

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В. И. ВЕРНАДСКОГО»

СБОРНИК ТЕЗИСОВ УЧАСТНИКОВ

I научной конференции

профессорско-преподавательского состава,

аспирантов, студентов и молодых ученых

«ДНИ НАУКИ КФУ им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»

г. Симферополь 2015 год

Техническая редакция и верстка:

Отдел организации научно-исследовательской работы студентов и конкурсов Управления организации научной деятельности Департамента научно-исследовательской деятельности ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Соколенко Б.В.

Шостка Н.В.

Пичугин В.С.

Дядичев А.В.

Под общей редакцией проректора по научной деятельности Федоркина С.И.

I научная конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» / Сборник тезисов участников / Симферополь, 2015

В сборник включены доклады участников I научной конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского», отражающие достижения научных и практических изысканий в сфере естественных, гуманитарных, технических наук и информационных технологий.

Работы публикуются в редакции авторов. Ответственность за достоверность фактов, цитат, собственных имен и других сведений несут авторы.



ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ СУЩНОСТИ И
СТРУКТУРЫ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Аблялимова Э.С.

*студентка кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*
научный руководитель: Чернявая А.Л., к.э.н.

Аннотация. В работе проведен анализ теоретических и научных подходов определения сущности и структуры потенциала предприятия.

Введение. Развитие рыночных принципов хозяйствования в рамках национальной экономики является предпосылкой к созданию новых соответствующих практике методов анализа и оценки возможностей предприятия с учетом отечественной и зарубежной практики экономической диагностики внутренней и внешней среды организации. Для оценки потенциала предприятия используется система показателей экономического и предпринимательского преимущества предприятия, а также величина накопленных ресурсов, степень использования потенциальных возможностей.

На современном этапе более актуальным вопросом становится не только способность производить товары и услуги и удовлетворять потребности, но и определять при этом объемы ресурсов, которые расходуются. Поэтому проблема определения потенциала предприятия, методы оценки, особенности оценки становятся более актуальными, что подтверждают многочисленные исследования отечественных и зарубежных экономистов. В настоящее время не сформированы единые подходы по многим вопросам, поэтому учеными продолжается изучение и исследование потенциала предприятия, подходы и методы к его оценке.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является исследование и проведение анализа теоретических и научных подходов сущности и структуры потенциала предприятия.

Для решения поставленных задач использованы общенаучные методы.

Результаты исследования. Термин «потенциал» в своем экономическом значении происходит от латинского слова «potentia» и означает «скрытые возможности», которые в хозяйственной практике благодаря труду могут стать реальностью.

В отечественной экономической литературе Олексюк О.И., Михалева Е.П. этот термин раскрывают как возможности, имеющиеся силы, запасы, средства, которые могут быть использованы, или как уровень мощности в любом отношении, совокупность средств, необходимых для чего-либо. Экономический словарь Борисова А.Б. трактует этот термин как «скрытые способности, силы для какой-либо деятельности, которые могут оказаться при определенных условиях». Таким образом, термин «потенциал» означает наличие у кого-нибудь (будь-то отдельно взятый человек, рабочий коллектив, общество в целом) скрытых возможностей или способности действовать в соответствующих сферах. В трудах ученых Вейца В.И. и Воблого К. Г. понятие потенциала производственных сил рассматривается как потенциальной возможности страны производить материальные блага для удовлетворения потребностей населения.

В развитии современных представлений о потенциале можно выделить три направления. Представители первого направления (Архипов В.М. и др.), утверждают, что потенциал — это совокупность необходимых для функционирования или развития системы разных видов ресурсов.

Вторая группа авторов (Артемова Л.В. Попов Е.), представляют потенциал как систему материальных и трудовых факторов, которые обеспечивают достижение цели производства.

Экономисты третьего направления (Мендрул О.Г. и др.) рассматривают потенциал как способность комплекса ресурсов экономической системы выполнять поставленные перед ней задания. Потенциал, по их мнению, — это целостное представление о единстве структуры и функции объекта, проявлении их взаимосвязи. На этой основе делается вывод о совокупных возможностях коллектива выполнять определенные задания — чем эффективнее сложилась структура объекта, чем больше отвечают друг другу его структурные и функциональные элементы, тем выше будет уровень его потенциала.

Вышеизложенное свидетельствует, что в настоящее время доминирует односторонний подход к экономической трактовке сути потенциала — или как к совокупности ресурсов, либо как к способности хозяйственной системы выпускать продукцию, либо как к возможности производственных сил достичь определенного эффекта.

Потенциал, что объединяет в себе как пространственные, так и временные характеристики, концентрирует три уровня связей и отношений. Во-первых, отражает прошлое, то есть совокупность свойств, накопленных системой в процессе ее становления и таких, которые предопределяют возможность к ее функционированию и развитию.

Во-вторых, он характеризует уровень практического применения и использования имеющихся возможностей. Это обеспечивает разграничение реализованных и нереализованных возможностей. В этой своей функции понятия «потенциал» частично совпадает с понятием «резерв».

В-третьих, он ориентирован на развитие (на будущее). Являясь единством устойчивого и изменяющегося состояний, потенциал включает (как возможные) элементы будущего развития. Уровень потенциала характеризует имеющееся состояние системы, обусловленное тесным взаимодействием всех перечисленных состояний, что и отличает его от таких близких, понятий, как «ресурс» и «резерв».

Выводы. В настоящее время доминирует односторонний подход к экономической трактовке сути потенциала — как к совокупности ресурсов, либо как к способности хозяйственной системы выпускать продукцию, либо как к возможности производственных сил достичь определенного эффекта.

Во время формирования рыночной экономической системы приобретают особую актуальность проблемы планирования и оптимизации возможностей предприятий долгосрочного и текущего характера. Опыт зарубежных стран свидетельствует о необходимости образования гибких производственно-организационных систем, которые сделали бы возможным оперативное реагирование на изменения во внешней среде. Поэтому необходима переоценка концептуальных подходов к созданию и развитию отечественных предприятий и прежде всего к процессам целенаправленного формирования их потенциалов.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Артюхова И.В.,

*доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

Введение. На современном этапе в российской экономике наблюдается диспропорция между наличием инновационных возможностей и их реальным воплощением на практике. Немногие предприятия России имеют сильный инновационный потенциал, но еще меньше могут эффективно его использовать. Проблема связана с отсутствием комплексных исследований, методологических разработок и концептуальных подходов к оценке инновационного потенциала и эффективности его использования. В силу этих причин исследование потенциала предприятия является актуальной задачей.

Цель и задачи исследований. Цель оценки инновационного потенциала заключается в создании предпосылок и условий эффективного управления инновационной деятельностью. Одним из условий эффективного управления является создание адекватной управляемому объекту информационно-аналитической базы и механизма ее функционирования, а также рекомендаций по принятию управленческих решений по развитию и воспроизводству инновационного потенциала.

Аналитический обзор имеющихся методик показал, что существует явно недостаточное количество разработок для анализа и оценки непосредственно инновационного потенциала предприятия, кроме того, в рассмотренных методиках, как правило, предпочтение отдается исследованию исключительно внутренних возможностей компании без учета рисков.

Так, в источнике [1] предлагается оценивать проанализировать инновационные возможности (потенциал) предприятия по эффективному обеспечению существующих и вновь осваиваемых технологий. Показателем-индикатором инновационного потенциала компании считают показатель наукоемкости [2].

Результаты исследований. Для того чтобы определить эффективную инновационную стратегию поведения организации и реализовать ее, руководство должно иметь углубленное представление как о внутренней среде организации, ее потенциале и тенденциях развития, так и о внешней среде, тенденциях ее развития и месте, занимаемом в ней организацией. При этом и внутренняя среда, и внешнее окружение изучаются стратегическим управлением в первую очередь для того, чтобы вскрыть те угрозы и возможности, которые организация должна учитывать при определении направлений инновационной активности. Для решения данной задачи разработаны определенные приемы анализа среды, которые применяются в стратегическом управлении.

Одним из популярных инструментов стратегического планирования развития организации является SWOT-анализ. Он достаточно продуктивно может быть использован для оценки инновационного потенциала компании.

Объектом SWOT-анализа может быть не только организация, но и другие социально-экономические объекты: отрасли экономики, государственно-общественные институты, научная сфера, политические партии, некоммерческие организации, отдельные специалисты. Полагаем, что инновационная активность компании как интегрированное направление ее деятельности также может выступать объектом SWOT-анализа.

Процедура проведения SWOT-анализа состоит из четырех этапов. На первом этапе осуществляется сбор аналитической информации. Стоит отметить, что информация, необходимая для проведения анализа, должна присутствовать на предприятии всегда, поскольку управленцу нужно иметь ежедневные сведения о тенденциях и новинках рынка, требованиях потребителей товара, активности конкурентов, поставщиков и т.д.

Сущность второго этапа состоит в анализе внутренней и внешней среды, выявление сильных и слабых сторон компании. SWOT-анализ следует проводить отдельно для каждого продукта, рынка, конкурента.

Оценку каждой составляющей потенциала получают в результате опросов, проведенных среди экспертов, а также на основе изучения показателей внутренней документации. Таким образом, появляется возможность добиться максимальной конкретности сильных и слабых сторон по отношению к исследуемым критериям.

Третий этап – это сопоставление сильных и слабых сторон предприятия и факторов внешней среды. Данный этап предполагает построение матрицы на основе стандартной методики.

На четвертом этапе делается вывод об уровне инновационного потенциала, актуального для того или иного сочетания сил, возможностей и угроз.

Следует отметить, что SWOT-анализ – это лишь один из возможных подходов к формированию стратегии предприятия. Наиболее полной картина будет, если в сочетании со SWOT-анализом будут применяться иные методы стратегического планирования, например, составление матрицы BCG, матрицы Томпсона-Стрикленда, проведение анализа конкурентной среды по методу А.И. Пригожина и др.

