждения. Он не только предоставляет самую полную информацию об учебном заведении, но и способствует позиционированию учебного заведения, обеспечивает узнаваемость «бренда» учебного заведения и стимулирует потенциальных клиентов. Сайт может предоставлять обратную связь, например, через создание специализированных форумов.

Помимо вышеперечисленного, для образовательных учреждений одним из важных PR-средств является размещение сообщений и статей в печатной продукции. Сюда же относятся и различные публикации научных трудов, учебников и учебных пособий, авторами которых являются сотрудники образовательных учреждений.

Если образовательное учреждение – бренд, то оно занимает более выигрышную позицию по сравнению с конкурентами [3]. Бренд учебного заведения должен сочетать в себе узнаваемость не только учебного заведения, но и предоставляемых им услуг.

Технология построения бренда образовательного учреждения аналогична технологии построения товарного бренда. Этот процесс достаточно длительный, для его осуществления необходимо выполнить последовательность действий маркетингового характера:

1. Четко выстроить предложение (продукт) с учетом наиболее значимых для потребителя атрибутов и поддерживать устойчивое качество товара, проводя мониторинг запросов потребителей и товаров конкурентов.
2. Создать систему привязки марочной индивидуальности через разработку марочных атрибутов (например, название, логотип, имидж, элементы «упаковки»).
3. Обеспечить необходимые коммуникации, предъявить клиенту некоторый набор нематериальных ценностей.
4. Представить собственную систему ценностей, используя возможности современных рекламных технологий.

Используя перечисленные методы, следует осуществлять оценку PR-программы и, прежде всего, оценку ее эффективности. Измерить эффективность всей PR-политики организации невозможно, но можно правильно оценить отдельные PR-мероприятия и инструменты [1]. В сфере образовательных услуг наиболее подходящими являются методы оценки: опросы, фокус-группы, предварительное тестирование, контент-анализ. Методы оценки эффективности PR-мероприятий в такой сфере, как образование, должны использоваться более широко, расширение использования способов оценки PR-политики организации будет вести к повышению качества проводимых мероприятий и,

следовательно, к повышению качества предоставляемых услуг, что в свою очередь ведет к повышению квалификации работников, к интеллектуальному развитию молодежи.

На данный момент государственные образовательные учреждения используют скорее пропаганду своего продукта, нежели профессиональные PR-технологии, отсюда и неизбежное снижение качества и эффективности позиционирования услуг. Потребителю услуг не предоставляется право свободного выбора, спектр предлагаемых услуг для него ограничен. PR-технологии как раз и предназначены для того, чтобы осведомить потребителя о степени качества предоставляемых услуг и квалификации персонала. В арсенале PR-специалиста разнообразные методы и средства, применяемые для продвижения образовательных услуг – это пресса, телевидение, радио, реклама, сейлз-промоушн, презентации, благотворительные акции, устные средства, публичные мероприятия, BTL (below-the-line).

Таким образом, в общем виде связи с общественностью в образовательном учреждении – это возможность удовлетворения интереса к учебному заведению и его услугам через распространение информации посредством различных каналов. Конечная цель таких связей – различные выгоды, которые получит образовательное учреждение. PR – это организация общественного мнения в целях наиболее успешной работы образовательного учреждения и улучшения его репутации.

Список литературы:

1. Алексеева И. Как оценивать эффективность PR-кампании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bizentropy.biz/articles/84-kak-ocenivat-yeffektivnost-pr-kampanii.html>.
2. Даничев А.И., Смагина И.В. Применение информационных технологий в экономике // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – №2. – С. 370-376.
3. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 285 с.
4. Кирьянов М.В. Проблемы применения PR-технологий в государственных образовательных учреждениях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.createbrand.ru/biblio/pr/pr_v_gos.html.
5. Курач Е.В. О роли маркетинга в деятельности высшего учебного заведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/106-7431>.
6. Подорожная Л.В. Теория и практика рекламы: учебное пособие. – М.: Издательство «Омега-Л», 2011. – 344 с.
7. Сафоненко В.В., Смагина И.В. Особенности ведения электронного бизнеса // Экономическая среда. – 2014. – №1 (7). – С. 82-89.
8. Симонова Е.В. Интеграционные связи малого предпринимательства как условие его развития на современном этапе хозяйствования: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Орел, 2009. – 23 с.
9. Симонова Е.В., Красов В.О. Применение электронного документооборота в современном бизнесе // Экономическая среда. – 2013. – №4 (6). – С. 56-59.
10. Симонова М.В. «Перевернутый класс» на занятиях по испанскому языку в ВУЗе // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований: сборник научных трудов / под общ. ред. И.Г. Паршутиной. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ, 2016. – 364 с. – (Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, вып. 2). – С. 48-55.
11. Симонова М.В. Октавио Пас о языке и речи // Stephanos. – 2015. – №2 (10). – С. 134-141.
12. Строева О.А., Сибирская Е.В., Симонова Е.В. О необходимости формирования единой информационной площадки «Инновации России» // Вестник алтайской науки. – 2015. – №2 (24). – С. 265-271.
13. Шматов Г.А. Теория медиапланирования: учебное пособие. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2012. – 442 с.

Елагин Андрей Владимирович

*студент I курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru*

Научный руководитель

Симонова Евгения Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru*

Яковлева Е.А.

**АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ:
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

В статье раскрываются особенности проведения аудита эффективности в образовательных организациях, освещаются проблемы внедрения в практику аудита эффективности и методологические аспекты. Предлагается методика проведения аудита эффективности.

Ключевые слова: аудит, методология, образование, эффективность, методика.

Одним из достаточно распространенных видов аудита в зарубежных странах и новым, активно внедряемым в практику России является аудит эффективности.

Российское образование на современном этапе претерпевает значительные реформы, помимо государственных образовательных организаций, созданы и независимые самофинансируемые образовательные организации. Соответственно и финансовый контроль подобных организаций имеет свои особенности.

В соответствии с бюджетным законодательством проверка финансово-хозяйственной деятельности бюджетных образовательных организаций должна осуществляться не реже 1 раза в 2 года. Основной формой таких проверок является ревизия. При подобных проверках основное внимание уделяют соблюдению законодательства, наличию локальных нормативных актов, обоснованности утвержденного штата, фактической ситуации в области оплаты труда и другим направлениям целевого использования бюджетных средств. То есть вся проверка сводится к фиксации финансовых нарушений и принятию мер по устранению выявленных недостатков.

В связи с этим очень актуальным становится вопрос о расширении мероприятий в рамках осуществляемой проверки для оценки экономичности деятельности образовательной организации, ее продуктивности и результативности.

Данным требованиям всецело отвечает аудит эффективности. Он может как дополнять традиционный финансовый аудит, так и проводиться самостоятельно. Главное, что эффективная бюджетная сфера, ориентированная на результат, не возможна без создания соответствующих условий для внедрения аудита эффективности.

Различные трактовки понятия аудита эффективности как отечественных, так и зарубежных экономистов представлены в таблице 1.

При этом принципиально важно, чтобы аудит эффективности применялся повсеместно на каждом уровне государственной власти: федеральном, уровне субъектов и муниципальном.

Внедрению аудита эффективности сопутствует ряд проблем. Во-первых, отсутствие законодательно закрепленного понятия аудита эффективности. Во-вторых, нет утвержденных требований к квалификации персонала, проводящего такой аудит. В-третьих, не предусмотрено общей методики проведения аудита эффективности.

Но несмотря на все ограничения, методологическая основа аудита эффективности развивается. Разработан и утвержден Стандарт финансового контроля СФК 104 «Проведение аудита эффективности использования государственных средств» (утв. Решением Коллегии Счетной палаты РФ, протокол от 09.06.2009 №31К (668)). В качестве приложения к стандарту утвержден порядок действий в процессе организации и проведения аудита эффективности.

Разработка и внедрение методики проведения аудита эффективности в образовательных организациях позволит:

- сформировать единые принципы и подходы к организации аудита с учетом специфики сферы образования;
- сформировать единую методологическую базу;
- установить единые критерии оценки в зависимости от особенностей сферы образования;
- оценить результаты деятельности органов исполнительной власти всех уровней в сфере образования;
- предоставить объективную информацию по выявленным проблемам для разработки корректирующих мероприятий.

Таблица 1 – Определение понятия «Аудит эффективности»

Автор	Определение аудита эффективности
Рябухин С.Н.	Современная форма финансового контроля, которая играет большую роль в структуре учета в рамках государственной контрольной системы и имеет целью оценить направления и дать гарантии эффективной работы и экономического использования государственных ресурсов
Чарльз Т. Хорнгрен	Аудит эффективности представляет собой обзор, предназначенный для выяснения того, исполняются ли политики и процедуры, определенные высшим руководством
Джек С. Робертсон и Тимоти Дж. Лоуэрс	Под аудитом эффективности понимают изучение деловых операций с целью разработки рекомендаций относительно более экономного и эффективного использования ресурсов, результативности в достижении целей бизнеса и соответствия политике компании
Паркер Л.Д.	Аудит эффективности – оценка менеджмента и функционирования организации, а также исполнения работы в контексте экономичности, эффективности и результативности деятельности
Иванова Е.И.	Аудит эффективности можно определить как системный, целенаправленный и организованный процесс получения и экспертно-аналитической оценки объективных данных о результативности, экономичности и продуктивности экономической деятельности аудируемой единицы (органа государственной власти, органа управления, субъекта хозяйствования, организации, группы организаций или программы деятельности) с целью установить уровень соответствия этих данных определенным критериям и на основании этого выразить мнение об эффективности (результативности, экономичности и продуктивности) аудируемой деятельности или программы и дать рекомендации, направленные на улучшение эффективности
Карепина О.И.	Новый метод государственного финансового контроля, который позволяет с помощью критериальных показателей эффективности оценить эффективность управления финансовыми ресурсами и государственной собственностью, на основе анализа показателей эффективности разработать рекомендации по проведению мероприятий, направленных на получение экономического и социального результата от использования государственных финансовых ресурсов
Синева Е.Н.	Важный инструмент государственного финансового контроля, направленный на оценку эффективности, экономичности и рентабельности управленческой деятельности, а также выработку рекомендаций по устранению нарушений и дальнейшему повышению результативности использования бюджетных средств
Афанасьев М.П.	Новая ступень развития системы государственного финансового контроля, которая представляет собой независимую проверку, осуществляемую государственными органами внешнего контроля, с целью оценки результативности и экономности процесса расходования бюджетных средств и управления государственной собственностью

Как и в любой сфере, аудит эффективности образовательной организации состоит из следующих этапов:

- 1) Предварительный (планирование).
- 2) Основной.
- 3) Заключительный.

Предварительный этап является достаточно важным. Ему необходимо уделить должное внимание. Грамотная подготовка и планирование предстоящей проверки является залогом ее успешного, рационального и эффективного проведения.

В процессе планирования аудиторской проверки необходимо выполнить ряд мероприятий:

- 1) Проанализировать объект проверки – образовательную организацию, а именно:
 - законодательную базу в данной области, локальные нормативные акты (Устав, Положения и другие документы);
 - организационную структуру и систему управления;
 - объем государственных средств, направляемых на финансирование образовательной организации и его динамику за последние несколько лет;
 - материалы и результаты предыдущих проверок, отчеты по самообследованию и прочие документы.
- 2) Определить приоритетные задачи и вопросы, которым будет уделено повышенное внимание;
- 3) Оценить ресурсы контрольного органа (расходы на транспорт, командировки, привлекаемых специалистов, трудоемкость);
- 4) Оценить работу системы внутреннего контроля, системы менеджмента качества, уровень существенности и степень наличия рисков;
- 5) Разработать критерии оценки и согласовать их с экспертами;

6) Подготовить общий план и программу проведения аудита эффективности.

Критерии эффективности должны разрабатываться для достижения качества внешней и внутренней эффективности образования. Экономическая эффективность системы образования определяется как соотношение полученного результата к затратам на его достижение.

К основным источникам критериев оценки эффективности относятся:

1) Законодательная база и нормативные акты в области бухгалтерского учета, аудита и образования;

2) Отчеты и планы образовательных организаций, материалы предыдущих проверок;

3) Общепринятые нормы.

Критерии оценки эффективности должны отвечать следующим принципам:

1) Четкость. Формулировки самих критериев должны быть ясными и грамотными, не допускающими разного толкования как со стороны аудиторов, так и аудируемых лиц.

2) Достаточность. Количество критериев может быть различным и зависеть от особенностей проверяемой образовательной организации. Главное, чтобы их количество позволяло сформировать обоснованное и независимое мнение по результатам аудита и соответствовать поставленным на этапе планирования задачам.

Также критерии указывают на значения показателей, которым должна соответствовать образовательная организация. Критерии оценки эффективности в обязательном порядке должны включаться в программу проверки.