Выводы. Целью оценки инновационного потенциала при помощи SWOT-анализа является возможность определения направлений инновационного развития, обеспечивающих возможности перехода предприятий на выпуск конкурентоспособной продукции, существенно повысив свою устойчивость и гибкость по отношению к переменам во внешней среде.

Оценка показателей инновационного потенциала предприятия позволяет:

- адекватно оценить состояние и готовность предприятия к инновационным преобразованиям;
- проанализировать и спрогнозировать тенденции развития, выявить основные преимущества и «слабые» места;
- подготовить рекомендации по формированию инновационной стратегии предприятия и механизмам ее реализации, которая позволит укрепить позиции на рынке;
- создать и развивать информационные потоки для принятия эффективных управленческих решений.

РОЛЬ МОТИВАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Билык А.А.

*студентка-магистрант кафедры экономика предприятия Института экономики и
управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

Научный руководитель: Шевченко Е.В., к.э.н., доцент

Рассматривается роль мотивации в обеспечении эффективного управления организацией

Введение. В современных условиях хозяйствования, когда динамичность внешней среды требует от предприятия своевременных и перспективных решений с целью обеспечения эффективного управления организацией, важным ресурсом компании становится персонал. От того насколько эффективным окажется труд сотрудников фирмы зависит ее успех. Какими бы сильными не были решения руководителей, эффект от них может быть получен только в случае, когда они воплощены в конкретные действия сотрудниками. Это может произойти, если работники мотивированы на положительный результат своего труда.

Цели и задачи исследования. Цель данной работы заключается в рассмотрении роли мотивации в обеспечении эффективного управления организацией.

Методика исследований. Автором использованы системный анализ и синтез для теоретического обобщения выявленной в ходе анализа роли мотивации в обеспечении эффективного управления организацией.

Результаты исследования. Традиционно в процессе управления выделяют такие функции управления организацией как: планирование, организация, мотивация и контроль. При этом дискуссионным остается вопрос о роли каждой из указанных функций в обеспечении эффективного управления предприятием. Такие ученые, как А. Файоль, А. Ильин, М. Бухалков, И. Гринчик предпочитают отдавать функциям планирования и контроля, отмечая, что, эффективное управление предприятием возможно только при наличии четко поставленных целей и разработанных в соответствии с ними планов.

Однако, в тоже время С. Шапиро, Л. Выгодский, А. Леонтьев и Б. Ломов указывают на то, что управления согласно поставленной цели и в соответствии с разработанным планом, в первую очередь, зависит от исполнителей и их заинтересованности в решении поставленных задач. Такое предположение определяет приоритетную роль мотивации в обеспечении эффективного управления предприятием. В настоящее время не существует единого определения мотивации, что связано с природой данного понятия, поэтому мотивацию необходимо рассматривать со стороны работодателя и со стороны работника.

Мотивация со стороны работодателя – это внешнее или внутреннее побуждение экономического субъекта к деятельности для достижения целей предприятия в соответствии с выбранной стратегией развития. В то время как, мотивация со стороны работника – это его стремление удовлетворить свои потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности.

По мнению Р. Оуэна и А. Смита, функция мотивация заключается только в денежном вознаграждении. Согласно их трактовке, «люди — чисто экономические существа, которые работают для получения средств, необходимых для приобретения пищи, одежды, жилища и т.д.».

Однако, автор считает, что применение такого подхода в практике управления порождает трудности в процессе управления, среди которых можно выделить такие как:

- неспособность руководителей эффективно и последовательно применять современные методы мотивации;
- теоретическая неразработанность основных стратегических направлений мотивации работников в организации;
- отсутствие условий для самореализации потенциала сотрудников;
- неудовлетворительный морально-психологический климат;
- не возможность повышения чувства собственного достоинства и удовлетворения от работы.

Ограниченность описанного подхода привела к появлению второго направления, приверженцами которого являются А. Маслоу и Д. МакКлелланд. Они акцентируют внимание на том, что функция мотивации заключается в достижении власти, успеха и в улучшении межличностных связях, но так же не исключает базовых потребностей. По мнению автора, указанное направление не только учитывает одну из важнейших задач управления - выбор оптимальной системы оплаты труда, но и использует нематериальные стимулы к труду с наивысшей отдачей. Так, руководство предприятий может использовать весь широкий спектр современных методов мотивации труда, таких как:

- продвижение по службе;
- публичная оценка достижений работника;
- поднятие морального духа сотрудников;
- создание комфортного социально-психологического климата в коллективе.

В силу того, что мотивы персонала могут меняться, необходимо разработать мотивационную программу с определением в ней мотивационной стратегии. При этом,

осуществление программы мотивации труда требует определенных затрат, которые должны быть сопоставимы с ожидаемым эффектом.

Следует отметить, что функции управления тесно взаимосвязаны, поэтому результативность применения мотивации во многом зависит от реализации планирования, организации и контроля. Имея четкий план, руководитель может организовать трудовой процесс в соответствии с поставленной целью и проанализировать полученный результат. Однако, качественное своевременное выполнение задач плана зависит от заинтересованности работников в их выполнении, так как именно сотрудники являются главным ресурсом организации, а результаты их работы определяют результативность ее деятельности в целом.

Вывод. Таким образом, функция мотивации играет ключевую роль в эффективном управлении организацией относительно других функций, таких как: планирование, организация и контроль. По мнению автора, без мотивационной деятельности работники менее продуктивно выполняют свои обязанности, поэтому, чтобы добиться лучших результатов, необходимо найти мотивы, которые движут каждым сотрудником в его трудовой деятельности.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА САКСКОГО РАЙОНА

Гайсарова А.А.

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

Введение. В современных условиях хозяйствования, которые отличаются действием принципов самостоятельности и свободы выбора вида деятельности при необходимости обеспечения ее эффективности, включая развитие внешнеэкономической деятельности, актуальность проблем стратегического анализа возможностей территориальных социально-экономических комплексов не вызывает сомнения.

Цель и задачи исследований. Анализ перспектив развития рекреационного комплекса Сакского района Республики Крым с учетом особенностей специализации территории.

Результаты исследований. На текущий период Сакский район Крыма может быть отнесен к территориям с аграрно-индустриальным типом хозяйствования со значительным преобладанием сельского хозяйства. Так, в сельском хозяйстве района занято около 58,7%, а в промышленности – 6,4% трудоспособного населения. Следует отметить снижение занятости в промышленности - в 90-е годы XX века занятость была на уровне 8,5%.

Земельные ресурсы Сакского района активно используются в сельском хозяйстве в условиях благоприятных климатических параметров, что в целом способствует развитию сельского хозяйства, хотя водные ресурсы района сильно ограничены. В целом в Сакском районе отмечены низкие показатели экономического развития, при том, что в ряде сфер и достигнуты положительные результаты, в сельском хозяйстве отмечается низкая результативность. Так, в течение последних трех лет продолжает снижаться уровень сбора зерна, объемов производства хлеба и хлебобулочных изделий, мяса и субпродуктов, колбасных, кондитерских и макаронных изделий.

Стратегический анализ структурных процессов в экономике подтверждает возможности в перспективе кардинального изменения специализации района – дальнейшее развитие рекреационной деятельности. В целом рекреационный комплекс Крыма имеет высокую степень завершенности производственных циклов – рекреанта нужно доставить в регион, обеспечить условия проживания, питания, коммуникации, обслуживание потребностей и на это направлены деятельность и транспорта, и торговли, и производителей экологически чистых продуктов, и специализированной промышленности, судостроения, строительства, и

финансовых организаций и других отраслей экономики региона. При этом рекреационные ресурсы Сакского района очень разнообразны и имеют курортную направленность. Это, прежде всего ресурсы минеральных вод, представленные источниками карбонатно-натриевых вод в селах Фрунзе, Трудовое, Ильинка, Червоное, Зерновое. Особую ценность представляют лечебные грязи, на основе которых длительное время работает курорт Саки. Важное значение имеют морские и пляжные ресурсы района. Протяженность ракушечно-песчаных пляжей составляет 65 км, а их ширина на отдельных участках достигает 50-60 м. К рекреационным туристским ресурсам района можно отнести разнообразные исторические (памятник евпаторийскому десанту, место высадки Сталина, Рузвельта и Черчилля в Сакском военном гарнизоне), культурные, археологические и другие памятники.

Выводы. Таким образом, сегодня в Сакском регионе требует учета реально складывающиеся условия деятельности:

- имеющаяся структура экономического комплекса не может обеспечить продвижение вперед;

- для района возможно дальнейшее развитие и совершенствование рекреационной системы: развитие имеющихся рекреационных объектов на основе повышения уровня обслуживания рекреантов,

- расширение национальных аспектов отдыха (кухня, развлекательные мероприятия, образовательные программы);

- создание зон сельского (зеленого) туризма в прибрежных населенных пунктах в форме отдельной гостиницы в селе, на работу которой задействованы жители села в форме производства продуктов питания, виноделия, услуг или создание минигостиниц при усадьбах с внесением в отдых национальных, культурных традиций;

- работа по организации отдыха семей с детьми в условиях благоприятного морского побережья (малые глубины, высокая температура прогрева морской воды, пляжи) - данный сегмент имеет тенденцию к расширению по результатам маркетинговых исследований за 2002 –2012 г.;

- организация автомобильного туризма - стоянки автотранспорта с созданием комфортных условий (канализация, электроснабжение, пункты питания с использованием местных продуктов), а также созданием сервисных ремонтных предприятий в местах стоянок;

- организация охоты, рыбалки на территориях, примыкающих к населенным пунктам, на которых имеются охотресурсы.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Дементьев М. Ю.

к.э.н., ассистент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Введение. Устойчивое развитие аграрного сектора экономики возможно только при условии эффективного формирования и использования его кадрового потенциала. При этом нестабильность рыночной конъюнктуры сельскохозяйственной продукции, низкий уровень социальной инфраструктуры в сельской местности отрицательно влияют на мотивацию занятости в аграрном секторе экономики и затрудняют управление кадровым потенциалом его предприятий.

Цель и задачи исследования. Провести оценку эффективности использования кадрового потенциала предприятий аграрного сектора экономики Р Крым используя методику интегральной оценки.

Результаты исследований. По результатам расчетов (с использованием методики интегральной оценки), уровень использования кадрового потенциала предприятий аграрного сектора экономики Р Крым признан неудовлетворительным.

Среди шести основных производственных типов наиболее эффективно кадровый потенциал используется на виноградарских ($I = 0,698$) и птицеводческих ($I = 0,678$) предприятиях. На среднем уровне - зернопроизводящих ($I = 0,607$) и плодородческих ($I = 0,556$). Наименьший интегральный показатель составил по предприятиям мясо-молочной ($I = 0,379$) и овощеводческой ($I = 0,457$) специализации.

В результате проведенных исследований, доказано, что воздействие приоритетных факторов на уровень формирования и использования кадрового потенциала на предприятиях аграрного сектора экономики Р Крым имеет специфику в зависимости от производственного типа:

- Зерноводческих - за счет повышения уровня мотивации можно получить наибольшую результативность - довести уровень эффективности формирования и использования кадрового потенциала предприятий до 82,2% (то есть увеличить в 1,4 раза), что возможно за счет увеличения удельного веса специалистов с высшим образованием, омоложения трудового коллектива и повышения его инновационной активности;

- Овощеводческого - наиболее эффективным будет воздействие на мотивационные факторы, которые при максимизации повысят уровень эффективности формирования и использования кадрового потенциала в 89,4% (почти в 2 раза), что возможно за счет повышения заработной платы и расширения применяемых методов нематериальной мотивации, направленной на закрепление кадров на предприятии;

- Виноградарского - несмотря на высокое значение общего интегрального показателя имеет резервы его повышения до 89,2% (в 1,3 раза) на основе уменьшения количества работников, занятых на условиях неполного рабочего дня и в условиях, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормам;

- Плодородческих - возможно повышение уровня эффективности формирования и использования кадрового потенциала до 79,3% (в 1,4 раза) на основе совершенствования организации труда, улучшение условий, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормам, повышение мотивации к профессиональной подготовке и переподготовке, обеспечения полного использования фонда рабочего времени;

- Мясо-молочного - доведение уровня эффективности формирования и использования кадрового потенциала в 81,0% (в 2,14 раза) требует значительного улучшения материально-технического обеспечения и организации труда;

- Птицеводческого - доведение общего интегрального показателя до 90,9% (в 1,3 раза) возможно при привлечении квалифицированных специалистов инженерно-механической и

ветеринарной профессий.

Выводы. Повышение эффективности использования кадрового потенциала предприятий аграрного сектора экономики обеспечит рост производительности труда, соответственно положительно повлияет на повышение конкурентоспособности предприятий.

Исходя из высокой эффективности указанных групп факторов, их стимулирование должно стать приоритетными направлениями повышения эффективности формирования и использования кадрового потенциала предприятий аграрного сектора экономики, что повысит их конкурентоспособность.

ФАКТОРЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Ефремова А.А.

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

Введение. *Производительность труда* – важнейший показатель в хозяйственной деятельности предприятия в современной рыночной экономике. Постоянный рост производительности труда на предприятии – неотъемлемое условие повышения конкурентоспособности предприятия. Рост производительности труда должен быть сопоставим с ростом заработной платы. В экономике Российской Федерации за последние годы сложилась обратная тенденция. В 2013 году рост заработной платы составил 17,6% при росте производительности труда – 8%, в то время как в эффективной экономике она должна опережать рост заработной платы на 0,5 процентных пункта. Это является серьезной проблемой для экономики страны, так как данная ситуация приводит к увеличению себестоимости единицы продукции и соответственно снижению её конкурентоспособности. Поэтому как никогда важна разработка мероприятий по совершенствованию производства, снижению издержек производства и повышению производительности труда.

Цель и задачи исследования. Выявить суть понятия производительности труда. Рассмотреть данное понятие на примере современного состояния экономики России.

Изложение основного материала исследования. Экономический кризис заставил многих руководителей принимать жесткие решения, основанные в большинстве своем на радикальном снижении затрат на всех уровнях организации. Но нельзя забывать о том, что издержки можно снизить до определенного предела, в связи, с чем стоит задуматься о повышении производительности труда. Ведь это ключевой фактор, влияющий на эффективность любого бизнеса, определяющий основные экономические показатели и, прежде всего, рыночную конкурентоспособность.

Способы повышения производительности. Согласно результатам исследования, проведенного компанией *Hay Group*, в ходе которого были опрошены финансовые директора и контроллеры из 128 компаний Европы, 70 % из них считают, что повышение производительности критично важно для увеличения прибыли и повышения качества работы с наименьшими капиталовложениями. Респонденты отмечают, что наиболее ценными способами повышения производительности являются:

- повышение вовлеченности и мотивации сотрудников (80 % респондентов);
- улучшение рабочих практик и организации труда (77 %);
- улучшение текущих процессов (65 %);
- увольнение сотрудников, не достигающих поставленных перед ними целей (64 %).

Наименее полезными респонденты считают:

- увеличение количества рабочих часов (около 30 %);
- улучшение процессов только в области управления людьми (менее 40 %).

Соответственно, рассматривая производительность как достижение более высоких результатов с наименьшей затратой ресурсов, нужно сфокусироваться на новых способах достижения целей. Сегодня каждый собственник, акционер, генеральный директор задаются вопросом: какие потери несет бизнес по причине низкой производительности труда и вовлеченности сотрудников?

Факторы влияния. Можно выделить ряд взаимосвязанных факторов, влияющих на эффективность организации:

- мотивация работников;
- система премирования и признания;
- компетенции работников;
- лидерские и управленческие компетенции руководителей на всех уровнях;
- четкое распределение ролей и ответственности;
- четкие ключевые показатели эффективности, цели и ожидания на всех уровнях

организации;

- правильная коммуникация, обратная связь, обмен информацией;
- прозрачная и простая организационная структура;
- способность, мотивация и желание решать проблемы на всех уровнях организации;
- безопасное, чистое, упорядоченное рабочее место;
- эффективная командная работа;
- правильные межличностные отношения.

Перечисленные факторы являются основой существования любой компании. Их развитие позволяет предприятиям правильно функционировать и адаптироваться к изменяющимся условиям. Создание необходимых комплексных систем и обеспечение их развития в пользу предприятия для каждого из этих факторов приводят к значительному изменению трудовой среды, ныне управляемой и контролируемой «сверху вниз».

От изменения модели — к высоким результатам. В последнее время все больше организаций стремятся к повышению производительности, вкладывая крупные суммы в покупку дорогостоящего оборудования или внедряя сложные системы автоматизации производства. Модернизация последнего, безусловно, влияет на производительность труда, но в сегодняшних экономических условиях и рамках остается открытым ключевой вопрос: можно ли значительно повысить производительность труда на существующем оборудовании?

Далеко не всегда внушительные инвестиции обеспечивают ожидаемые результаты. В большинстве случаев это обусловлено тем, что организация — это работающие в ней люди, чьи подход, отношение к оборудованию, работе, отношения между разными уровнями иерархии, тип мышления остаются прежними. Опыт работы компании *Нау Group* с производственными компаниями Украины, России и других стран СНГ, а также Ближнего зарубежья показывает, что, изменив отношение и мышление людей, производительность действительно можно повысить на 10–30 % без значительных инвестиций, работая на существующем оборудовании.

Часто мы просто не видим колоссальные внутренние резервы предприятий, которые во много раз превосходят их текущую прибыль. Представьте, что в компании все сотрудники — от менеджерского уровня до рабочего, в совершенстве смогут :

- самостоятельно диагностировать «узкие места», ограничивающие увеличение прибыли;
- определять и совершенствовать процессы, увеличивающие доход;
- анализировать и улучшать процессы упущенных выгод;
- обоснованно разрабатывать мероприятия по повышению производительности и эффективности предприятия.

В классической модели управления «сверху вниз», используемой на большинстве предприятий Украины и России, повышение производительности труда сотрудников и их эффективности предполагает беспрекословное подчинение и четкое выполнение инструкций,

в противном случае применяется метод «кнута». Типичная культура «приказ дал — приказ выполнил» дает кратковременные и нестабильные результаты.

Выводы. Что же все-таки менять? Алгоритм внедрения каждой из этих и других практик представляет собой комплекс мер, готовых к применению на предприятиях. основополагающие принципы Производства Мирового Класса являются довольно гибкими и дают возможность, как поэтапного внедрения, так и использования отдельных элементов, в которых компания испытывает максимальную потребность. Несмотря на то, что каждая практика концепции ПМК способна создавать добавленную ценность, реальные доходы можно получить, рассматривая все эти практики как единый процесс.

Философия Производства Мирового Класса предполагает, что каждый работающий в организации человек влияет на достижение результатов и получение преимуществ от внедрения ПМК, так как: все сотрудники прилагают большие усилия, принимают изменения и готовы наследовать новые способы работы, мышления и поведения, направленные на непрерывный поиск путей совершенствования на своем рабочем месте.

Поэтому стоит задуматься над тем, что же все-таки нужно менять: оборудование или отношение к нему.

ПРИНЦИПЫ РЕГИОНАЛЬНО-ИНТЕГРАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Каминская А.О.

*ассистент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского, соискатель*

Введение. Развитие современных принципов регионально-интеграционных приоритетов представляет собой одну из наиболее актуальных тенденций в быстроменяющемся мире. Ни одна страна не в состоянии обеспечить эффективное функционирование своей экономики, не взаимодействуя с экономиками других стран. Открытость в национальной экономике – это степень ее интеграции в мировое хозяйство.

Цель и задачи исследований заключаются в определении современных принципов регионально-интеграционных направлений в трансформационной экономике России.