Программа проверки является основным документом для аудитора, его инструкцией, а также средством контроля выполненной работы. Программа проведения аудита должна включать: основание для проведения аудита, проверяемый период, сроки проведения проверки, состав аудиторской группы, перечень разделов проверки, уровень существенности, трудоемкость.

Аудит государственных закупок в обязательном порядке входит в программу проверки образовательных учреждений. При проверке данного пункта программы необходимо руководствоваться Методическими рекомендациями по проведению аудита в сфере закупок (утверждены Коллегией Счетной палаты Российской Федерации от 21 марта 2014 г. №15К (961)).

Основной этап аудита эффективности подразумевает собственно проверку в соответствии с утвержденной программой.

Контрольные мероприятия проводятся путем инспектирования, наблюдения, запросов, подтверждения, пересчета и аналитических процедур.

В ходе проведения проверки идет сбор доказательств и формируется рабочая документация.

На заключительном этапе формируется мнение аудитора, оформляются отчеты и рекомендации. Выводы аудитора должны основываться на тщательном и всестороннем анализе рабочих документов и полученных доказательств в соответствии с разработанными критериями.

В случае выявления данных, которые невозможно оценить с помощью утвержденных критериев, необходимо дополнительно изучить обнаруженную проблему.

Завершающей процедурой является оформление аудиторского заключения и подготовка рекомендаций по совершенствованию деятельности образовательной организации и повышения эффективности использования бюджетных средств.

В современной России система образования приобрела свою специфику, отличную от прочих бюджетных организаций, и значение эффективности использования бюджетных средств в условиях кризиса существенно растет. Поэтому необходимость развития методологической базы и правовой среды для осуществления аудита эффективности особенно актуальна.

Список литературы:

1. Методика проведения аудита эффективности использования государственных средств, Принята решением Коллегии Счетной палаты Российской Федерации от 23 апреля 2004 года, протокол №13 (383).
2. Стандарт финансового контроля СФК 104. Проведение аудита эффективности использования государственных средств // Бюллетень Счетной палаты. – 2009. – №7.

Яковлева Екатерина Александровна
студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: yea85@yandex.ru

Научный руководитель
Шапорова Ольга Александровна
д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: shapорова8484@mail.ru

Соломон Ю.В.

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

В данной статье затрагивается тема информатизации системы образования. Процесс информатизации образования поставил в качестве одной из главных задач обучения использование возможностей новых информационных технологий, методов и средств информатики для реализации идей развивающего обучения, интенсификации всех уровней учебно-воспитательного процесса, повышения его эффективности и практической подготовки подрастающего поколения к жизни в условиях информационного общества.

Ключевые слова: информатизация, образование, информационное общество.

Информатизация системы образования в настоящее время является обязательным условием создания интеллектуальной базы информационного общества. Необходимость информатизации образования видится нам в глобальной рационализации интеллектуальной деятельности, в первую очередь за счет использования новейших информационных технологий, радикального повышения эффективности и качества подготовки будущих специалистов с принципиально новым типом мышления, создания новой информационной культуры посредством индивидуализации образования. Так, за период существования персональной информатики разработаны новые образовательные технологии, выявилась особая роль сети Интернет в образовании. Например, в Европе уже сегодня 37% пользователей сети Интернет используют ее в образовательных целях – это получение учебных и образовательных материалов и дистанционное образование с применением средств виртуальной реальности.

Сегодня в мире наблюдается развитие процессов глобальной информатизации всех сферах общественной жизни. Причем от уровня информационно-технологического развития и темпов его роста зависит состояние экономики, уровень жизни людей и в целом национальная безопасность и роль нашего государства в мировом сообществе.

Во всем мире наблюдаются интенсивные процессы информатизации образования, разрабатываются способы повышения результативности общего образования, вкладываются огромные средства в разработку и внедрение новых информационных технологий. В образовании широко стало применяться дистанционное обучение как важнейший компонент складывающейся системы открытого образования.

Информатизация образования – процесс обеспечения сферы образования методологией и практикой разработки и наилучшего применения нынешних средств ИКТ, ориентированных на осуществление психолого-педагогических целей обучения, развития.

Можно выделить важные цели информатизации образования:

1. Увеличение результативности образования полагает, что информатизация образования обязана приводить к более результативному выполнению общественного образовательного заказа. Данная цель дифференцируется: рост результативности развития экспертов, конкурентоспособных на рынке труда; увеличение результативности развития граждан общества, владеющих базовой системой ценностей.

2. Увеличение эластичности и конфиденциальности образования полагает, что информатизация образования обязана сделать образование более гибким и доступным в смысле соответствующего реагирования на видоизменения общественного образовательного заказа.

3. Формирование информационной культуры полагает создание всеобщих навыков применения информационных технологий как педагогами, так и обучающимися для роста результативности их дела.

На сегодняшний день можно выделить основные тенденции в направлении информатизации образования: информатизация как техническое снабжение системы образования; информатизация как введение новейших информационных технологий в образование; информатизация как развитие информационной культуры субъектов и объектов системы образования; информатизация как основание информационного пространства (информационного общества) учреждения.

Средства информационных и коммуникационных технологий (средства ИКТ) – это программные, программно-аппаратные и технические средства и механизмы, работающие на базе микропроцессорной, вычислительной техники, а также нынешних средств и систем транслирования информации, информационного обмена, снабжающие операции по расходованию, продуцированию,

накапливанию, сохранению, обрабатыванию, трансляции информации и вероятность выхода к информационным ресурсам локальных и глобальных компьютерных сетей.

Для педагогов информационно-коммуникационные технологии приносят максимальный эффект при их применении в данных условиях: в период проведения урока; в проектной работе при формировании материалов к урокам; во время выступления на собраниях, советах и т.п.; в процессе образования и трансляции общешкольных сообщений; в процессе научной работы; при обмене опытом как внутри школы, так и между школами.

Для обучающегося информационно-коммуникационные технологии приносят максимальный эффект при их применении в данных условиях: для более полного понимания учебной программы; в проектной работе; при формировании мультимедийных изобретений; при создании презентаций; в локальной и глобальной сети.

Можно прийти к выводу, что основной движущей силой для преподавателей в данной направленности проявляется увеличение степени профессиональной культуры.

Следствия, побуждающие преподавателя к применению ИКТ на уроке, следующие: рост степени профессиональной культуры; уменьшение трудоемкости процесса проверки и консультирования; формирование продуктивного сотрудничества с обучающимися; вероятность применения собственного опыта и методик; увеличение степени функциональной грамотности в области ИКТ; переход от роли преподавателя-транслятора познаний к роли преподавателя-тьютора; вероятность самореализации и самоутверждения; вероятность тиражирования личного преподавательского опыта; увеличение престижа среди обучающихся; увеличение авторитетности между коллегами; вознаграждение администрации.

Применение компьютерной техники на общеобразовательных уроках способствует увеличению у обучающихся заинтересованности в дисциплине; облегчению формирования у обучающихся главных взглядов по проходимой теме, так как они могут гораздо быстрее усвоить новейший материал, обратившись к справке или сделав лабораторную работу на компьютере; подготовке к самостоятельному изучению предметов; обнаружению и формированию навыков овладения определенными познаниями, нужными для использования в практической работе; умственному воспитанию обучающихся.

Возможности современных информационных технологий дают возможность преподавателю значительно интенсифицировать процесс изучения, предоставив компьютеру роль транслятора учебной программы и объективного экзаменатора, предельно освободив при этом время на занятии.

Одной из форм применения компьютера во внеклассной деятельности является создание презентаций, докладов, учебных работ самими учениками. Таким образом обучающиеся не только расширяют познания по теме, но и используют ранее приобретенные знания для проведения анализа и синтеза изученного материала.

Все это стимулирует умственную активность, формирует творческие навыки обучающихся, содействует экспансивному самоутверждению в глазах окружающих.

В данном случае компьютер играет роль инструмента творчества, но вместе с тем идет процесс изучения, усвоения богатых потенциалов компьютера.

Применение в преподавании учебных дисциплин мультимедийных продуктов, образованных самими обучающимися, содействует:

- формированию заинтересованности к проходимой дисциплине;
- стимулированию инициативности и независимости обучающихся при сборе материалов, при работе с литературой, во внеклассной деятельности;
- развитию способностей совместного труда при обсуждении вопросов, улучшению этики общения и письменной речи обучающихся;
- беспристрастной проверке знаний, качества изучения материала обучающимися.

Состояние сегодняшней системы образования в нашей стране и в целом тенденции развития общества требуют срочного решения проблемы опережающего развития системы образования на основе информационных технологий, а также создания в России единой образовательной информационной среды. Информатизация требует коренных изменений содержания, методов, а также организационных форм образования. Внедрение современных информационных технологий в образование дает возможность повысить качество образования.

Информатизацию образовательной системы можно рассмотреть как обязательное и абсолютное условие для создания интеллектуальной базы создаваемого «информационного общества».

Анализ современных направлений развития процесса информатизации образования показывает, что его рациональная организация в интересах дальнейшего научно-технического, социально-

экономического и духовного развития общества представляет собой сложнейшую и весьма актуальную научно-организационную и социальную проблему. Для решения этой проблемы необходимо скоординированное и постоянное взаимодействие специалистов образования и науки, а также эффективная поддержка этого взаимодействия со стороны государственной власти и органов местного самоуправления.

Список литературы:

1. Высоцкий И.Р. Компьютер в образовании // Информатика и образование. – 2010. – №1. – С. 86-87.
2. Савина А.Г., Блок А.В. Формирование структуры и содержания учебно-методических комплексов дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС // Фундаментальные исследования. – 2014. – №5-5. – С. 1092-1098.
3. Савина А.Г., Музалевская А.А. Реализация дидактических возможностей инфокоммуникационных технологий в информационном обеспечении управления образовательным процессом вуза // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №3 (33) – С. 85-90.
4. Симонова М.В. «Перевернутый класс» на занятиях по испанскому языку в ВУЗе // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований: сборник научных трудов / под общ. ред. И.Г. Паршутинной. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ, 2016. – 364 с. – (Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, вып. 2). – С. 48-55.

Соломон Юлия Владимировна

*студентка 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru*

Научный руководитель

Симонова Евгения Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru*

УДК 005.963

Баева А.А., Лядченко А.В.

ПРОБЛЕМА МАСШТАБНОСТИ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

В данной статье рассмотрены основные понятия и структура процесса обучения и развития персонала, как основных направлений кадровой политики организации.

Ключевые слова: обучение, развитие, система управления персоналом, организация повышения квалификации.

В современном обществе успех любой организации, в первую очередь, зависит от такого важнейшего фактора как способность данной организации в условиях быстрого устаревания профессиональных навыков повышать квалификацию своего персонала.

Необходимым элементом менеджмента организации является обучение и развитие персонала. Актуальность выбранной проблемы заключается в том, что обучение персонала не имеет значительной масштабности. Лишь крупные организации могут себе это позволить, а соответственно для малых предприятий это недостижимый уровень.

Кадровый потенциал компании, выступающий основным стратегическим фактор и определяющий ее успех, несомненно, должен совершенствоваться. Качественные и количественные характеристики персонала определяют возможность реализации стратегии развития, расширения и оптимизации производственной, коммерческой, финансово-хозяйственной деятельности, способствуют росту качества продукции и услуг, производительности труда. Именно мероприятия, способствующие развитию персонала, позволяют увеличить кадровый потенциал компании.

Развитие персонала является одним из важнейших направлений деятельности по управлению персоналом и факторов успешной работы предприятия. При этом инвестирование в развитие кадров играет большую роль, чем инвестирование в развитие и улучшение производственных мощностей. Развитие персонала включает ряд мероприятий, направленных на повышение квалификации и совершенствование социально-психологических характеристик работников. Это охватывает, в первую

очередь, профессиональное обучение, которое позволяет получить необходимые знания, умения, навыки и в последующем опыт. Вместе с тем, развитие персонала предполагает повышение квалификации и переподготовку (или переквалификацию). Так, повышение квалификации должно носить регулярный характер и способствовать росту профессиональных знаний, умений и навыков. А переквалификация позволяет получить дополнительное образование с учетом производственной необходимости, организационной потребности и желания обучаемого. Это может быть любая профессиональная переориентация. В таком случае целью переквалификации считается получение сотрудниками совершенно новой специальности.

Для эффективного решения задач организации требуются пригодные для этого люди, которые должны развиваться не только как высокопрофессиональные работники, но и как личности.

Необходимыми факторами развития персонала выступают организационная поддержка работников, способных к обучению и имеющих соответствующее желание; активное распространение знаний и лучшего опыта в данной сфере деятельности; приоритет обучения молодых высококвалифицированных работников; понимание и осознание администрацией и собственниками актуальности и значимости развития персонала.

Главная цель предприятия – получение максимальной прибыли. При этом, кадровая политика должна быть направлена на разумное руководство людьми, грамотное управление персоналом, а не только на достижение главной цели предприятия. Помимо непосредственного влияния на финансовые результаты компании, капиталовложения в профессиональное развитие способствуют созданию благоприятного климата в организации, повышению мотивации сотрудников и их преданности коллективу и организации в целом, обеспечивают преемственность в управлении. Профессиональное развитие оказывает положительное влияние и на самих сотрудников. Повышая квалификацию и приобретая новые навыки и знания, они становятся более конкурентоспособными на рынке труда и получают дополнительные возможности для профессионального роста как внутри своей организации, так и вне ее. Это особенно важно в современных условиях быстрого устаревания профессиональных знаний.

Одними из основных направлений проводимой кадровой политики или системы управления персоналом являются обучение и развитие персонала. Итак, приведем определения основных объектов рассматриваемой проблемы:

Развитие персонала – приобретение сотрудниками новых компетенций, знаний, умений и навыков, которые они используют или будут использовать в своей профессиональной деятельности. Основные методы профессионального развития: профессиональное обучение, развитие карьеры, образование [4].

Таким образом, главной целью развития персонала является обеспечение организации мотивированными и информированными сотрудниками, которые смогут обеспечить решение задач, поставленных перед предприятием.

Обучение персонала – процесс формирования у сотрудников организации специфических профессиональных навыков посредством специальных методов обучения [4].

По нашему мнению, основополагающим из вышеприведенных подсистем управления персоналом можно считать обучение, ведь от качества получения профессионального образования напрямую зависит эффективность развития персонала в организации.

Обучение означает действия, которые разрабатываются в рамках конкретной концепции обучения сотрудников и ориентирующиеся на постоянстве их совершенствования. Эти меры непосредственным образом влияют на повышение квалификации и производительности труда, а также удовлетворяют личную потребность персонала в обучении.

Нельзя не согласиться с мнением А.Я. Кибанова, утверждающим, что обучение персонала представляет собой основной путь получения профессионального образования, который будет необходим для эффективного развития и функционирования организации [3].

Необходимость обучения персонала может быть вызвана изменениями как внешних условий (законодательство, техника и технология, социальные явления, новые конкуренты), так и внутренних условий организации (внедрение новых технологий на предприятии, появление новых рабочих мест, расширение сфер деятельности, реструктуризация производства и т.п.).

Проектирование системы обучения представляет собой очень трудоемкий процесс, в первую очередь, со стороны затрат, как финансовых, так и временных. Следовательно, первоначально предприятию необходимо оценить свои возможности в осуществлении данного процесса.

Следует подчеркнуть, что комплекс взаимосвязанных элементов, направленных в первую очередь, на организацию обучения и процесса адаптации персонала, а также выработку стратегии подбора персонала и карьерного роста – это развитие персонала.

Во многом, методологию обучения и развития персонала определяют виды, формы, подходы и методы. Предметом обучения являются: знания, умения, навыки, способы общения (поведения).

Существуют следующие виды обучения и развития персонала:

1. Профессиональная подготовка, заключается в получении начального, а также среднего или высшего профессионального образования.
2. Повышение квалификации - прохождение различных курсов обучения по направлению организации.
3. Переподготовка кадров - овладение новыми знаниями и умениями или обучение, а также переобучение новой специальности или профессии.

Все эти виды, по своей структуре отличаются друг от друга, но при этом основываются на единых принципах: научности и оперативности, экономичности, перспективности, согласованности, специализации, оптимальности и достаточности, а также преемственности [1]. Данные принципы в совокупности представляют собой единую систему, на которую необходимо опираться при планировании и совершенствовании процесса обучения персонала.

Обучение персонала является важнейшим инструментом, с помощью которого руководство получает возможность повышать потенциал человеческих ресурсов и оказывать влияние на формирование организационной культуры.

Стратегия управления персоналом организации – это состав и последовательность принимаемых решений по использованию кадровых ресурсов, с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, которые позволяют данной организации в определенном интервале времени достичь поставленных целей за счет выработки соответствующей системы воздействий на персонал [5].

На данный момент существует два основных метода обучения персонала организации: на рабочем месте и вне его.

Первый характеризуется тесной связью с повседневной работой и упрощает вхождение в учебный процесс сотрудников. Немаловажной особенностью является оперативность и наименьшие затраты. К данному методу относятся:

1. Инструктаж – разъяснение и демонстрация приемов работы на рабочем месте, как сотрудником, так и подготовленным инструктором, также ограничен во времени.
2. Ротация – временное перемещение работника на другую должность для приобретения навыков.
3. Наставничество – традиционный метод обучения, особенно распространенным там, где практический опыт играет исключительную роль в подготовке специалистов. Данный метод требует особой подготовки и склада характера от наставника, которым практически невозможно стать по распоряжению сверху.

Второй связан с отвлечением работника от его рабочих обязанностей. При этом, данный метод является наиболее эффективным, но с немалыми затратами. Как правило, предусмотрен для руководителей и высококвалифицированных специалистов. Данный метод включает в себя:

1. Лекция – изложение большого объема учебного материала в короткий срок, слушатели являются пассивными участниками происходящего. В результате практически отсутствует обратная связь, инструктор не контролирует степень усвояемости материала и не может внести коррективы в ход обучения.
2. Рассмотрение кейсов – анализ и групповое обсуждение гипотетических или реальных ситуаций, которые могут быть представлены в виде описания, видеофильма и т.д.
3. Деловые игры – метод обучения, наиболее близкий к реальной профессиональной деятельности обучающихся.
4. Видеотренинг – это активная форма обучения с использованием видеозаписи практических упражнений. Видеоанализ позволяет участникам увидеть себя со стороны, скорректировать индивидуальный стиль делового поведения.
5. Самостоятельное обучение.

В свою очередь, обучение именно руководящего состава играет важную роль для функционирования организации, ведь работа руководителей непосредственным образом влияет на результаты труда подчиненных.

Обучение и развитие персонала организации, которые являются направлениями системы управления персоналом, могут придерживаться многих научных подходов, например, ситуационный, целевой, информационный и т.д. Однако, мы сторонники мнения Шаталовой Н.И., которая выделяет лишь два подхода: системный и процессный. Первый подразумевает организационную и методоло-

гическую сторону процесса обучения, а второй акцентирует внимание на результатах обучающей деятельности [2].

Обучение и развитие персонала организаций, компаний является одной из стратегических задач, так как функционирование целых отраслей в значительной степени зависит от степени квалификации и профессионализма кадрового состава работников.

Руководство некоторых организаций считает, что обучение персонала не имеет важность и можно не тратить на это средства, а следует принимать на работу специалистов, которые уже обладают требуемой квалификацией. При этом, руководство любой организации может столкнуться с тем, что если не вложить деньги в повышение уровня знаний и в развитие профессиональных навыков своих работников, то отдача от них организации с каждым годом будет уменьшаться. Однако, создание условий для роста работников, повышение их профессионального потенциала и, конечно, инвестиции в персонал предполагает более высокую отдачу в несколько раз, чем расходы для решения производственных задач. Поэтому, несмотря на достаточно сложное финансовое положение большинства российских организаций, расходы, связанные с обучением персонала выходят на первый план. Все больше организаций понимают, что только обученный, высококвалифицированный персонал будет решающим фактором развития предприятия и выигрышным рычагом в конкурентной борьбе.

В настоящее время считается что, развитие производства в полной мере зависит от максимальной производительности, конкурентоспособности и качества. Это в свою очередь, может быть достигнуто лишь при участии каждого сотрудника в производственном процессе как на своем рабочем месте, так и в целом на предприятии.

Важным аспектом проблемы в обучении и развитии персонала организации является желание сотрудников. Если они будут к данному процессу относиться несерьезно, соответственно и эффект будет незаметен, ведь стопроцентный успех от проведения программ обучения зависит на 80% от подготовки и на 20% от способностей и желания обучающихся.

Система обучения и повышения квалификации работников компании, по мнению М.Б. Курбаковой, будет эффективной лишь в том случае, если она тесно связана с важнейшими направлениями работы по управлению персоналом, системой стимулирования труда, работой с резервом на руководящие должности, программами развития персонала и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что на любом предприятии необходимо обучение и развитие персонала. Именно благодаря профессиональному развитию и обучению повышается трудовой потенциал каждого сотрудника, который в конечном итоге будет способствовать развитию всей организации. Следовательно, развитие и обучение персонала на предприятиях любых сфер деятельности и форм собственности в настоящее время являются необходимостью. Каждый руководитель, делая выбор о развитии и обучении персонала, должен знать, что данный ряд мер поможет сохранить работоспособность, адаптировать сотрудников к различным условиям на предприятии, подготовить их выполнять более сложные задачи, организовать социально-психологическую взаимопомощь.

Список литературы:

1. Глухенькая Н.М. Обучение и развитие персонала: принципы, подходы, методы // Профессиональное образование. Столица. – 2015. – №1. – С. 42-44.
2. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 298 с.
3. Корпоративное обучение персонала организации: монография / Н.И. Шаталова, Г.Б. Кораблева, В.И. Столяров и др.; под ред. Н.И. Шаталовой. – Екатеринбург: УрГУПС, 2011. – 280 с.
4. Управление организацией: энциклопедический словарь / под ред. А.Г. Поршнева, А.Я. Кибанова, В.Н. Гунина. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 822 с.
5. Управление персоналом: учебник. / под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 552 с.

Баева Анастасия Александровна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
телефон: 89155009628*

Лядченко Анна Валерьевна

*студентка 4 курса факультета экономики и управления
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: annu52736@mail.ru*

Научный руководитель

Алехина Лариса Леонидовна

*к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: allar9372@mail.ru*

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

УДК 796.011.1

Черненко Р.И., Гуськов В.М.

ВЛИЯНИЕ СПОРТА НА РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ

В последнее время спорт становится всё более популярным занятием среди людей, но мало кто знает о его главных особенностях. Цель этой работы – показать, как данная физкультура и спорт могут повлиять не только на физическое здоровье человека, но и на становление высококонкретной личности.

Ключевые слова: физическая культура и спорт; личностные качества; морально-этическое воспитание; формирование воли; процесс самореализации; самопознание и самосовершенствование.

В современном мире спорт является неотъемлемой частью жизни многих людей. Каждый из нас хоть раз посетил тренировку либо присутствовал на занятиях физической культуры в школе. Но не всякий знает о тонкостях этих дисциплин. И в нашей работе мы хотели бы раскрыть одну из главных направленностей спортивной жизнедеятельности.

По нашему мнению, человек первоначально должен заботиться не о совершенствовании своего тела, а о развитии и становлении личности, которая, в свою очередь, будет сознательно заботиться о совершенстве тела. Таким образом, занятия спортом служат делу воспитания гармоничного человека, и не совсем неважно, какого вида эта спортивная деятельность.

В понятие гармоничного развития человека, помимо антропометрических данных, которые во многом определяются наследственными факторами, трудно изменяющимися в лучшую сторону, следует также включать единство, согласованность и соразмерность «нетелесных», присущих только человеку качеств (воля, нравственность, эстетичность, интеллект). И всё это в аспекте единства духа и тела.

При таком понимании гармоничности развития ведущей становится общая направленность личности, понимаемая как потребностно-мотивационная в рамках общей культуры.

Физическая культура – это взаимодействие как минимум трёх черт личности человека:

- правильной ценностной ориентации в образе жизни;
- определённого уровня физической подготовленности и образованности;
- наличия потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями с целью активного процесса самосовершенствования.

Самым необходимым условием для свободного развития и раскрытия своих физических и духовных сил является осмысленное тяготение каждого человека к достижению физической культуры.

Систематические занятия спортом благоприятно влияют на развитие таких коммуникативных способностей человека, как общительность, коммуникабельность, порыв к творчеству, самостоятельность в принятии решений.

Активные занятия спортом – это не особо продолжительный период в жизни человека. Однако этот период крайне важен, поскольку именно в этот отрезок времени происходит основное формирование человека как личности. Но надо заметить, что организация спортивной деятельности должна находиться под разумным, гуманистически направленным, единым педагогическим управлением, а не быть бесконтрольной.

При пренебрежительном отношении к данному требованию спортивный коллектив не часто формирует позитивную жизненную позицию личности. Нередко в таких случаях сталкиваешься с корпоративной моралью и эгоистическим настроем. В основном это происходит, когда спортивные наставники стремятся воспитать, в первую очередь, спортсмена, а не человека.

Среди большого разнообразия спортивных дисциплин особо следует выделить многоборные и игровые виды спорта. Сейчас всё большее распространение получают первые из них, а вторые привлекают как коллективизмом, так и тем, что в процессе игровой деятельности антропометрические данные во многом нивелируются за счёт потребности в разных амплуа и совершенствования правил состязания.