Методика исследований. Методологической базой исследования являются общенаучные методы познания: системный подход, принципы диалектики, сравнительный анализ, метод аналогий и экспертный анализ.

Результаты исследований. Важнейшим фактором обеспечения конкурентоспособности экономики России в трансформационной экономике является определение приоритетных регионально-интеграционных направлений. Россия, участвовавшая активно всегда в интеграционных процессах, стремится в настоящее время найти свое место в современных интеграционных объединениях. Этого требует ее геополитическое положение, экономическая безопасность, а также тенденции развития как мировой, так и национальной экономики.

Сближение и сращивание национальных хозяйств приводит к значительному пересмотру подходов к развитию многих отраслей в экономике каждой страны, а также необходимости приспособления внутренних рынков к возникающим общим интересам стран-участниц интеграционного взаимодействия.

Существуют два основных направления, связанные с развитием региональной интеграции: 1. Воспроизводственное, основанное на стоимости и включающее социальный аспект, национальный хозяйственный комплекс, воспроизводственную солидарность.

2. Ценностное, основанное на ценности для потребителя. Данное направление в качестве

ведущих элементов использует деньги, капитал, спрос и предложение. Социальный аспект здесь отсутствует, т.к. на товарных рынках победителем в конкурентной борьбе является тот, у кого меньше издержки. Данный принцип заложен в законодательство Российской Федерации. В этом направлении может быть утрачена цивилизационная идентичность и суверенитет стран из-за захвата сильными геоэкономическими и геополитическими центрами мира.

В основе развития общества с момента перестройки лежит неолиберальная модель спроса и предложения, то есть вышеуказанного второго направления развития региональной интеграции. Произошел отход от теории материального производства, основанного на стоимостном определении воспроизводственного процесса к ценностному подходу. Но такой подход основывается на том, что качество жизни в обществе достигнуто определенного уровня. Современный этап развития региональной интеграции свидетельствует о новых процессах в направлении воспроизводства – неоиндустриализации в наиболее развитых странах мира.

Различия по двум направлениям в большей степени являются не экономическими, а политическими. В первом случае происходит обоснование социально-экономического развития страны, во втором – получения прибыли от продаж. В первом случае развиваются все фазы общественного воспроизводства: производство, обмен, распределение и потребление. Во втором – только две: обмен и потребление, по которому считается ВВП страны.

Так, существует множество сторонников общеевропейской интеграции, объединения потенциалов России и Европы, которые рассматривают различные подходы обоснования необходимости региональной интеграции. К убеждениям аналитиков в том, что в союзном объединении сохранятся национальные идентичности, следует относиться с осторожностью. Последний кризис в ЕС показал, что существует необходимость централизованно координировать не только правила поведения на рынках стран-участниц, но и их бюджеты. Предполагается модернизировать законодательство и услуги в банковской сфере, на валютном рынке, на рынке ценных бумаг, в страховой деятельности и т.п.

В целом мировые тенденции последних лет характеризуются региональными объединениями стран для защиты определенных, в основном торговых, интересов их членов. В настоящее время, густонаселенный Азиатско-Тихоокеанский регион является локомотивом развития глобальной экономики за счет аккумулирования инвестиций в развитие сырьевых, высокотехнологичных отраслей, перерабатывающей промышленности и т.п.

С другой стороны, эпицентр международной хозяйственной и политической жизни перемещается в густонаселенный Азиатско-Тихоокеанский регион, который является локомотивом развития мировой экономики за счет аккумулирования инвестиций в развитие высокотехнологичных и сырьевых отраслей, перерабатывающей промышленности и т.п.

Развитие интеграционных процессов в настоящее время в СНГ осуществляется за счет укрепления партнерства. Также наличие инфраструктуры у стран бывшего СССР делает их наиболее органичными партнерами для России. Это связано и с общностью менталитета, истории и экономических тенденций. В современных условиях неэффективным является создание периферийных режимов, которые по определению могут являться неустойчивыми, требовать постоянного спонсирования и, как показывает история, легко могут поменять ориентир. Поэтому, речь должна идти об окружении России странами, кровно заинтересованными в сотрудничестве с ней, получающими от этого сотрудничества взаимную выгоду, тесно связанными с Россией тысячами экономических, социальных, культурных связей, ощущающими себя единой геополитической общностью и пространством.

Исходя из Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., Россия должна укрепить свое положение в регионально-интеграционных процессах на евразийском пространстве, постепенно становясь одним из глобальных центров международных связей и поддерживать сбалансированные многовекторные экономические отношения с европейскими, азиатскими, американскими и африканскими экономическими партнерами.

Приоритетные направления регионально-интеграционной политики: обеспечение лидирующих позиций Российской Федерации на внешних рынках высокотехнологичных товаров и услуг; содействие экспорту и достижению глобальной конкурентоспособности обрабатывающих отраслей и сферы услуг; интеграция России в глобальную транспортную систему и реализация транзитных возможностей российской экономики; повышение роли России в обеспечении глобальной энергетической безопасности; усиление роли России в решении глобальных вопросов и формировании мирового экономического порядка.

Выводы. Основываясь на вышесказанном, можно выделить, что научный интерес к вопросам региональной экономической интеграции обусловлен усилением взаимозависимости национальных экономик различных стран мира. Развитие современных принципов регионально-интеграционных направлений в трансформационной экономике рассматривается в трех основных векторах: европейском, в рамках постсоветского пространства и восточном (азиатско-тихоокеанском).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПО СОЗДАНИЮ ПРОГРАММ В ГЕОПРОСТРАНСТВЕ

Кирильчук С.П.,

д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Рассматривается решение проблемы выбора международной компанией типа кода программного обеспечения.

Введение. Роль информатизации в экономическом развитии современных международных компаний становится все более весомой, процессы информатизации находятся под влиянием растущих социальных и экономических потребностей.

Методика исследований. Продукт электронной информации не имеет осязаемых материальных форм, это производит специфическое воздействие на характер конкуренции в этой области. В выигрышной ситуации оказывается та международная компания на рынке, которая прежде всего сможет разработать уникальный продукт, который привлекает пользователей во всем мире. При этом используются математические методы и экономико - математические модели, отражающие различные экономические процессы национальной экономики и ее секторов, различные аспекты управления информацией. Международные компании могут получить преимущество перед конкурентами не только в результате доступа к новой технологии инфраструктуры, оптимизации мер, но и за счет более дальновидного её использования.

Цель и задачи исследований. Практика использования программного обеспечения в международных компаниях показала, что во многих случаях неприступность расшифровки программного кода создает непреодолимые препятствия для нормального функционирования технологического оборудования. В мировой практике все больше и больше фирм, которые приобретают информационные технологии, начали отдавать большее предпочтение открытым исходным кодам программного обеспечения. В этой связи существует

необходимость решения о целесообразности создания открытого источника передовых ИТ-компаний и свободное распространение его по всей глобальной экономической среде.

Результаты исследований. Существует множество мнений «за» и «против» открытость программного кода. Размышления на эту тему неоднократно опубликовано учеными, занимающимися исследованиями в области программного обеспечения. Например, Правительство Великобритании, совместно с международной компанией IBM и Национальным вычислительным центром поощряют открытый код программ. Цель новой организации, которая вызвалась открыть Национальный центр (NOC), является установление более тесного сотрудничества между производителями программного обеспечения с открытым кодом и коммерческими, правительственными и образовательными учреждениями. Для этого НОК будет проводить различные исследования и организовывать конференции, разрабатывать ряд открытых стандартов, используемых во всем ЕС. При этом Европейской Комиссией проведено исследование, которое выявило, что использование открытого источника приносит странам Европейского союза около 2 млрд. евро в год.

Примером использования открытого источника как метода конкуренции является тот факт, что Международная компания Linux прибегла к борьбе за рынок электронных информационных продуктов для преодоления монополии Microsoft и близится к победе на Кубе, в Венесуэле, Китае, Бразилии, Норвегии. Преимущество Linux для таких крупных международных компаний, как Hewlett-Packard, Dell дополнительно планируется активно использовать в качестве замены существующих операционных систем реального времени (RTOS).

На наш взгляд, открытый код при реализации нового программного обеспечения требуется в следующих случаях:

- характеристики надежности, стабильности, и масштабируемости являются критическими для программного обеспечения;
- правильность проектирования и реализации программного обеспечения легко не могут быть проверены другими средствами, помимо независимой экспертизы;
- программное обеспечение имеет решающее значение для пользователя в функционировании своего бизнеса;
- программное обеспечение распространяется среди компаний с малыми возможностями общения с разработчиками программного продукта;
- программное обеспечение ориентировано на пользователей, у которых нет технической возможности установки его на новом оборудовании;
- необходима техническая поддержка программного обеспечения.

В перспективе развитие производства по созданию программ будет состоять из двух вариантов – создание открытого и создание закрытого кода. Если не будет достаточно высоко значение использовать алгоритм или технологию, затраты, связанные с ненадежностью, будут довольно низкие, а риски, связанные с монопольным поставщиком на международном рынке вполне приемлемыми, то потребители будут продолжать платить за частные программы. Это, позволит сохранить верность отдельных вертикальных рынков приложения, когда на рынке количество определенного продукта ограничено, но большинство потребителей нуждается в этом продукте, и эффекты от совместной разработки слабые. Инструменты для баз данных для программирования высокого уровня программ, будут более смешанного приложения. Код программы в этой категории может быть закрытым или открытым, вероятность будет зависеть от значения отказов, чем больше, тем больше стоимость программы создает давление на участников рынка, вынуждая производителя к открытости. Можно рассчитывать на то, что производство программ в целом будет предприниматься с новой ниши, которая постоянно открыта для ограниченной продолжительности жизни программы, а для монополии закрыта интеллектуальная собственность, как только ее продукты попадают в эту инфраструктуру.

Основываясь на аргументации безопасности, представленной выше, составим схему для стратегии международной компании выбора открытого или закрытого источника, при написании новой программы:

1. Уровень различия отпускной цены с открытых и закрытых источников - надежность, стабильность и масштабируемость системы;
2. Перспективы развития программного обеспечения в этом направлении - уровень удобства проверки систем;
3. Наличие интеллектуального потенциала в компании - способность общаться с производителями систем;
4. Сложность технологии, алгоритма декодирования - способность адаптироваться к устаревшему технологическому оборудованию;
5. Желание компании к поддержке программного обеспечения - уровень чувствительности к ошибкам;
6. Уникальность технологии создания программного обеспечения - уровень критичности в управлении бизнесом.

Выводы. Таким образом, учитывая степень информационной безопасности и рисков, международная компания определяет, имеет ли смысл приобретать открытый или закрытый продукт электронной информации. Всё большее распространение в геопространстве получает использование открытого источника как метода конкуренции.

СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ ФИРМЫ

Кирильчук А.Д.

студентка-магистрантка кафедры экономика предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского
Научный руководитель Наливайченко Е.В., д.э.н., проф.

Введение. Теория принятия решений – быстро развивающаяся наука. Задачи, которыми она занимается, порождены практикой управленческих решений на различных уровнях – от отдельного подразделения или малого предприятия до государств и международных организаций.

Методика исследований. Рассмотрим только несколько подходов, методов, проблем, активно обсуждающихся на современном этапе развития теории принятия решений. Это – системный подход, современные методы принятия решений, проблема горизонта планирования и контроллинга.

Цель и задачи исследований. Обратит внимание на вопросы и проблемы управления в теории принятия решений. Выявить современные полезные методы принятия решений в экономике фирмы.

Результаты исследований. Системный подход при принятии решений. При обсуждении проблем принятия решений часто говорят о системном подходе, системе, системном анализе. Речь идет о том, что надо рассматривать проблему в целом, а не "выдергивать" для обсуждения какую-нибудь одну черту, хотя и важную. Так, при массовом жилищном строительстве можно "выдернуть" черту - стоимость квадратного метра в доме. Тогда наиболее дешевые дома - пятиэтажки. Если же взглянуть системно, учесть стоимость транспортных и инженерных коммуникаций (подводящих электроэнергию, воду, тепло и др.), то оптимальное решение уже другое – девятиэтажные дома.

Так, например, менеджер банка, отвечающий за распространение пластиковых карт, может сосредоточиться на рекламе. Между тем ему от системы "банк - владельцы карт" лучше перейти к системе "банк - руководители организаций - владельцы карт".

Договоренность с руководителем учреждения, давшим в итоге приказ выплачивать заработную плату с помощью пластиковых карт, даст нашему менеджеру гораздо больший прирост численности владельцев карт, чем постоянная дорогая реклама. Его ошибка состояла в неправильном выделении системы, с которой он должен работать.

Менеджер банка будет не прав, оценивая работу подразделений банка в текущих рублях. Обязательно надо учитывать инфляцию. Иначе мы сталкиваемся с парадоксальными явлениями, когда реальная ставка платы за кредит отрицательна; или же - рублевый оборот растет, банк якобы процветает, а после перехода к сопоставимым ценам путем деления на индекс инфляции становится ясно, что дела банка плохи.

Обратим внимание на постоянный конфликт между интересами промышленного предприятия и банка. Банкир стремится возможно дороже продать свои услуги по безналичному денежному обороту. Например, берет 3% комиссионных с каждого перечисления. И десятки процентов годовых за кредиты. Менеджмент предприятия вынужден повышать цены. Результат очевиден – снижение конкурентоспособности. Научный подход к разрешению конфликта – теория игр.

Различных определений понятия «система» - десятки. Общим в них является то, что о системе говорят как о множестве, между элементами которого имеются связи. Целостность системы и ее "отделенность" от окружающего мира обеспечиваются тем, что взаимосвязи внутри системы существенно сильнее, чем связь какого-либо ее элемента с любым элементом, лежащим вне системы. По определению действительного члена Российской академии наук Н.Н. Моисеева: "Системный анализ - это дисциплина, занимающаяся проблемами принятия решений в условиях, когда выбор альтернативы требует анализа сложной информации различной физической природы".

Современные методы принятия решений. Кроме упомянутых или кратко рассмотренных выше методов, прежде всего экспертных, при принятии решений применяют весь арсенал методов современной прикладной математики. Они используются для оценки ситуации и прогнозирования при выборе целей, для генерирования множества возможных вариантов решений и выбора из них наилучшего.

Прежде всего, надо назвать всевозможные методы оптимизации (математического программирования). Для борьбы с многокритериальностью используют различные методы свертки критериев, а также интерактивные компьютерные системы, позволяющие вырабатывать решение в процессе диалога человека и ЭВМ. Применяют имитационное моделирование, базирующееся на компьютерных системах, отвечающих на вопрос: "Что будет, если...?", метод статистических испытаний (Монте-Карло), модели надежности и массового обслуживания. Часто необходимы статистические (эконометрические) методы, в частности, методы выборочных обследований. При принятии решений применяют как вероятностно-статистические модели, так и методы анализа данных.

Особого внимания заслуживают проблемы неопределенности и риска, связанных как с природой, так и с поведением людей. Разработаны различные способы описания неопределенностей: вероятностные модели, теория нечеткости, интервальная математика. Для описания конфликтов (конкуренции) полезна теория игр. Для структуризации рисков используют деревья причин и последствий (диаграммы типа "рыбий скелет", они же – диаграммы Исикава или Ишикава, по фамилии японского исследователя, впервые их использовавшего). Менеджеру важно учитывать постоянные и аварийные экологические риски. Плата за риск и различные формы страхования также постоянно должны быть в его поле зрения.

Проблема горизонта планирования. Во многих ситуациях продолжительность проекта не определена либо горизонт планирования инвестора не охватывает всю продолжительность реализации проекта до этапа утилизации. В таких случаях необходимо изучить влияние горизонта планирования на принимаемые решения. Это особенно важно для стратегического менеджмента.

Контроллинг. В последние годы все большую популярность получает контроллинг - современная концепция системного управления организацией, в основе которой лежит стремление обеспечить ее долгосрочное эффективное существование. Вопросам методологических и практических основ построения контроллинга в организациях, контроллингу в бизнесе, в целом концепции контроллинга посвящены труды многих российских и зарубежных учёных (А.М. Карминского, Н.И. Оленева, А.Г. Примака, С.Г.Фалько, Д. Хана и др.).

Контроллинг – это информационно-аналитическая поддержка принятия решений в фирме, на предприятии, в организации.

Выводы. В конкретных прикладных работах успех достигается при комбинированном применении различных методов. Для подготовки решений создаются аналитические центры и "ситуационные комнаты", позволяющие соединять человеческую интуицию и компьютерные расчеты. Все шире используются информационные технологии поддержки принятия решений, прежде всего в контроллинге.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

Кривоzub Ю.В

студент III курса *Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

Научный руководитель Шевченко Е.В., к.э.н., доцент

Рассматриваются современные методы организация производства

Введение. На современном этапе развития экономики, предприятия, ориентированные на производство продукции, столкнулись с проблемой применения новых методов организации производства, которые диктует рынок. Предъявляются другие требования не только к организации производственного процесса, но и к установлению партнерских связей и со сбытом в целом. В роли одного из таких требований выступает управление потоком информации, при помощи которого предприятия благополучно осуществляют свою деятельность.

Цели и задачи исследования. Ознакомится с современными методами организации производства для улучшения элементов и качества производства.

Методика исследований. С целью обобщения теоретических взглядов экономистов-практиков на проблемную ситуацию, автором использованы методы группировки и классификации.

Результаты исследования. Организация производства представляет собой систему мероприятий, направленных на рациональное сочетание труда с вещественными элементами производства, орудиями и предметами труда, а также оптимальное сочетание частных производственных процессов между собой в пространстве и времени, и на этой основе – на повышение эффективности производства.

Различают формы организации общественного производства, типы организации производства и методы организации производственных процессов. Где, формы организации общественного производства – это единое существование элементов производственного процесса во времени и в пространстве при соответствующей системе связей противоречий и тенденций. Тип организации производства - это комплексная характеристика производства с присущими ему особенностями (широта номенклатуры, серийность выпускаемой продукции и ее стабильность). Методы организации производственного процесса - это способы

рационального сочетания основных компонентов производственного процесса в пространстве и во времени.

При этом, тип организации производства во многом определяет ее формы и выбор наиболее рациональных методов производственного процесса и его компонентов (труд, предметы и средства труда). В отличие от форм, методы организации несут в себе практическую реализуемость производственного процесса, а также количественную и качественную обоснованность применяемой формы.

Разнообразие и особенности производственных процессов предопределили широту применяемых методов организации производства в современных условиях хозяйствования, сред которых экономисты- практики выделяют "Just-in-Time", как систему организации производства, при которой изделие передается на следующую технологическую операцию точно в тот момент, когда закончилась обработка предыдущего. Совершенно очевидно, что такая работа предполагает абсолютную надежность каждого исполнителя, задействованного в технологической цепочке, включая наладчиков, технологов, снабженцев и плановиков.

Большую популярность начинает обретать метод виртуального удаленного доступа, потому что позволяет выполнять операции независимо от географического расположения исполнителей. Однако, метод требует наличия на предприятии двух основных компонентов — рабочее место сотрудника и корпоративную сеть предприятия, к которой подключается сотрудник для выполнения своих функциональных обязанностей.

По нашему мнению, указанные методы имеют неоспоримые преимущества, такие как сокращение запасов и удаленный доступ, но связаны с необходимостью модернизации производственного процесса, что потребует дополнительные затраты и временную остановку производства. Поэтому, в современных условиях хозяйствования по-прежнему актуальны традиционные методы организации производства, такие как единичный, партионный и поточный.

Единичный метод организации производства предполагает изготовление продукции в единичных экземплярах или небольшими неповторяющимися партиями, и характеризуется уникальностью продукции, использованием разделения оборудования по группам и высококвалифицированной рабочей силой. Он применяется при изготовлении сложного уникального оборудования, в опытном производстве и т.п.