На наш взгляд, в спортивной деятельности можно отметить ряд значимых функций, влияющих на формирование личности человека:

- познавательную;
- информационную;
- эстетическую;
- регулятивную;
- социализирующую;
- гедонистическую;
- коммуникативную;
- воспитательную;
- семиотическую;
- рекреационно-оздоровительную.

Также нужно выделить некоторые качества, которые формируются у человека в процессе занятий спортом: радость побед и горечь поражений, умение извлечь из этого полезный для себя урок, повышенное чувство долга и ответственности перед коллективом и обществом, уразумение своей чести и достоинства, участия и сопереживания, совесть в ведении спортивной борьбы.

Специфической особенностью любого вида спорта являются соревнования. Они положительно влияют на формирование личности. В самом спорте предписана постройка взаимоотношений, хотя правила бывают строгими. Однако большинство спортсменов всё же придерживаются правил соперничества. В этой конкуренции заключена нужда получения побед и золотых медалей, достижения высот, установления новых рекордов. Но прелестью спорта – это не только соревнования, но и морально-этическое воспитание личности. Ведь одолеть соперника можно не только за счёт физической силы, но и благодаря волевым усилиям, размышлениям и мгновенным разумным решениям, а также эмоциональному настрою и правильной подготовке к соревнованиям. В наши дни спорт является неотъемлемой частью при воспитании подрастающего поколения. Ведь спорт даёт здоровое поколение как в физическом, так и в морально-этическом направлении, а взамен он требует всего лишь тренировки и ничего более.

Спорт также придаёт людям уверенности в себе и своих силах. У каждого человека, в том числе и у спортсмена, есть необходимость оценивать себя и свои возможности. Все наши действия постоянно кем-то оцениваются. Из этого у человека складывается определённая самооценка. Повышение уровня самооценки влияет на волевые стремления и построение цели, плодотворность, качество и полезность человеческой деятельности. А как это проявить спортсмену? Правильно – благодаря соревнованиям. Следовательно, спортивный результат является базисом самооценки спортсмена. Можно сказать, что, продвигаясь вверх по лестнице спортивной карьеры, происходит рост и в общении с людьми и в других сферах жизни и деятельности, помимо команды.

Конечно, победы приносят человеку дополнительный запас энергии и уверенности в своих силах, что положительно отражается на всей его жизни, особенно в процессе становления индивидуума как личности. Однако победа не нужна для убеждения в превосходстве сил над соперником. Спорт, награды, победы – средство, а не цель.

Также благодаря спортивной деятельности происходит развитие и интеллектуальных способностей человека. Это происходит в процессе творческого поиска овладения техникой и тактикой, умения управлять своими эмоциями, находить моментальные решения и принимать их. Следовательно, у человека всё это откладывается в голове и на подсознательном уровне проявляется в его действиях и поступках в социальных ситуациях.

Всё это оказывает содействие развитию глубины, широты, критичности, гибкости мышления, а также познавательной активности, чему в значительной мере способствует международный характер и многоконтентность общения в сфере спорта.

С эстетической точки зрения главным в занятиях спортом является познание красоты телосложения и движения, демонстрация этой красоты, неиссякаемых физических и духовных возможностей человека.

И.А. Ильин, рассуждая о красоте, пишет, что каждый человек получает свой телесный облик не как нечто окончательное и завершённое, а как некий исходный материал, обработка и формирование которого поручается его душе. Человек является творцом своего тела, и все, что он переживает в душе, незамедлительно и неизбежно запечатлевается в его теле и в чертах его лица. Поэтому внутреннее уродство может исказить и самое красивое лицо, а внутренняя красота преобразить и самые неудачные черты. О преображающем воздействии духовной красоты человека на его телесный облик писал также философ П.А. Флоренский и другие русские мыслители.

Таким образом, в традиционной русской культуре красота человека определяется духовным его развитием и красотой его души, проявляющейся во внешнем облике, телесной красоте.

Феномен эстетики тела можно трактовать в трех аспектах:

- природное тело – это биологическое тело индивида, подчиняющееся законам существования, функционирования, развития живого организма;
- социальное тело – результат взаимодействия естественно данного человеческого организма с социальной средой;
- культурное тело – продукт культуросообразного формирования и использования телесного начала человека.

Также в контексте осмысления эстетики тела формируется понятие «телесной эстетики» – «телесности». Под этим концептом понимается тело с присущей ему двигательной активностью и экспрессивными формами проявления, а также красота и грация.

Под «эстетикой тела» можно понимать набор социокультурных характеристик, которыми наделяется телесная фигура индивида в различные исторические эпохи. Вместе со смыслами тела в различные исторические эпохи формируются определённые комплексы телесных практик.

В волевом отношении невозможно достичь продуктивного результата в спорте, не преодолев целый комплекс как объективных, так и субъективных трудностей. Когда повседневно человек ведёт напряжённую борьбу с самим собой, появляется благоприятная атмосфера для создания объективных условий с целью формирования таких жизненно важных волевых качеств человека, как настойчивость, целеустремлённость, смелость и решительность, самодисциплина и инициативность.

Можно также отметить, что многие люди налаживают отношения с помощью спорта, познают других людей и себя. Как правило, на первый план выходит возможность выражения своих чувств. Более того, спорт обладает и важной практической пользой: у людей уменьшается тревожность, напряжение и агрессия, улучшается состояние здоровья. Спорт – это своего рода антидепрессант, помогающий хоть на время забыть о своих проблемах, разгрузиться и просто отдохнуть, проводя это время с пользой для организма.

Конечно, не все люди имеют возможность заниматься профессиональным спортом. Но занятия физической культурой в секциях, спортзале, кружках и т.д. помогают личности устоять в жизненных ситуациях. Как-никак спорт развивает правильную координацию движений, силу духа, благотворно влияет на сердечно-сосудистую, иммунную системы и на организм в целом.

Тем не менее, многие люди считают, что физическая активность не оказывает никакого влияния на здоровье человека, что это бесполезная и бессмысленная трата времени. К сожалению, это мнение ошибочно. Именно регулярные нагрузки, хоть и не продолжительные по времени или не особо тяжёлые по степени трудности, способны поддерживать в постоянном тонусе организм человека, укреплять мышцы, здоровье. Поэтому многие женщины активно ходят в фитнес-центры и охотно занимаются спортом. Кто-то из них хочет быстро похудеть, а кто-то поддерживать свою фигуру в идеальном состоянии. Но это не главное. Главное то, что они знают о пользе спортивных упражнений и поставили себе цель, к которой они приближаются с каждым занятием.

Все люди рано или поздно стареют. Им становится скучно сидеть дома, читать книги и газеты, смотреть телевизор или покорять просторы виртуальной жизни.

Спорт – вот идеальный выход, который может прийти им на помощь. Спортом можно заниматься с удовольствием в любом возрасте. Кроме того, он особо полезен в пожилом возрасте, когда мышцы уже хуже работают, а кости слабеют. Спорт будет приятен и для души. Самое главное – это подобрать правильную атмосферу, так как это влияет на здоровье и настроение. Ходить в тренажёрный совсем не обязательно. Приятный отдых можно устроить и себя дома.

Для этого будет достаточно посмотреть обучающие видео или почитать специальные книги с упражнениями и методическими рекомендациями, чтобы правильно выстроить свой график занятий и получить от этого наиболее полезную выгоду. Такого рода занятия будут способствовать профилактике заболеваний, а также профилактике развития депрессивных расстройств у людей пожилого возраста, связанных с кризисом выхода на пенсию и т.д.

Утренняя зарядка дает 68-процентную защиту организма от инфекционных заболеваний, а устойчивость к стрессовым ситуациям повышается на 75%, поскольку стрессоустойчивость в мегаполисах жизненно необходима.

Мы считаем, что спорт, без сомнения, не только один из важнейших аспектов укрепления и поддержания здоровья, физического состояния организма, но и средство воспитания личности.

Занятия спортом необходимо начинать с раннего детства. Сейчас создано огромное количество методик и рекомендаций по воспитанию в ребенке любви к спорту. Действительно, любовь к спорту должна начинаться с семьи.

Вечерние пробежки, катание на велосипедах, коньках, зимние лыжи и можно перечислять

любые виды спорта, которыми можно заниматься с семьей, что непосредственно будет влиять на сознание ребенка, на становление его личности, но и также будет благоприятно влиять на семейную обстановку. Спорт укрепляет семейные узы. Он помогает чувствовать себя более уверенно и комфортно. Занятия спортом вместе с любимыми людьми, с семьей - залог хорошего и благоприятного будущего.

Подводя итог, хотелось бы сказать, что занятия физической культурой и спортом – это занятия физическими упражнениями, в ходе которых повышается работоспособность, тем самым осуществляется профилактика различных заболеваний.

Так что стоит задуматься над тем, чтобы по-новому выстроить всю свою жизнь, в основе которой будут лежать регулярные занятия физической культурой и спортом. Человек, ведущий здоровый образ жизни, - полноценный и полноправный член современного общества. На таком человеке может строиться новая страна. Эти сильные и здоровые люди возродят страну, заново её отстроят, тем самым поднимут её на достаточную высоту. Ведь для таких людей не станут помехой никакие проблемы, которые повстречаются у них на пути. Они справятся с ними, так как закалены физически и подготовлены морально.

Цель нашей работы заключалась в том, чтобы продемонстрировать, как влияет спорт на становление всесторонне развитой личности. И в нашем рассуждении мы это доказываем. Спорт может быть не только средством укрепления здоровья или рациональной формой проведения свободного времени, но он может существенно влиять и на другие стороны человеческой жизни: на трудовую деятельность, нравственные и интеллектуальные качества, на формирование личности человека. Также было рассмотрено, как физическая культура и спорт влияют на нравственно-этическое воспитание, процесс самопознания и самосовершенствования, на формирование воли.

С каждым годом спорт становится всё сложнее, умнее, интереснее, однако и активное проявление интереса к спорту тоже возрастает. А это означает, что доля влияния физкультуры и спорта на становление личности человека постоянно увеличивается.

Список литературы:

1. Быховская И.М. Человеческая телесность как объект социокультурного анализа (история проблемы и методологические принципы ее анализа) // Труды ученых ГЦОЛИФКа: 75 лет: ежегодник. – М.: ГЦОЛИФК, 2010. – С. 58-68.
2. Ильин И.А. Я вглядываюсь в жизнь. Книга раздумий. – М.: ЭКСМО, 2011. – 342 с.
3. Круткин В.Л. Онтология человеческой телесности: (Философские очерки). – Ижевск: Издательство Удмуртского университета, 2011. – 356 с.
4. Пуни А.Ц. Проблема личности в психологии спорта. – М.: ФиС, 2008. – 41 с.
5. Серова Л.К. Психология личности спортсмена. – М.: АСТ, 2013. – 116 с.

Черненко Роман Игоревич

*студент 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: roman.chernenok@mail.ru*

Гуськов Валерий Михайлович

*ст. преподаватель кафедры физической культуры
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru*

УДК 796(73)

Попкова М.А., Андрианова Т.А.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В США

В данной статье рассматривается позиция правительства США в отношении физической культуры и спорта, суть которой заключается в том, что гораздо рациональнее выделить средства на поддержку и укрепление здоровья граждан, чем впоследствии нести расходы, связанные с его восстановлением.

Ключевые слова: физическая культура и спорт в США, укрепление здоровья граждан, спортивное движение, сильное государство.

В США после Второй мировой войны были проведены существенные исследования в области физической подготовки школьников. Показатели оказались существенно ниже (почти на 10%), чем у сверстников в Европе. Спортивная подготовка американских учащихся значительно отставала из-за отсутствия необходимого инвентаря. Однако уже с 50-х годов 20 века в спорте высших достижений наметилось противостояние США с лидирующими странами социалистического лагеря.

Всё это требовало внимания к сфере спорта и оказания помощи со стороны государства. Речь идет, прежде всего, о физическом воспитании в школах, профессиональных кадрах, а также проведении различных научно-исследовательских работ. В 1956 году президентом США Эйзенхауэром была созвана особая Конференция, связанная с физической подготовкой граждан, унифицировавшая нормы физической подготовки и спорта учащихся по всей стране. Был создан лозунг: «На велосипеде к физической закалке». В качестве основного совещательного органа была создана комиссия по исследованиям в области физической подготовки при президенте страны. Далее все рекреационные организации были сформированы в Национальный союз по физвоспитанию. Конгрессом США были приняты постановления, которые содержали в себе нормы, по которым обязывалось уделять больше внимания физическому воспитанию в школе.

Структура американского спорта представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Современная структура американского спорта

Спорт в учебных заведениях обучает умениям, знаниям в рамках официальной программы (физическое воспитание). К рекреационному спорту относится физическая активность, организованная для получения удовольствия (массовый спорт). Это так называемый «клубный спорт». Любительский спорт предназначен для состязательного спорта в различных объединениях, союзах, таких как Национальная ассоциация студенческого спорта. Студенческий спорт в США составляет основу любительского спорта.

Профессиональный спорт – это коммерческое предприятие с целью развлечения, представленный главным образом Национальной баскетбольной ассоциацией (НБА), Главной бейсбольной лигой (ГБЛ), Национальной хоккейной лигой (НХЛ), Национальной футбольной лигой (НФЛ). На сегодня в 4 лигах представлено более 100 профессиональных клубов. Каждому городу с населением от 150-200 тыс. человек нужно иметь собственную профессиональную команду.

Олимпийский комитет США является крупнейшей спортивной организацией, в состав которого входят представители олимпийских организаций всех 50 штатов США и более 40 национальных спортивных федераций по видам спорта.

Три важнейшие функции Олимпийского комитета:

- 1) Генеральная ассамблея спортивных организаций (конгресса);
- 2) Ассоциация, которая выполняет определенные виды услуг;
- 3) Корпорация спортивного бизнеса.

Нет прямого государственного финансирования американского спорта. В основном все поступления это субсидии частных лиц или фирм, маркетинговых программ и доходы от продажи билетов и прав на трансляцию.

Во многих странах, например в Японии и ФРГ, была проведена широкая научно-исследовательская работа в области спорта массового и профессионального. Исследовались все факторы влияния на физическую подготовку граждан, такие как психологические, биологические, также рассматривались методические проблемы воспитания в области спорта. Большое внимание уделялось гражданам с недостатками физическими или умственными. Актуально это стало благодаря принятию в 1973 г. в США закона, который запрещал угнетение данной категории людей. Кроме того, практически все развитые страны распрощались с остатками расовой дискриминации людей.

Самым важным фактором в развитии физической культуры является строительство спортивных сооружений. В США сложилась неплохая ситуация с данным видом строительства: свыше 100 городов страны имеют ледовые дворцы, вмещающие в себя несколько десятков тысяч зрителей.

Посещаемость соревнований по профессиональным видам спорта постоянно растёт благодаря основным факторам:

- Большое число спортивных стадионов различной пропускной способности.
- Реклама, праздничная организация соревнований, зрелищность мероприятий.
- Участие «звёзд» местного уровня.
- Широкое распространение заключения пари на результаты матчей.
- Дифференцированные цены на билеты.
- Создание для зрителей матчей комфортных условий.

Мнение о престижности спорта в Америке оказывает сильное влияние на посещаемость соревнований. Это привело к тому, что компании начали использовать матчи в своих целях, а именно могли приобрести билеты на спортивные соревнования для своих клиентов за счет общего бюджета этих фирм. Довольно часто в кассах не бывает билетов, а на стадионе трибуны свободны. Это как раз те места, на которые куплены компаниями.

Профессиональные лиги сообщают, что существует тесная связь между посещаемостью соревнований и возрастом, полом, доходом населения.

В профессиональном спорте сама цель достижения успеха связана с максимизацией прибыли. Но и на продуктивность команды влияет степень заполнения стадиона. Спортивные стадионы, корпуса у разных команд различны по пропускной способности, популярность вида спорта в разных городах колеблется. Команды, уступающие по этим параметрам другим, могут разориться. Это приводит к неполноценной лиге. Для недопущения такого исхода профессиональные лиги в США (НФЛ и ГБЛ) устанавливают принцип распределения прибыли от продажи билетов и равномерно распределяют между командами полученные доходы от рекламы на телевидения. Такой принцип является главным фактором экономического роста и развития лиг, несущим пользу спортивному бизнесу.

Естественно, важную роль для привлечения на трибуны зрителей играет реклама и организация проведения соревнований. В рекламе особо нуждаются те виды спорта, которые проводят свои соревнования непостоянно или в разных городах. Это атлетика, бокс, гольф. У профессиональных команд есть свои стабильные календари, и поклонники знают о том, где и когда играет конкретная команда. Таким образом, главная часть расходов, связанных с рекламой в этих видах спорта, выпадает на приобретение ярких программ, слоганов команд и отдельных игроков.

Те, кто владеет командой, понимают, что зрителей привлекает на стадион именно какой-то один игрок-кумир (в хоккее – У. Гретцки, М. Лемье, в баскетболе – М. Джордан, Д. Робертсон и т.д.). СМИ интересуют спортсмены-профессионалы, которые совмещают профессию спортсмена с бизнесом.

Особая работа проводится со зрителями, которых подразделяют на:

1. Не посещающих соревнования;
2. Случайных;
3. Посещающих игры несколько раз в год;
4. Частых;
5. Постоянных болельщиков.

Для привлечения на стадион зрителей применяются разные подходы. Большое внимание оказывают первым трем категориям классификации. В этом случае применяется различная реклама; устраиваются небольшие концерты перед игрой; могут быть организованы встречи кумиров с жителями микрорайонов и другие средства и способы, которые смогут вызвать желание пойти на игру.

Особое внимание уделяется чистоте в местах проведения подобных соревнований. Благодаря слаженной работе обслуживающего персонала стадионов у зрителя создается положительное впечат-

ление от посещения подобных мероприятий и возникает желание прийти на данный стадион снова.

Несомненно, влияние на показатель посещаемости оказывает и сама организационная структура бизнеса в области спорта. Даже по расчетам экономистов, имеется близкая связь между численностью жителей в населенном пункте и количеством людей, посещающих соревнования. В основе такого расчета лежит следующая закономерность: по данным, в городах с населением около 900 тыс. средняя посещаемость не менее 8,4 тыс. болельщиков на игру. И каждый дополнительный миллион жителей должен прибавить до 2 тыс. зрителей. Расчет довольно приблизительный, но все лиги придерживаются данного правила.

На американских школах и вузах построен весь национальный спорт: и любительский, и профессиональный. Спортсмены, представляющие свои школы и вузы, находятся в главном резерве при комплектации национальных команд для международных соревнований и профессиональных клубов.

Источник финансирования спортивных соревнований между школами – поступления с кассовых сборов, дотации и пожертвования частных лиц. Организуются межшкольные соревнования на принципе добровольности и автономии каждой из школ. В каждом штате есть спортивная ассоциация. Руководство и общенациональное развитие школьного спорта осуществляется Национальной федерацией спортивных ассоциаций средних школ штатов, состоящей из 50 штатных ассоциаций, 8 провинциальных ассоциаций.

Преимущественное развитие ограниченного количества видов спорта характеризует межвузовский спорт (американский футбол, баскетбол, бейсбол, легкую атлетику).

Межвузовский спорт существует независимо от внутривузовского спорта путем специального поиска и отбора из числа выпускников средних школ спортсменов и назначения им спортивных стипендий.

Организация, занимающая важнейшее положение в межвузовском спорте, называется Национальной ассоциацией межвузовского спорта, она была создана еще в 1905 г. В ее структуре университеты, колледжи, национальные ассоциации тренеров.

Различие в программах межшкольного и межвузовского спорта, возникшее благодаря сосредоточению внимания только на наиболее популярных видах спорта, неблагоприятно сказывается на развитии укрепления физической подготовки основной массы учащихся.

Однако эти виды спорта являются важнейшим звеном для подготовки спортсменов самого высокого класса, а также влияют на постоянство и высокую квалифицированность резерва сборных команд страны.

Профессиональный спорт представлен одной-двумя лигами, разбитыми, в зависимости от числа участвующих команд, на подгруппы. Большинство клубов ведущих лиг расположено в самых крупных городах США. Эта структура в течение длительного периода времени является статичной.

Традиционная популярность спорта и любовь к нему большого количества простых американцев переросла в безжалостную эксплуатацию. Профессиональный спорт сам превратился в структуру, главной целью которой является достижение как можно большего количества прибыли.

Среди всего капиталистического мира сильнейшей спортивной державой непременно являются США. Американские спортсмены участвовали и участвуют во всех олимпийских играх, неоднократно приходили к успеху в неофициальном командном зачете. Превосходство США получали заметно в таких видах соревнованиях, как легкая атлетика, бокс и плавание.

В послевоенном периоде спорт и физическое воспитание зачастую развивались в зависимости от политических и экономических условий, складывающихся в стране.

США, превратившиеся в самое сильное государство мира, осуществляли сильную пропаганду развития спорта. В большинстве штатов были введены различные законы об обязательной физической подготовке в школах. Далее, в колледжах, университетах студенты занимались спортом в клубах.

Колоссальное распространение среди населения получило плавание, легкая атлетика, баскетбол, гребной спорт, бейсбол.

Важной частью американского образа жизни стало развитие и поддержка профессионального спорта. Это сопровождалось активной рекламой в СМИ, что и привело к созданию спортивных трестов, фирм для строительства спортивных комплексов. Впоследствии профессиональный спорт явился прибыльным бизнесом.

Список литературы:

1. Барчуков И.С., Назаров Ю.Н., Кикоть В.Я. Физическая культура и физическая подготовка: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 432 с.
2. Григорович Е.С., Романов К.Ю. Физическая культура: учебное пособие. – 3-е изд., доп. и перераб. –

Минск: Высшая школа, 2011. –352 с.

3. Маркетинг американского профессионального спорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0b65635a3ad78a4c53b89521206c27_0.

4. Особенности развития физической культуры и спорта в капиталистических странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ebooks.grsu.by/ist_sporta/.

5. Чеснова Е.Л. Физическая культура: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2013. –160 с.

6. Физическая культура и спорт в США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=669252>.

Физическая культура в США — Спорт в школах и ВУЗах США [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://docus.me/d/959641/?page=12>

Попкова Марина Анатольевна

*студентка 2 курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФБГОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: marishaa816@gmail.com*

Андреанова Татьяна Сергеевна

*студентка 2 курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФБГОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: marishaa816@gmail.com*

Научный руководитель

Лобачев Геннадий Алексеевич

*ст. преподаватель, зав. кафедрой физической культуры
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru*

УДК 796.028(091)

Труцина Ю.Ю., Корнеева М.Д.

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ВОЗРОЖДЕНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА «ГОТОВ К ТРУДУ И ОБОРОНЕ»

В статье рассматривается вопрос об истории возникновения и возрождения Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне». Он является основной системой физического воспитания в нашей стране. Комплекс ГТО устанавливает требования по физической готовности граждан Российской Федерации. Они включают перечень всех видов испытаний (тестов), знаний и навыков о здоровом образе жизни. Спортивный комплекс повышает эффективность использования возможностей спорта в поддержании крепкого здоровья. С его помощью гармонично и всесторонне развивается личность, проявляется патриотизм и гражданственность.

Ключевые слова: Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс ГТО, нормативно-тестирующая часть ГТО, спортивная часть ГТО.

ГТО, или «Готов к труду и обороне», – государственная система программно-оценочных нормативов и требований по физическому развитию и подготовленности различных возрастных групп населения [1].

В двадцатых годах двадцатого столетия страна начала укреплять свои позиции. Увлеченность людей, их порыв к чему-то новому проявились во всех сферах жизни – в культуре, спорте, науке, труде. Государство склонялось к тому, что все люди должны быть сильными и смелыми. Для того чтобы достичь желаемого результата, необходимо было воссоздать общую систему физического воспитания. Комсомол играл основную роль в разработке новейших форм, а также методов и способов физического воспитания, получивших название Всесоюзный физкультурный комплекс «Готов к труду и обороне».

В издании газеты «Комсомольская правда» от 24 мая 1930 года было напечатано обращение, предлагавшее введение всесоюзных испытаний. Этот процесс был необходим для того, чтобы установить единый критерий оценок физической подготовленности молодого поколения. Предполагалось внедрить особые требования и нормы, а за их выполнение награждать значком. Новое предложение комсомола стало популярным среди населения. Поэтому после поручения Всесоюзного совета физи-

ческой культуры при ЦИК СССР был создан проект комплекса ГТО. Он был утвержден 11 марта 1931 года, когда всевозможные социальные организации страны рассмотрели его. Московский двадцатилетний физкультурник Иван Осипов считается автором комплекса «Готов к труду и обороне».

Комплекс ГТО становится нормативной, а также программной основой физического воспитания. Целью данного комплекса является «дальнейшее повышение уровня физического воспитания советского народа, в первую очередь молодого поколения...». Комплекс ГТО был направлен на качественную физическую подготовку советского общества.

Быстрыми темпами спортивно-оборонный комплекс приобретает славу. Нормы ГТО сдаются на рабочих фабриках, в колхозных бригадах, в школах, а также на заводах, железных дорогах и т.д. По отдельным видам испытаний комплекса ГТО проводят крупномасштабные соревнования, которые ничуть не уступают Спартакиадам, для получения звания Чемпионов комплекса ГТО.