Партионный метод организации производства характеризуется тем, что производство изделий осуществляется партиями, за рабочим числится выполнение нескольких операций, используется универсальное оборудование и высококвалифицированная рабочая сила.

Поточный метод характеризуется расчленением производственного процесса на операции, четкой специализацией рабочих мест на выполнении определенных операций параллельно, расположением оборудования по ходу технологического процесса, высоким уровнем непрерывности, наличием специального межоперационного транспорта для передачи предметов труда с операции на операцию. Это обеспечивает высокую эффективность поточных методов производства. Наибольшее распространение поточный метод получил в массовых и крупносерийных производствах, а также строительстве.

Главным критерием выбора предпочтительного метода организации производства является обеспечение взаимосвязанной последовательности выполнения операций технологического процесса с порядком размещения оборудования и определенной степенью непрерывности производственного процесса.

Выводы. Современные методы организации производства все в большей мере определяют возможности эффективного использования существующей техники и технологии. Чтобы обеспечить при используемой кадровой политике и вещественных факторах производства максимальную производительность и наибольший экономический эффект, передовые техника и технология должны сочетаться с наиболее рациональной организацией производства.

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АР КРЫМ ЗА 2012 – 2013 ГГ.

¹Немцев А. П., ²Рывкина О.Л., ³Хоришко А.А.

¹ студент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

² к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

³старший преподаватель кафедры экономики предприятия Института экономики и
управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Введение. Инвестиции как долгосрочные вложения капитала в предприятия разных видов экономической деятельности с целью получения прибыли являются одним из главных факторов и результатов экономического развития. Важность и необходимость инвестиций обусловлена созданием ими благоприятных возможностей для развития предприятий различных видов деятельности на основе внедрения новых технологий, материалов, оборудования в производство товаров и услуг для обеспечения модернизации, реструктуризации и диверсификации производства, повышения уровня его конкурентоспособности.

Цель и задачи. В этой связи целью исследования выступает изучение динамики и структурных сдвигов объема капитальных вложений в экономику АР Крым за 2012-2013 гг.

Результаты исследований. По данным официальной статистики объём капитальных инвестиций в промышленность АР Крым в 2013г. составил 15453094 тыс. грн., что на 2878484 тыс. грн. или 15,7% меньше, чем в 2012г. При этом позитивная динамика была выявлена в пяти из восьми направлений инвестиционных вложений: наибольший относительный прирост инвестиций – 9,5% был зафиксирован отношении земельных активов, а наименьший – 0,1% – прочих материальных активов.

В структуре капитальных инвестиций изменений не выявлено, наибольший удельный вес – 99,4% в 2013г. и 99,3% – в 2012 г. сохранялся за материальными активами, в которых доминирующую долю – 43,5% в 2013 г. составляли инвестиции в инженерные сети (против 17,9% в 2012 г.), а наименьшую – 0,5% – в долгосрочные биологические активы растениеводства и животноводства (против 0,8% в прошлом году).

Анализ динамики капитальных инвестиций по источникам финансирования выявил сохранение лидирующих позиций за кредитами банков и прочими займами, как в абсолютном, так и в относительном выражении. В 2013 г. сумма вложений из этого источника составила 5779958 тыс. грн. или 37,4% общего объема капитальных вложений в 2013 г., что на 4451415 тыс. грн. или 43,5% меньше, чем в предшествующем периоде. Наименее значимым источником финансирования капитальных вложений остаются средства населения на строительство собственных квартир в объеме 21312 тыс. грн. или 0,1% в 2013 г. против 24106 тыс. грн. при том же удельном весе в 2012 г. Важно отметить, что в рейтинге источников инвестиций вторая и третья позиции в анализируемом периоде сохраняются, соответственно, за собственными средствами предприятий и организаций, а также средствами населения на индивидуальное жилое строительство.

В региональном разрезе положительные тенденции в капитальном инвестировании выявлены в 8 из 11 городов АР Крым. Из них максимальный темп прироста инвестиционных вложений в 2013г. по сравнению с 2012 г. выявлен в г. Джанкой – 81,9%, а минимальный – 10,9% в г.Керчь. Наибольшее сокращение объема капитальных вложений допущено в г. Симферополь – 27,4%. Что касается районов Крыма, то положительные тенденции капитальной инвестиционной деятельности отмечены в половине из них. При этом наибольший темп прироста инвестиционных вложений имел место в Советском районе –

261,5% в 2013 г., против 53,2% – в 2012г., а наименьший – в Первомайском районе - 3,2%. Наибольшее сокращение (81,7%) инвестиционных вложений отмечено в Сакском районе.

По объему инвестиции на одного жителя среди городов Крыма в 2013 г. лидировал г. Армянск – 30 337,6 тыс. грн. против г. Симферополь – 31250,2 тыс. грн. в 2012 г., а среди районов – Симферопольский – 5968,1 тыс. грн. против Сакского – 17721,0 тыс. грн. в 2012 г. Самые худшие результаты в этом отношении в анализируемом периоде сохраняются за г. Джанкой и Джанкойским районом – 1 552,9 тыс. грн. и 284, 7 тыс. грн. в 2013 г. и 846,8 тыс. грн. и 343,7 тыс. грн. в 2012 г. соответственно.

По видам экономической деятельности Крыма в 2013 г. по сравнению с 2012 г. наибольшая позитивная динамика объема освоенных капитальных инвестиций выявлена на предприятиях оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств и мотоциклов – 151,0%, а наименьший – на предприятиях промышленности – 53,5%. В первой группе следует отметить индекс капитальных инвестиций на предприятиях оптовой и розничной торговли автотранспортными средствами и мотоциклами, включая их ремонт – 553,1%. Что касается второй группы, то рассмотрим динамику объема капитальных инвестиций в разрезе групп предприятий добывающей и перерабатывающей промышленности. Так объём капитальных инвестиций в добывающую промышленность и разработку карьеров Крыма в 2013г. составил 1220073 тыс. грн, что на 7992163 тыс. грн. или 86,8% меньше по сравнению с прошлым годом. На долю инвестиций в предприятия данной сферы в отчётном году пришлось 15,8% их общего объема против 79,6% в 2012г. Предприятия перерабатывающей промышленности Крыма в 2013г. освоили капитальных инвестиций на сумму 1351552 тыс. грн., что на 807579 тыс. грн. или 8,6% больше чем в 2012г. Их удельный вес в общем объеме капвложений – 17,5% в 2013 г. против 4,7% в 2012. Несмотря на общую позитивную тенденцию в динамике инвестиционных вложений в предприятия перерабатывающей промышленности в половине из представленных их видов имело место сокращение объема инвестиционных вложений. Так, наибольшее снижение за анализируемый период имело место на предприятиях металлургического производства, производства готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования – 79,1%, а наибольший прирост – 4480,4% – на предприятиях по производству электрического оборудования.

Выводы. В целом проведенный анализ выявил негативные тенденции в динамике объемов капитальных инвестиционных вложений в экономику АР Крым. При этом имевшая место активизация инвестиционной деятельности на отдельных предприятиях перерабатывающей промышленности следует оценить позитивно, несмотря на то, что продукция этих предприятий не имеет первостепенного значения с позиции специализации экономики региона.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «ПОТРЕБНОСТЬ» И ТЕОРИИ ГРУППИРОВКИ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Рубан Е.С.

*студент-магистрант кафедры экономики предприятия Института экономики и
управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*
научный руководитель: Стаценко Е.В., к.э.н., доцент

Введение. Функционирование фактора производства «труд» заключается в деятельности персонала предприятия по преобразованию всех прочих факторов производства в конечный готовый продукт. В соответствии с этим персонал является носителем трудовой деятельности, а также выступает одновременно фактором производства и средством воздействия на все прочие факторы организации. Учитывая значимость труда как фактора производства, а также наличие проблем в сфере его использования на предприятии, таких как конфликт целей организации и работника, отсутствие единой системы применения и оценки материальных и нематериальных стимулов персонала, нормирование труда на предприятии, актуальным является изучение механизма воздействия на поведение работников предприятия посредством определения их потребностей и влияния на них.

Цель и задачи исследований. Выявление возможностей стимулирования персонала к осуществлению трудовой деятельности посредством воздействия на его потребности является целью работы и требует выявления сущности дефиниции «потребность», проведение анализа существующих подходов к определению потребностей и их группировке.

Методика исследований. Методологической базой исследования выступают фундаментальные экономические и психологические теории стимулирования персонала, обобщение которых произведено при помощи аналитического метода. Анализ подходов к определению понятия «потребность» и теории группировки потребностей отражены при помощи табличного метода.

Результаты исследований. Целью процесса мотивации персонала на предприятии является увеличение уровня заинтересованности персонала в результатах его трудовой деятельности, что обеспечивает повышение эффективности функционирования предприятия. Отметим, что заинтересованность сотрудника в трудовой деятельности основана в первую очередь на его личной потребности. Термин «потребность» характеризуется учеными С.Л. Рубинштейн, Д.А. Леонтьев, Д.К. Маккелланд, К. Левин, Б.И. Додонов, В.В. Монастырский, М.П. Евшов с психологической, экономической, социальной позиций (табл. 1.1.). Так, С.Л. Рубинштейн рассматривает потребность индивида с точки зрения психологической нужды; Д.А. Леонтьев – как механизм взаимоотношений между личностью и окружающей средой; К. Левин – как психическое состояние; М.П. Ершов – как первопричину существования; Б.И. Додонов характеризует потребность как программу поведения индивида; составители философского энциклопедического словаря – как механизм поддержания жизнедеятельности организма. Учитывая многообразие и субъективный характер потребностей индивидов, научное сообщество выделяет потребности различных уровней, различной формы, и содержания, на основании чего они объединяются в группы и категории (табл.1.1). Так, американский психолог, автор модели иерархии потребностей А. Маслоу выделил 5 групп потребностей: физиологические, потребность в безопасности, социальные, потребность в самоутверждении, потребность в самоактуализации; М. Туган – Барановский, советский экономист, выделил физиологические, половые, альтруистские, симптоматические потребности, а также инстинкты и потребности практического характера; С. Функер классифицировал потребности на низшие (животные), основные (материальные и социальные) и высшие (духовные); Д. К. Маккелланд выделял 3 главные потребности: стремление к успеху, социальные стремления и стремление к власти; американский психолог К. Альдефер выделил потребность существования, потребность связи, потребность духовного роста. Основоположник немецкой классической философии Г. В. Ф. Гегель определял физические потребности, потребности прав и законов, религиозные потребности, потребности прав и познания.