К прохождению испытаниям в то время допускались лица женского пола не моложе 17 лет и мужского - не моложе 18 лет. Главным условием считалось удовлетворительное состояние здоровья. Степень тяжести состояния участника определяет врач. Он рассматривал все нормы по комплексу ГТО для того, чтобы убедиться, что они не наносят никакого ущерба здоровью человека. К принятию участия в соревнованиях имели допуск физкультурники-одиночки и физкультурники, организованные в коллективы. Участникам необходимо было распределиться на отдельные категории по полу и возрасту (табл. 1). Это было нужно для того, чтобы провести практические испытания.

Таблица 1 – Распределение участников по категориям

Категория	Мужчины	Женщины
I	с 18 до 25 лет	с 17 до 25 лет
II	с 25 до 35 лет	с 25 до 32 лет
III	с 35 лет и старше	с 32 лет и старше

«От значка ГТО – к олимпийской медали!» Так звучал лозунг, воодушевлявший миллионы граждан на повседневные занятия спортом, физкультурой, утренней гимнастикой. Всегда почетным считалось получение значка ГТО и его дальнейшее ношение. Такая награда обеспечивала дорогу в большой спорт. Те, кто отлично проходил все испытания и был вознагражден значками, имели привилегии на участие в различных физкультурных праздниках и спортивных соревнованиях разного масштаба, а также льготы на поступление в специализированное учебное заведение по физкультуре.

Самый первый комплекс «Готов к труду и обороне» состоял из одной ступени. Необходимо было выполнить двадцать одно испытание, пятнадцать из которых – практические, чтобы получить значок ГТО. В комплекс включались следующие дисциплины: лазание по канату или шесту; прыжки в высоту и длину; подтягивание на перекладине; метание гранаты; бег на 100, 500 и 1000 метров и другие.

Теоретические испытания основывались на основе физкультурного самоконтроля, военных знаниях и знаниях истории физкультурных достижений, а также на умении оказать первую медицинскую помощь.

В скором времени было замечено, что молодежь успешно проходит все испытания, поэтому следовало ввести повышенные требования к сдаче физических испытаний.

В 1932 году Всесоюзный совет физической культуры утвердил и ввел в действие комплекс «Готов к труду и обороне» второй степени. Он включал в себя 25 норм, из них 22 практических и 3 теоретических вида испытаний. В ГТО II степени гораздо шире был представлен спорт, так как в него входили новые виды испытаний: преодоление военного городка, прыжки в воду и другие.

С раннего детства надо начинать заниматься физической культурой. Это необходимо для того, чтобы в будущем быть не только здоровым человеком, но и добиваться спортивных результатов. В 1933 году ЦК ВЛКСМ предложил создать начальную ступень физического развития детей. Детская ступень комплекса начала работать с 1934 года и получила название «Будь готов к труду и обороне» (БГТО). В нее были включены 16 норм спортивно-технического характера.

Государственная система физического воспитания и физического совершенствования подрастающего поколения постоянно развивалась, поэтому требования и нормативы комплекса периодически менялись. В 1972 году ЦК КПСС и Совет Министров СССР издали специальное постановление, согласно которому был создан новый комплекс ГТО. В него входило пять возрастных ступеней (табл. 2):

Таблица 2 – Пять возрастных ступеней комплекса ГТО 1972 года

Ступень	Название	Возраст
I	«Смелые и ловкие»	10-11 и 12-13 лет
II	«Спортивная смена»	14-15 лет
III	«Сила и мужество»	16-18 лет
IV	«Физическое Совершенство»	мужчины 19-28 и 29-39 лет, женщины 19-28 лет и 29-34 года
V	«Бодрость и здоровье»	мужчины 40-60 лет, женщины 35-55 лет

В январе 1985 года был введен последний Всесоюзный физкультурный Комплекс «Готов к труду и обороне СССР» (ГТО). Он был создан для людей от 16 до 60 лет.

Мощная сила комплекса ГТО привлекла к спорту миллион юношей и девушек. Талантливые советские спортсмены, ставшие чемпионами крупнейших соревнований разного масштаба, начинали свой путь с выполнения нормативов ГТО. К ним относят талантливых бегунов Серафима и Георгия Знаменских, Евдокии Васильевой, Александра Пугачевского.

В девяностые годы комплекс ГТО был забыт. Эта ситуация значительно повлияла на физическую подготовку граждан и, конечно же, в первую очередь, молодежи. В стране становилось все меньше и меньше людей с физически развитыми способностями. Все спортивные учреждения стали коммерческими.

За свои 60 лет существования комплекс ГТО успел стать частью жизни нескольких поколений. В настоящее время, после 23 лет забвения, ГТО стал появляться в вузах страны, школах, в жизни каждого гражданина, занимая наиболее важное положение в качестве показателя.

В 2013 году Президент Российской Федерации В.В. Путин выступил с инициативой о возрождении системы ГТО («Готов к труду и обороне») в современной России.

«Возрождение этого комплекса в современном формате принесет огромную пользу. Назвать его можно по-разному. Но эту систему необходимо возрождать», – отметил глава государства. В.В. Путин также заявил, что оценка уровня физической подготовки школьника непременно должна быть отражена в документе об образовании и учитываться при поступлении в высшие учебные заведения. Об этом он объявил в марте 2013 года на совещании по развитию детско-юношеского спорта, которое было посвящено открытию нового спортивного дворца в комплексе «Самбо-70».

На совещании Путин также отметил, что, несмотря на немалые усилия по продвижению здорового образа жизни, обстановка с массовым, особенно детским спортом, совершенно не изменилась. Что касается показателей состояния здоровья и уровня физической подготовки современной молодежи, то они должны быть лучше, чем есть на самом деле.

Через год после совещания по указу Президента РФ с 1 сентября 2014 года в стране был введен Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО). Он был направлен на проблемы повышения ценностей здорового образа жизни и укрепления здоровья детей. Владимир Владимирович Путин отметил, что для становления массового спорта в России имеются денежные средства, оставшиеся неизрасходованными на Олимпиаде в Сочи, которая проходила в 2014 году. Для того чтобы программа ГТО начала действовать, планируется воспользоваться именно этими средствами. Также глава государства добавил, что необходимо сохранить прежнее название «Готов к труду и обороне» как дань традициям национальной истории.

Указ Президента РФ от 24.03.2014 №172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО)» – так звучит полное название документа, на основе которого был введен комплекс ГТО. На основе Указа с 1 сентября 2014 года в России началось внедрение норм физической подготовки. Положение о ГТО должно было быть утверждено Правительством РФ до 15 июня 2014 [4].

11 июня 2014 года вышло Постановление Правительства РФ №540 «Об утверждении Положения о Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО)», которое утвердило Положение о Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне (ГТО)».

Новая структура физкультурно-спортивного комплекса, которая была разработана Минспортом, включала 11 уровней сложности. Первые пять рассчитаны на школьников, шестой – на молодежь от 18 до 29 лет. Каждый следующий уровень оценивает физическую подготовку людей в возрасте 30-39, 40-49, 50-59, 60-69 и старше 70 лет (табл. 3).

Таблица 3 – Ступени и нормативы ГТО-2014

Ступень	Возраст
I	мальчики и девочки 1-2 классов, 6-8 лет
II	мальчики и девочки 3-4 классов, 9-10 лет
III	мальчики и девочки 5-6 классов, 11-12 лет
IV	юноши и девушки 7-9 классов, 13-15 лет
V	юноши и девушки 10-11 классов, среднее профессиональное образование, 16-17 лет
VI	мужчины и женщины 18-29 лет
VII	мужчины и женщины 30-39 лет
VIII	мужчины и женщины 40-49 лет
IX	мужчины и женщины, 50-59 лет
X	мужчины и женщины, 60-69 лет
XI	мужчины и женщины, 70 лет и старше

Чуть позднее выходит Распоряжение Правительства РФ от 30 июня 2014 г. №1165-р «О плане мероприятий по поэтапному внедрению Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне». В соответствии с этим документом данный процесс будет проходить в три этапа, первый из которых является организационно экспериментальным. Он начался 1 сентября 2014 года и продлился по декабрь 2015 года. Нормативы, которые были предусмотрены государственными требованиями к уровню физической подготовленности, апробировались в 12 субъектах Российской Федерации. Планировалась, что остальные регионы, после того как пройдут необходимую подготовку, также смогут одобрить и внедрить Комплекс ГТО.

Второй этап начал своё действие с 1 января 2016 года. Он рассчитан на внедрение комплекса во всех образовательных организациях России, а также среди другой части населения. Третий этап планируется на 1 января 2017 года. Данный этап предназначен для того, что к этому времени все физические нормативы, включенные в комплекс, смогут сдавать представители всех возрастных групп России.

В комплекс ГТО входят следующие части:

- 1) Первая часть – нормативно-тестирующая. Она оценивает уровень физической подготовленности населения, который основывается на результатах выполнения определенных нормативов.
- 2) Вторая часть – спортивная. Она основывается на привлечение граждан к постоянным занятиям спортом с учетом возрастных групп населения.

Участники физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне», согласно приказу Министерства спорта РФ «Об утверждении порядка награждения граждан РФ знаком отличия ГТО и присвоения им спортивных разрядов», после выполнения нормативов будут отмечены золотыми, серебряными или бронзовыми знаками отличия, а также получают массовые спортивные разряды и звания.

Список литературы:

1. Большая Советская Энциклопедия. – 3-е изд. – М.: Эксмо, 2008. – 672 с.
2. Министерство спорта Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minsport.gov.ru/>.
3. Официальный сайт ГТО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gto-normy.ru/>.

Труцина Юлия Юрьевна

*студентка 2 курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФБГОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: trutsina.julia@yandex.ru*

Корнеева Маргарита Денисовна

*студентка 2 курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФБГОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: trutsina.julia@yandex.ru*

Научный руководитель

Дрожжаков Александр Иванович

*ст. преподаватель кафедры физической культуры
ФБГОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru*

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ**ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ**

1. Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» принимает к рассмотрению только материалы, поступившие по электронной почте. Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журналах ОрелГУЭТ.

2. Редакция журналов ОрелГУЭТ принимает к рассмотрению статьи и материалы, отражающие научные взгляды, результаты и достижения фундаментальных и теоретико-прикладных исследований в области экономики и других социально-гуманитарных наук, а также отдельных направлений естественно-технических наук (математики, информатики, товароведения, технологии и гигиены питания). Материалы, не соответствующие по тематике перечисленным предметным областям, к рассмотрению не принимаются.

3. Каждая научная статья должна иметь рецензию специалиста соответствующего научного профиля (доктора наук, профессора). Кроме этого, при условии публикации статей аспирантов, соискателей ученой степени кандидата наук должна быть представлена рекомендация научного руководителя.

4. Главный редактор журнала направляет статью на рецензирование члену редакционного совета, курирующему соответствующее направление / научную дисциплину. При отсутствии члена редсовета или поступлении статьи от члена редакционного совета главный редактор направляет статью для рецензирования внешним рецензентом.

5. В качестве рецензентов рукописей статей, поступающих для публикации, привлекаются известные специалисты в данной предметной области, имеющие в течение последних пяти лет публикации в рецензируемых источниках по рассматриваемой тематике. К рецензированию рукописей статей научных работников привлекаются специалисты с соответствующей или более высокой ученой степенью.

6. Рецензент должен рассмотреть направленную статью в течение 2-х недель с момента получения и направить в редакцию (по e-mail, почтой РФ) мотивированный отказ от рецензирования или рецензию.

7. После получения рецензий на очередном заседании редакционного совета рассматривается вопрос о поступивших статьях и принимается окончательное решение на основе оценки рецензии об опубликовании или отказе в опубликовании статей. На основе принятого решения авторам направляется письмо (по e-mail, почтой РФ) от имени ответственного редактора журнала. В письме дается общая оценка статьи, если статья может быть опубликована после доработки / с учетом замечаний – даются рекомендации по доработке / снятию замечаний, если статья не принимается к опубликованию – указываются причины такого решения.

8. Рецензии хранятся в редакции в течение 5 лет. При поступлении запроса в Министерство образования и науки Российской Федерации могут быть предоставлены копии рецензий. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии по статье без указания Ф.И.О. рецензентов.

9. Статья, направленная автором в редакцию после устранения замечаний, проходит повторное рецензирование у члена общей или специализированной редакционной коллегии, осуществлявшего первичное рецензирование данной статьи.

10. Привлечение внешних рецензентов возможно в следующих случаях: когда отсутствует член редсовета, курирующий определенное направление научную дисциплину; член редакционного совета не имеет возможности подготовить рецензию; редакционный совет не соглашается с мнением высказанным в рецензии члена редсовета; поступает статья от члена редакционного совета.

ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ:

1. Заглавие не должно быть слишком длинным, но полностью отвечать содержанию статьи.

2. Статьи должны носить, как правило, аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо завершить выводом и предложениями.

3. В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления».

4. Обязательным является список литературы. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008).

5. К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10000-40000 знаков).

6. Количество авторов (соавторов) статьи – не более 3 человек. В одном номере публикуется не более 2 статей одного автора (соавтора). Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой.

7. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, принимает личную ответственность за оригинальность исследования (не менее 70%), поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати.

8. Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность указания всех приведенных сведений, оригинальность присланных материалов, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований. Авторы публикуемых материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Авторы дают согласие на обработку редакцией своих персональных данных, в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» и размещение полного текста статьи в сети Интернет на официальных сайтах журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» (http://orelgiet.ru/public/Nauchnye_zapiski_Orel_GIET), Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), а также в российских и иностранных научных базах данных и электронных библиотеках (ст. 1286 и 1238 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

9. Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.

Редакция оставляет за собой право отклонять присланные работы, если они не соответствуют профилю журнала, редакционным требованиям, нормам научной этики, либо нарушают законодательство РФ.

Более подробно требования к публикуемым статьям изложены на интернет-странице РИО ОрелГУЭТ http://orelgiet.ru/public/Usloviya_publicatsii.

**МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ,
НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

ANNOTATION

BOOK KEEPING, ANALYSIS, AUDIT AND STATISTICS

Ilukhina N.A., Pronina A.S.

ACCOUNTING FEATURES OF EXPENSES FOR MEDICAL INSPECTION OF THE WORKERS

Criteria of obligatory medical inspection of the workers, order of documentary registration of the expenses for carrying out of medical inspection and groups of expenses on obligatory medical inspections are considered in the article.

Keywords: taxation, medical inspection of workers, labour code, tax code, miscellaneous costs.

Ermolova T.S.

ACCOUNTING FEATURES OF OVERALLS (UNIFORM) IN COMMERCIAL ORGANIZATIONS

Manufacturing and purchase features of overalls by commercial organizations and registration of incomes and expenses connected with write-off of the overalls in book keeping are considered in the article.

Keywords: overalls, beyond the balance accounts, production, cost write-off.

Zhdanov V.V.

INNOVATIVE WAYS OF BOOK KEEPING

In the article definition of outsourcing and its kinds are considered and examples are given. Advantages and disadvantages for the firm using outsourcing are defined.

Keywords: outsourcing, firm, outsourser-company, services, business processes

Kravtsova O. V., Ilukhina N.A.

ORGANIZATION OF TAX ACCOUNTING OF MISCELLANEOUS COSTS, CONNECTED WITH PRODUCTION AND SALE

Constant reforms in the economy, changes of legal relations between authorities and managing subjects and process of economy integration of the Russian Federation require adequate tax policy which, in turn, represents difficult multi-aspect complex including various functions on effective, fair and stable tax system. In this connection any organisation needs creation of tax accounting and accuracy control of its implementation.

Keywords: the accounting, tax accounting, amortization, cost keeping of the organization, miscellaneous costs.

Svistunova M. A, Sopova O. A, Sorina T.V.

CLEARING TRANSACTIONS WITH PERSONS ACCOUNTABLE: ACCOUNTING, REPORTING AND TERMS OF DEBT REPAYMENT

The necessity of competent organization of book-keeping and tax accounting of settlements with persons accountable, improvement of quality of accounting indicators and carrying out of monitoring of clearing transactions from the point of view of prevention of accounts receivable and accounts payable is substantiated in the article.

Keywords: persons accountable, monitoring, reporting, calculations, accounting.

Suchkova N.A., Deminova S.V.

PERFECTION OF TECHNIQUE AND STATISTICAL ESTIMATION OF FINANCIAL CONDITION OF THE ORGANIZATIONS

Under modern conditions of organizations functioning there is a necessity of regular statistical estimation of financial indicators. The primary goal of the research is the working out of theoretic-methodical positions and practical recommendations on perfection of methods and organization of statistical estimation of financial condition within investment activity. Method of financial ratios calculation will be the basic applied estimation method.

Keywords: statistics, financial condition, investment activity, profitability, business activity.

Filonov A.B.

ORDER OF EXPENSES ACKNOWLEDGEMENT ACQUIRING FIXED CAPITAL IN THE ORGANIZATIONS, WITH SPECIAL TAXATION MODES

The basic aspects of referring of the objects to fixed capital, order of expenses acknowledgement connected with acquisition or construction are considered in the article. The features of expenses acknowledgement in various systems of taxation are also paid attention to.

Keywords: fixed capital, expenses, special taxation modes, book keeping.

Zabelina A.A.

ECOLOGICAL AUDIT AS A DIRECTION OF STATE AUDIT

In the article the place of ecological audit in the system of state audit and in the system of ecological management is defined. Besides, the purposes, problems, functions and principles of eco-audit and its role in preservation of natural resources are defined.

Keywords: ecological audit, state audit, environment.

MATHEMATICAL AND INSTRUMENTAL METHODS OF ECONOMY

Savina A.G., Malyavkina L.I.

MATHEMATICAL ALGORITHM OF REVEALING OF HIDDEN INFORMATION IN THE COURSE OF SOCIOLOGICAL SURVEYS

In the article mathematical model and the survey scheme realizing potential possibility of getting objective information on events and preferences making the respondents' personal secret and hidden by them without infringement of their right to private life is discussed.

Keywords: likelihood model, sociological researches, questioning, detection of backstage view.

Zakutaeva K.V., Loktionova E.A.

TENDENCIES CLASSIFICATION IN ECONOMIC PROCESSES: MATHEMATICAL FORMULATION

In the article tendencies classification in economic processes by means of mathematical functions is presented. The analysis of the literature allowed revealing six basic types of tendencies which can be considered as some kind of patterns, allowing choosing this or that kind of mathematical function for quantitative description of a concrete economic process.

Keywords: mathematical functions, tendencies, economic process, classification feature, asymptote, increase, decrease, first derivative of function.

MANAGEMENT AND MARKETING

Makarova T.N., Rakhimova A.D.

CHANGE OF RUSSIAN CONSUMERS' BEHAVIOUR AS THE PRECONDITION OF MODERN FORMATS OF RETAIL TRADE

In the article new tendencies in consumers' behaviour in Russia during different periods of time depending on the changes of economic conjuncture, economic crises and sanctions are considered. Different sorts of change in the behaviour of both consumers, and in economic activities of various industrial and enterprise structures are revealed.

Keywords: macro-and micro environment, business activity, cost of living, consumer behaviour, market relations, demand, supply, adaptation, assortment, marketing policy.

Razumova V.L., Armanshina G.R.

FEATURES OF MODERN OUTSOURCING IN RUSSIA

The article is devoted to the study of modern outsourcing features in Russia as business is in progress, and is constantly in dynamical development. For the company to be competitive, management uses the services of outsourcing which is an excellent way to decrease expenses and increase business efficiency.

Keywords: outsourcing, organisation, Russia.

Retunsky R.S.

ROLE OF ENFORCEMENT IN MANAGEMENT ACTIVITY

In the article enforcement as one of the major forms of law implementation and having specific features is investigated. Stages of lawmaking process, underlining the complexity and many-sided nature of enforcement are analyzed.

Keywords: enforcement, subjects of enforcement, enforcement process, certificate of application of law, enforcement efficiency.

Volkova Ju.A.

HISTORIOGRAPHY ON ADVERTISING AND PROMOTION OF BANKING PRODUCTS

In the article the review of references and readiness degree of the problem of advertising of special goods, banking products, are considered. Comparative analysis is carried out on each publication and everything that is already made on the problem of banking advertising by other researchers is considered.

Keywords: banking service, advancement strategy, banking advertising, marketing communications,

Jasakova A.V.

THE CONCEPT OF COMMERCIAL ACTIVITY EFFICIENCY

In the article the problems of economic efficiency of commercial activity are considered and the analysis of its level increase is carried out. Different variants of classification of efficiency indicators of the enterprise's commercial activity are presented.

Keywords: economic efficiency, commercial activity, classification of efficiency indicators, estimation of activity efficiency.

Alekhina L.L., Boltenkova. T.A., Proshlyakov S.V.

ADAPTATION OF NEW EMPLOYEES AT THE ENTERPRISE UNDER MODERN MANAGING CONDITIONS

In the article the concept of labour adaptation of the personnel, kinds and adaptation forms and the basic problems of labour adaptation and the ways of their solution under modern conditions are considered. Key elements and features of formation of the effective system of labour adaptation of the personnel in the organization are presented.

Keywords: labour adaptation, rotation, tutorship, management, personnel.

Kuzmicheva K.S., Kulikov C.I., Kuprin A.A.

ACTUAL PROBLEMS OF LABOUR ADAPTATION OF YOUNG SPECIALISTS IN THE ORGANIZATION

The questions of adaptation of young specialists began to be paid more attention only several years ago. The problem has been studied insufficiently, therefore in the article the essence of adaptation of young specialists will be considered and some recommendations promoting simplification of adaptive process of young specialists – graduates of higher educational institution are given.

Keywords: young specialists, adaptation of young specialists, social-psychological adaptation, professional adaptation

WORLD AND REGIONAL ECONOMY

Kiseleva N.A., Prishchep I.P.

TO THE QUESTION ON GLOBALIZATION OF THE MODERN WORLD: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Globalisation is a continuous process lasting for not one century, but it became widespread only in the second half of XX-th century. Globalization phenomenon causes many disputes as it is not clear till now whether this process is positive or negative. In the article discourse on harm and benefits of globalization in the modern world is given.

Keywords: globalization, integration, unification, process, advantage, harm, antiglobalization.

Soboleva J.P., Osipova N.S.

TO THE PROBLEM OF ESTIMATION OF PERSPECTIVE DEVELOPMENT DIRECTIONS OF THE REGION (ON THE DATA OF ORYOL REGION)

The questions of development of the domestic food-processing industry are very sharp now. The events in the world and in the economy clearly show that in

strategic prospect only those regions the development basis of which are the processes of innovative development of food production and modernization of food-processing industry will be competitive. Oryol region is one of the dynamically developing regions of the Russian Federation and demonstrates positive growth of food-processing industry as a whole.

Keywords: food-processing industry, Oryol region, food production, agrarian and industrial complex, development.

Bakaleva V.V.

SANCTIONS INFLUENCE ON THE TRADE SECTOR OF RUSSIA

The article is devoted to consideration of sanctions influence on the economy of Russia, namely on its trading sector. Directions of sanctions action at the wholesale-retail enterprises are specified. The general condition of consumer behaviour at the moment is described. Some basic segments in the trade of agricultural production are analyzed: fruit, vegetables, fish and meat. Beside, possible consequences of sanctions for import of clothes from the European Union and the USA are defined. Reciprocal measures of Russian Government concerning the revision assortment policy and suppliers pool are defined. The basic directions of support and stabilization of trading market of Russia are specified.

Keywords: sanctions, wholesale-retail trade, consumer demand, index of economic hope, import substitution.

Kalabukhina M. V.

ANALYSIS OF THE SUPPORT OF SMALL AND AVERAGE BUSINESS IN ORYOL REGION

Microfinancing is one of the tools of state support of small business. In the article characteristic of the basic organisations forming the infrastructure of the support of small and average business subjects on the territory of Oryol region and the results of realization of the program of microfinancing are presented.

Keywords: small-scale business, infrastructure of the support of small and average business, microfinancing of small business subjects.

Shchekotikhina S.A.

REGIONAL ORIENTATION OF ECONOMIC POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION

In the article the author considers the regional aspect of economic policy of the Russian Federation. The Russian Federation now is a large-scale social and economic complex formed under conditions of integration processes into the world economic community. Under modern conditions the success of the country's activity as a whole is defined in many respects by the regional economy. Formation of not only regional, but also all-Russian economic complexes depends on regional economy. Economic development of the region is a guarantee of successful development of the country.

Keywords: regional economy, region, economic policy, economic policy priorities, regional development.

Soboleva J.P., Penkova A.J.

ESTIMATION OF THE INVESTMENT POLICY OF THE REGION (ON THE DATA OF ORYOL REGION)

The research of the investment directions of economy are always in the centre of the attention of economic sphere. It is because investments influence the deepest bases of economic activity defining the process of economy growth as a whole. Growth of investment activity is the most effective tool of sustainable development of the regional economy. Investments stimulate its re-structuring, creation of new productive assets, overcoming of scientific and technical backlog and formation of modern organizational-economic institutions and market infrastructure.

Keywords: investments, investment policy, investment project, region, Oryol region.

Nozdrina S.E., Zakharkina N.V.