Таблица 1.1.

Определение понятия «потребность» и теории группировки потребностей

Автор	Определение понятия «потребность»
С. Л. Рубинштейн	Состояние индивида при нужде в условиях жизни, предметах и объектах, без которых невозможно его существование и развитие.
Д. А. Леонтьев	Система отношений между субъектом и средой обитания
Д. К. Маккелланд	Результат отклонения внешней или внутренней реальности от сложившихся ожиданий субъекта по поводу этой реальности
К. Левин	Динамическое состояние повышенного напряжения, которое «толкает» человека к определённым действиям. Это напряжение «разряжается» при удовлетворении потребности. Таким образом, в процессе возникновения и удовлетворения потребностей человек проходит через ряд динамических состояний, отличающихся уровнем своей напряжённости.
Б. И. Додонов	Программа поведения, посредством которой реализуется функционирование (жизнедеятельность) субъекта.
В. В. Монастырский	Вынужденное субъективное страдание психики, являющееся основной причиной всех неврозов.
М. П. Ершов	Первопричина жизни, свойство всего живого
Философский энциклопедический словарь	Нужда или недостаток в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом; внутренний побудитель активности
Теории группировки потребностей человека	
Автор	Классификация потребностей согласно теории
М. Туган - Барановский	5 групп потребностей: физиологические, половые, альтруистские, симптоматические потребности, а также инстинкты и потребности практического характера
С. Функер	3 категории потребностей: низшие(животные), основные (материальные и социальные) и высшие (духовные).
А. Маслоу	5 уровней потребностей: физиологические, потребность в безопасности, социальные, потребность в самоутверждении, потребность в самоактуализации.
Д. К. Мак - Келланд	3 главные потребности: стремление к успеху, социальные стремления и стремление к власти
К. Альдефер	3 группы потребностей: потребность существования, потребность связи, потребность духовного роста
Г. Гегель	4 группы потребностей: физические, потребности прав и законов, религиозные, потребности прав и познания

Выводы. Потребности индивида выступают субъективными характеристиками, удовлетворение которых является стимулом к осуществлению деятельности. В рамках взаимодействия между предприятием и персоналом потребность является связующим звеном, наличие которого обуславливает возникновение мотивов персонала к труду. При этом, удовлетворение потребностей работника осуществляется в процессе реализации трудовой деятельности на предприятии, которое использует труд для осуществления производственной деятельности и, как следствие, достижения поставленных целей – получения прибыли или достижения социального эффекта. Из этого следует, что удовлетворение потребностей выступает основным мотивом персонала к труду.

ОЦЕНКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Ошовский С.В.,¹ Ошовская Н.В.,²

¹ студент-магистрант кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

² к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Введение. Характер социально-экономических процессов современного общества предопределяет необходимость исследования особенностей социо-эколого-экономического развития различных территориальных образований, что позволит сформировать и адаптировать новую социальную философию, основанную на необходимости сохранения природной среды, генофонда нации и развития экологической культуры общества. Поэтому мы полагаем, что актуальными являются вопросы устойчивого развития территории, исследование которых позволит эффективно реализовывать социально-экономическую деятельность социума при условии сохранения экологического баланса окружающей среды.

Цель и задачи. Целью данной научной работы является рассмотрение такого направления социально-экономических исследований, как устойчивое развитие, основанного на обеспечении социальной, экологической и экономической безопасности как отдельной территории, так и геополитических пространств в целом. Подобное научное внимание к теории устойчивого развития определяет необходимость рассмотрения особенностей формирования сущности данного понятия.

Результаты исследований. Необходимо отметить, что при рассмотрении морфологического значения устойчивого развития наблюдается антагонистический характер толкования понятия «устойчивости» относительно понятия «развитие», которые формируют смысловое восприятие данной категории, а именно: «устойчивость» определяется как статическое состояние исследуемого явления вне зависимости от уровня воздействия факторов внешней и внутренней среды, в отличие от сущности понятия «развитие», которое характеризует динамические процессы, отражающие трансформацию анализируемого явления.

Вместе с этим, с точки зрения системного подхода, под устойчивостью понимают способность системы сохранять свои характеристики и свойства независимо от воздействия на неё различных внешних факторов. Таким образом, устойчивость развития будет проявляться в сохранении определенного динамического равновесия составляющих системы (социальная, экологическая и экономическая подсистемы), способствующего обеспечению неизменности баланса их первоначального состояния независимо от воздействия различных факторов.

Первоначально процесс реализации программ Концепции устойчивого развития был начат в 80-х гг. XX века, когда в 1983 г. по заданию Генеральной Ассамблеи ООН была образована Международная комиссия по окружающей среде и развитию (МКОСР), основополагающей задачей которой являлась разработка эффективной долгосрочной стратегии, способствующей достижению устойчивого развития в мире к 2000 г.

В 1987 г. на международной конференции по окружающей среде и развитию комиссия выступила с докладом «Наше общее будущее», где определила устойчивое развитие как развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности. Таким образом, в данном определении отражена главная цель устойчивого развития общества, а именно – удовлетворение потребностей на равноправной основе нынешнего и будущего поколений, то есть акцентируется внимание на развитии социально-экономического аспекта, реализация которого подразумевает благоприятное состояние окружающей природной среды. Вместе с этим, в данном определении конкретно не упоминается о гармонии с

природой, хотя подразумевается, что является недостаточным для развития гармоничных отношений человека с окружающей природной средой и может привести Человечество к катастрофическим последствиям в среде обитания, формирующихся в результате невозможности противостояний биосферы разрушающему воздействию процессов хозяйствования.

В этой связи мы полагаем, поскольку среда обитания (биосфера) является основой как для существования человека, так и для развития его социально-экономической деятельности, мы считаем возможным рассматривать устойчивое развитие общества в соответствии с благоприятным развитием окружающей природной среды, что позволит адаптировать развитие социально-экономической деятельности к экологически-ориентированным направлениям, реализация которых будет способствовать поддержанию и сохранению экологического баланса окружающей среды.

Первая концепция устойчивого развития была разработана в 1994 г. в Великобритании, в которой устойчивое развитие трактуется, как обеспечение лучшего качества жизни для всех, сейчас, и для поколений, которые будут. Отметим, что формулировка главной цели данной концепции аналогична цели устойчивого развития, выделенной Международной комиссией по окружающей среде и развитию. Однако, в концепции устойчивого развития Великобритании, по сравнению с концепцией МКОСР, в большей степени учитывается экологическая компонента устойчивого развития, поскольку «обеспечение лучшего качества жизни» человека, в первую очередь, характеризуется благоприятным состоянием окружающей природной среды.

Более конкретизированная концепция была предложена Соединенными штатами Америки, согласно которой её результаты должны отражаться в увеличении количества рабочих мест, росте заработной платы, сбережений и др., а также в контроле состояния окружающей среды и применении мер для борьбы с бедностью. Таким образом, в этой концепции в качестве основополагающих prerogative устойчивого развития предлагается эффективное социально-экономическое развитие общества с учетом контроля качественного состояния окружающей природной среды.

В Китае также сформулирована собственная концепция устойчивого развития, названная Китайская повестка на XXI век – Белая книга о населении, окружающей среде и развития Китая в XXI веке, в рамках которой устойчивое развитие представляется, как стратегия развития интенсивного экономического роста с учетом охраны окружающей среды.

В «Концепции перехода Украины к устойчивому развитию» устойчивое развитие рассматривается, как процесс гармонизации производительных сил, обеспечение гарантированного удовлетворения необходимых потребностей общества при условии сохранения и поэтапного воссоздания целостности окружающей среды, обеспечения равновесия между потенциалом природы и требованиям людей всех поколений.

В Российской Федерации основой концепции устойчивого развития является стабильное социально-экономическое развитие, не разрушающее окружающую природную среду. Так, Данилов-Данильян В.И. Даванков А.Ю. Закумбаев А.К. и др. полагают, что улучшение качества жизни людей должно обеспечиваться в тех пределах хозяйственной емкости биосферы, превышение которых приводит к разрушению естественного биотического механизма регуляции окружающей среды и ее глобальным изменениям.

Выводы. Необходимо отметить, что вышеприведенные концепции устойчивого развития этих государств практически идентичны и имеют общие составляющие prerogative реализации, характеризующиеся обеспечением эффективного социально-экономического развития при условии сохранения экологического баланса окружающей среды. В этой связи мы полагаем, что ядром устойчивого развития должны являться гармоничные отношения между человеком и природой, основанные на паритетности интересов экологической, экономической и социальной сфер жизнедеятельности общества.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Прудко А.Ю.,

студентка 4-го курса кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

научный руководитель: Чернявая А.Л., к.э.н., доцент

Введение. Любое современное предприятие, производящее продукцию, торгующее или предоставляющее услуги – сложная система, включающая в себя основные фонды, сырье, материалы, финансовые и трудовые ресурсы. Эти составляющие производственной системы должны использоваться с максимальной эффективностью и обеспечивает ее эффективное функционирование аппарат управления. Изучение и совершенствование системы управления, как в рамках отдельной организации, государства и общества в целом, способствует скорейшему достижению поставленных целей и задач.