REGIONAL TARGET PROGRAMS

In the article the essence and role of regional programs in the development of the regions and the state as a whole are disclosed. The basic aspects of working out, content and primary goals of regional target programs are also illustrated in work.

Keywords: government program, regions, program passport, social and economic development of the regions.

Shanikova I.V., Zakharkina N.V.

MODERN APPROACHES OF ESTIMATION AND FORECASTING OF THE TENDENCIES OF REGIONS SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE CENTRAL FEDERAL DISTRICT

Because of the stable economic situation in the country as a whole, the questions connected with the study of modern estimation approaches and forecasting of social and economic development of the regions of Russia in the short-term period are still actual. In the article the questions of effective methods of regions development are considered, and the forecast of social and economic development of the regions of the Central federal district is presented.

Keywords: social and economic development, estimation methods of regions development, forecasting, interval scale, critical - constructive analysis.

ECONOMY, ORGANIZATION AND MANAGEMENT

Kuzmicheva K.S., Armanshina G.R.

THE BASIC FORMS OF ECONOMIC INTERACTION OF PRIVATE BUSINESS AND THE STATE

In the article the basic forms of economic interaction of the state and private business, their feature, exact definitions, structure and application spheres are considered. Concrete schemes of realization of state-private partnership projects on the territory of the Russian Federation and the spheres involved are presented.

Keywords: private business, state, partnership, contract, rent, leasing, concession.

Skvortsova N.A., Antipjeva O. S, Lebedeva O. A.

KINDS AND FORMS OF TRADING ACTIVITY IN THE RUSSIAN FEDERATION

In the article the concepts of trading activity, its principal types and forms are described in detail. Characteristic of retail and wholesale trade is given. The purpose and essence of commercial activity and functional purpose of trade enterprises are disclosed. Practice of trading activity was considered on the example of Oryol.

Keywords: trading activity, wholesale trade, retail trade, department store, supermarket, fair.

Andreichenko A.M.

INNOVATIONS AS THE FACTOR OF THE ORGANIZATION COMPETITIVENESS INCREASE

In the article the role of innovations in organization's competitiveness is considered. Information about the place the Russian Federation in innovative activity of the developed countries and the percent of the Russian business using innovations in manufacture is presented.

ANNOTATION

Keywords: innovations, competitiveness, innovative activity, organization, Russian business, production, competitors.

Krylova A.V., Dimitrova E.V.

UNEMPLOYMENT IN THE MODERN WORLD

The article is devoted to the analysis of one of the main social - economic problems all over the world and, in particular, in Russia – unemployment. In the article the reasons of unemployment occurrence, unemployment situation in Russia and all over the world and the actions which can lower the number of unemployed are considered.

Keywords: economic development, unemployment, employment, labour market, qualification.

Zhokh D.V., Khokhlov D.D., Lisichkina N.V.

PERFECTION OF EVALUATIVE PROCESS IN THE REAL ESTATE MARKET

Theoretical bases of the estimation system of real estate in Russia were formed in the early post-Soviet period when the change of the state economic policy resulted in the right of private ownership on land and other real estate in the legislation. The main principles and estimation methods were introduced into evaluative activity with the account of world experience. In the article comparative analysis of various approaches to estimation is carried out and the ways of perfection of evaluative process are suggested.

Keywords: real estate, real estate estimation, housing market, self-regulating organizations.

Kalabukhina M.V.

INFRASTRUCTURE OF THE SUPPORT OF SMALL-SCALE BUSINESS IN RUSSIA

The support of small business is the basis of the development and improvement of sectoral structure of the economy. In the article the condition and problems of small-scale business development are investigated.

Keywords: small-scale business, small-scale business condition, infrastructure of the support of small business.

Kurako O.A.

EVOLUTION OF BUSINESS AND PROTECTION OF BUSINESSMEN RIGHTS IN RUSSIA

Occurrence and development of Russian business are closely connected with the history and development of the state. The first merchants appeared in the Old Russian state in the IX century. Trading activity was the basis of the Slavs' life. In the article further development of Russian business and its subsequent change in different periods of history are considered.

Keywords: business, state.

Starovoitov R.V.

SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL PROGRESS AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH

The article is devoted to one of the factors influencing economic growth – scientific and technological progress. The author describes the basic features and the purposes of scientific and technological progress, analyzes its positive influence on the economy and discloses the concept of scientific and technical potential of the country. Besides, the formation principles and functions of scientific and technical policy and the role of the state are considered in the work.

Keywords: scientific and technological progress, scientific and technical potential, scientific and technical policy, economic growth, state, economy, efficiency.

Savin V. F.

UNEMPLOYMENT IN RUSSIA AND THE WAYS OF ITS OVERCOMING

In the article the actual problems of employment and unemployment in the Russian Federation are considered. Statistical data of unemployment indicators are cited and the ways of overcoming of unemployment are suggested.

Keywords: employment, unemployment, unemployment rate, labour market, ways of unemployment overcoming.

Jasakova A.V.

INVESTMENT POTENTIAL OF THE ORGANIZATION AND ITS USE

In the article the questions of definition, formation and use of investment potential of the organisation are considered. Comparative characteristic of the researches of investment potential made by different authors is presented.

Keywords: investments, potential, investment activity, investment potential.

Turukanov A.V.

BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP: NATURE, GENERALITIES AND DISTINCTIONS

In the article the intension of the concept "entrepreneurship" as a part of the concept "business" is considered. To realize the purpose the analysis of the business theory and the study of the term from the point of view of the concept "economic activity" is carried out. Business development depends on the success of the ideas of entrepreneurial activity. Therefore modern concept "entrepreneurship" can be considered as a way of risk decrease of economic instability under conditions of modern market relations.

Keywords: business, business, profit, risk factors.

Krylova A.V., Dimitrova E.V.

INFLATION IN RUSSIA

In the article the reasons of inflation in the Russian Federation, forecasts of domestic and foreign analysts and the ways of the solution of the problem are considered. This problem influences all parties of life activity of the society, the state, national economy as a whole and can become an original barrier of economic growth of the country.

Keywords: inflation, economic growth, unemployment, monetary and credit policy.

Suslo E.A., Zhavoronkov A.A.

THE BASIC METHODS OF DECISION-MAKING OF SOCIAL AND ECONOMIC PROBLEMS

Each person constantly sets certain goals and achieves them in the terms defined by the conditions. Application of the basic methods of decision-making as

well as exchange of information is a component of any administrative function. The necessity of use of decision-making methods arises at all stages of managerial process and is connected with all aspects of administrative activity. Decision-making process reflects real problems, relations and communication in the organization precisely enough, and the continuous sequence of decisions characterizes the continuity of managerial process.

Keywords: methods of solution, social and economic problems, game matrix, decision tree, forecasting.

Frolova A.A.

THE ANTI-RECESSIONARY OPERATION OF BUSINESS IN COBPEMEHHHXX CONDITIONS

Many enterprises are on the verge of bankruptcy under modern conditions of economy. To help the enterprise out of the insolvent condition competent risk management is required. Risk management is especially actual in our country because of economic situation and influence of political events.

Keywords: crisis (situation), insolvency, financial enhancement, reorganization, liquidation.

Shmarkov M.S.

DEVELOPMENT TENDENCIES OF MODERN BUSINESS IN THE TOURISM MARKET

In the article modern forms of business in tourism industry are analyzed and classification of agency activity according to the character of interactions with tour operator companies is presented.

Keywords: tourism, tourist activity, agency, networks, franchising.

INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES

Deminova S.V., Suchkova N.A.

FORECASTING METHODS OF PROFITABILITY INDICATORS OF MANAGING SUBJECTS ON THE BASIS OF SOFTWARE

The article contains methodical and practical aspects of prognostic estimations of profitability level of the organizations on the basis of statistical data with the use of available of applied programs packages.

Keywords: profitability, forecasting, extrapolation, dynamics number, model, function, trend.

Jagodkin D.A.

DATABASES CREATION AT SMALL MOTOR TRANSPORT ENTERPRISES

In the article operating information systems of motor transport enterprises are considered. It is suggested to introduce databases as a cheap alternative to expensive software of the motor transport enterprises.

Keywords: databases, motor transport enterprises, business process, automation, information systems efficiency.

STANDARDIZATION, METROLOGY AND QUALITY MANAGEMENT

Petrova L.A., Luchkin A.G.

DEPENDENCE OF SHELF LIVES OF PROCESSED CHEESES FROM THEIR COMPOSITION AND PACKAGING

Food value of processed cheeses is based on the presence of balanced irreplaceable aminoacids with high concentration of fat and protein, salts of calcium and phosphorus and vitamins. In comparison with hard cheeses processed cheeses organism is 100 % digested and contain less cholesterol. Any consumer wishes to buy fresh, qualitative and tasty cheese. Choosing cheese, first of all, it is necessary to pay attention to product composition, packing and shelf life as this data characterize product quality.

Keywords: product structure, shelf life, packaging, quality.

Bakaleva V.V.

PERFECTION OF QUALITY MANAGEMENT OF BANK SERVICES

In perfection of quality management of banking system the problems of control, estimation and constant improvement of the quality of bank services are of importance. And the use of effective techniques for solution of these problems will allow keeping constant clients and attracting the new ones.

Keywords: bank services, business processes, bank system, client base.

THEORY AND METHODS OF PROFESSIONAL TRAINING

Ermolaeva M. A.

PERFECTION OF EDUCATION SYSTEM IN RUSSIA

In the article an attempt to single out the basic innovative tendencies in the Russian education system for last years is made. Increase of the level of information competence of the population and abilities to get and use the information independently should become the leading purpose of modern education.

Keywords: education system, innovations, distance learning.

Elagin A.V.

PR-TECHNOLOGY SPECIFICITY IN EDUCATIONAL SPHERE

Modern social and economic conditions, demographic situation in Russia and the reforms in the sphere of education influence the activity of educational institutions greatly. At present state educational institutions use propaganda of its product more, than professional PR-technologies. Hence, there is inevitable decrease in the quality and efficiency of services positioning of. That is why competent and professional working out of PR-campaigns is necessary for creation of steady positive image and strong reputation of higher school in the market of educational services.

Keywords: PR-technologies, education.

Jakovleva E.A.

EFFICIENCY AUDIT IN EDUCATIONAL ORGANIZATIONS: METHODOLOGICAL ASPECTS

In the article the features of efficiency audit in educational organizations are disclosed. The problems of efficiency audit implementation and methodological

aspects are described. The technique of carrying out of efficiency audit is suggested.

Keywords: audit, methodology, education, efficiency, technique.

Solomon J.V.

INFORMATIZATION EDUCATION SYSTEM

In the article the problem of informatization of education system is discussed. The main tasks of training is the use of possibilities of new information technologies, methods and means of computer science for realization of the ideas of developing education, intensification of all levels of educational process, increase of its efficiency and practical preparation of rising generation for life under conditions of information society.

Keywords: information, education, information society.

Baeva A.A., Ljadchenko A.V.

PROBLEM OF SCALE OF TRAINING AND PERSONNEL DEVELOPMENT

In the article the basic concepts and structure of the process of personnel education and development as basic directions of personnel selection of the organization are considered.

Keywords: training, development, the system of personnel management, organization of advanced training.

THEORY AND METHODS OF PHYSICAL EDUCATION

Chernenok R. I, Guskov V.M..

INFLUENCE OF SPORT ON PERSON'S DEVELOPMENT

Recently sports are becoming more and more popular occupation among people. But very few people knows about its main features. The purpose of this work is to show how physical culture and sports can affect not only person's physical health, but his high moral standards.

Keywords: physical training and sports; personal qualities; moral-ethical education; will formation; self-realization process; self-knowledge and self-improvement.

Popkova M. A, Andrianova T.A.

PHYSICAL CULTURE IN THE USA

In the article the position of the government of the USA concerning physical training and sports is considered. Its essence is that it is much more rational to allocate resources for support and strengthening of citizens' health, than subsequently to bear the expenses connected with its restoration.

Keywords: physical training and sports in the USA, strengthening of citizens' health, sports movement, strong state.

Trutsina Ju.Ju., Korneeva M. D.

THE HISTORY OF OCCURRENCE AND REVIVAL OF SPORT COMPLEX "READY FOR WORK AND DEFENSE"

In the article the question of history of and revival of All-Russia physical culture and sports complex "Ready for work and defence" (RWD). It is the basic system of physical training in our country. RWD complex defines the requirements on physical readiness of citizens of the Russian Federation. They include the list of all kinds of trials (tests), knowledge and skills about healthy life. Sports complex raises sports efficiency in sound health maintenance. A person develops harmoniously and comprehensively with it and demonstrates patriotism and civic-mindedness.

Keywords: All-Russia RWD sport complex, normative-testing part of RWD, sporting part of RWD.