Актуальность темы обусловлена тем, что в современных условиях только при правильном подходе к формированию системы управления предприятием возможна его эффективная деятельность.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является анализ системы управления предприятием и пути её совершенствования. Для решения поставленных задач были использованы общенаучные и специализированные методы.

Результаты исследования. В труде «Общее и промышленное управление», Анри Файоль отмечает, что: «Управлять — значит предвидеть, организовывать, распоряжаться, координировать и контролировать; предвидеть, то есть учитывать грядущее и выработать программу действия; организовывать, то есть строить двойной — материальный и социальный — организм предприятия; распоряжаться, то есть заставлять персонал надлежаще работать; координировать, то есть связывать, объединять, гармонизировать все действия и все усилия; контролировать, то есть заботиться о том, чтобы все совершалось согласно установленным правилам и отданным распоряжениям».

Ф. Тейлор впервые отделил процесс планирования труда от самого труда, выделив, таким образом, одну из основных управленческих функций. Основные положения системы научного управления по Тейлору он отобразил в своём труде "Принципы научного управления", а именно:

- создание научного фундамента, заменяющего собой традиционные, практически сложившиеся методы работы;
- отбор и обучение сотрудников на основе научных критериев;
- взаимодействие между администрацией и исполнителями с целью практического внедрения научно разработанной системы организации труда;
- равномерное распределение труда и ответственности между администрацией и исполнителями.

Также управление предприятием можно рассматривать, опираясь на принципы производительности труда, относящиеся к звену управления организацией, сформулированные Г. Эмирсоном:

- отчетливо поставленные цели;
- здравый смысл;
- компетентная консультация;
- дисциплина;
- справедливое отношение к персоналу;
- быстрый, надежный, полный, точный, постоянный учет;
- диспетчирование;
- нормирование операций;
- эффективное планирование;

- нормализация условий труда;
- стандартные письменные инструкции;
- вознаграждение за производительность.

Исходя из этих принципов и определений можно формулировать задачи, которые должны быть решены системой управления предприятием.

Как утверждает И.Галушка, эффективность функционирования любого экономического объекта, вследствие возрастающей сложности, комплексности и усиления взаимосвязей все в большей мере зависит от качества системы управления.

Повышение качества системы управления предприятия может быть достигнуто при проведении исследования всех сторон деятельности, включая исследование, как управляемой системы, так и управляющих подсистем, а именно: исследование и рассмотрение сильных и слабых сторон предприятия, процесса производства и сбыта, финансового состояния, персонала и маркетинга.

В качестве примера оценки эффективности управления может служить показатель уровня прибыли - определять можно по тенденции увеличения или снижения этого показателя. То есть, если оценить соответствие результатов деятельности фирмы действиям менеджмента, то полученный показатель будет являться критерием экономической эффективности управления. Ещё одним экономическим критерием эффективности, подчиненным критерию прибыльности, является продуктивность, которая характеризуется показателями индивидуальной и групповой производительности труда, объемом выпускаемой продукции, качеством продукции. Также относятся показатели использования материальных ресурсов (показатели сбалансированности товарно-материальных запасов, текущие прямые и накладные расходы и др.), человеческих ресурсов (затраты на наем рабочей силы, на подготовку и повышение квалификации, показатели организации труда), внедрение нововведений (наличие соответствующих мощностей, производственные резервы). Эффективность управления может быть выражена и оценена не только по конечным экономическим результатам работы всей фирмы, но и по таким параметрам, как скорость принятия решения и осуществления конкретных шагов, отдача от осуществления решения, измеряемая в стоимостных показателях. Эффективность системы внутрифирменного управления определяется в этом случае как экономический эффект от принятия управленческих решений.

Вывод. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что система управления предприятием является неотъемлемым элементом функционирования предприятия. Без качественной системы управления невозможно добиться поставленных целей.

Основу для построения эффективной системы управления составляет работа кадровой службы, которая должна обеспечить предприятие квалифицированными работниками. Система руководства нуждается в квалифицированных специалистах, владеющих обширными, современными знаниями, способными применить эти знания в работе.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Серова А.В.

студентка 4-го курса кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Научный руководитель: Ефремова А.А., к.э.н., доцент

Введение. Эффективность производства относится к числу ключевых категорий рыночной экономики, которая непосредственно связана с достижением конечной цели развития общественного производства в целом и каждого предприятия в отдельности. В наиболее общем виде экономическая эффективность производства представляет собой количественное соотношение двух величин — результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат. Сущность проблемы повышения экономической эффективности производства состоит в увеличении экономических результатов на каждую единицу затрат в процессе использования имеющихся ресурсов. Повышение эффективности производства может достигаться как за счет экономии текущих затрат (потребляемых ресурсов), так и путем лучшего использования действующего капитала и новых вложений в капитал (применяемых ресурсов).

Цель и задачи. Выявить сущность понятий эффективности предприятия, производства.

Изложение основного материала исследования. Важнейшим экономическим результатом рыночной деятельности предприятия с учетом долговременной перспективы его развития является получение максимальной прибыли на вложенный капитал. Соотношение прибыли и единовременных затрат становится исходной основой для реального повышения эффективности производства. Однако в соответствии с законами рынка нельзя отождествлять эффективность производства с производительностью труда. Производительность труда означает плодотворность производственной деятельности людей и определяется величиной затрат живого и овеществленного труда, приходящихся на единицу продукции. Отсюда рост производительности труда отражает использование лишь потребляемых ресурсов (текущих затрат), тогда как повышение эффективности производства характеризует использование всех ресурсов, включая текущие и единовременные затраты. Попутно можно отметить, что понятия единовременных затрат, капитальных вложений и вложений в капитал имеют одинаковый экономический смысл, который сводится к необходимости соблюдения общего правила окупаемости этих ресурсов за счет прибыли, получаемой в процессе производства.

В рыночной практике хозяйствования встречаются самые различные формы проявления экономической эффективности. Технические и экономические аспекты эффективности характеризуют развитие основных факторов производства и результативность их использования. Социальная эффективность отражает решение конкретных социальных задач (например, улучшение условий труда, охрану окружающей среды и т.д.). Обычно социальные результаты тесно связаны с экономическими, поскольку основу всякого прогресса составляет развитие материального производства. В условиях рынка каждое предприятие, даже малое, будучи экономически самостоятельным товаропроизводителем, вправе использовать любые оценки эффективности развития собственного производства в рамках установленных государством налоговых отчислений и социальных ограничений.

Особенности функционирования рынка (субъективность интересов различных участников рыночного процесса, неопределенность достижения конечных результатов, подвижность параметров производства и сбыта продукции, множественность критериев оценки и прочее) также отторгают деление эффективности на общую и сравнительную, характерную для отечественной теории и практики, поскольку возможности способа развития производства и выбор наилучшего варианта зависят от рыночной конъюнктуры.

Рыночная же стихия весьма сложна, и переход к рынку обуславливает важность разработки единых подходов к измерению затрат и результатов для отбора и реализации подлинно эффективных решений на всех уровнях управления производством, которые превращают расчет экономической эффективности из формальной хозяйственной процедуры в жизненную необходимость.

Принципы определения экономической эффективности. Определение эффективности производства начинается с установления критериев эффективности, то есть главного признака оценки эффективности, раскрывающего его сущность. Смысл критерия эффективности производства вытекает из необходимости максимизации получаемых результатов или минимизации производимых затрат исходя из поставленных целей развития предприятия. Такими целями могут быть обеспечение выживаемости, достижение устойчивого роста, структурная перестройка, социальная стратегия и тому подобное. При всем многообразии этих целей доминирующим становится достижение наилучших экономических результатов, стремление к извлечению наибольшей массы прибыли с учетом долговременной перспективы развития. Отсюда в качестве исходного количественного критерия эффективности производства должна выступать годовая норма прибыли на вложенный капитал:

$$E = \frac{\Pi}{K} = \frac{\text{Ц} - \text{С}}{K}, \quad (1)$$

где E — норма прибыли на вложенный капитал, %;

Π — чистая прибыль (годовая) за вычетом налогов, руб.;

K — вложения в капитал, обеспечивающие получение прибыли, руб.;

Ц — годовой объем производства продукции в продажных ценах, руб.;

С — полная себестоимость годового выпуска продукции, руб.

Расчетные значения нормы прибыли могут изменяться в зависимости от структуры капитала, уровня прогнозируемых цен на продукцию, объема спроса и других факторов. Выбранный критерий эффективности производства в виде нормы прибыли на капитал применяется как для сравнения различных вариантов развития предприятия, так и для оценки единственного варианта рынком. В соответствии с принятым критерием определяются конкретные показатели эффективности производства, отражающие основные характеристики затрат и результатов. В международной практике обоснования эффективности инвестиционных проектов используются следующие обобщающие показатели эффективности производства: чистая текущая стоимость, рентабельность капитала, внутренний коэффициент эффективности, период возврата капитальных вложений, максимальный денежный отток, точка безубыточности. Показатель чистой текущей стоимости определяется как разность между поступлением и расходом денежных средств за весь период предполагаемого функционирования предприятия с учетом фактора времени. Обычно чистая текущая стоимость рассматривается как норма инвестирования капитала (норма минимального дохода), подтверждающая целесообразность осуществления капитальных вложений.

Выводы. В наиболее общем виде экономическая эффективность производства представляет собой количественное соотношение двух величин — результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат. Сущность проблемы повышения экономической эффективности производства состоит в увеличении экономических результатов на каждую единицу затрат в процессе использования имеющихся ресурсов. Повышение эффективности производства может достигаться как за счет экономии текущих затрат (потребляемых ресурсов), так и путем лучшего использования действующего капитала и новых вложений в капитал (применяемых ресурсов).

Для оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности используются показатели рентабельности и деловой активности. Рентабельность предприятия отображает степень прибыльности его деятельности. Деловая активность предприятия в финансовом аспекте оказывается, прежде всего, в скорости обороту средств.

Роль оценки финансового состояния предприятия - наглядные и простые результаты финансового благополучия и динамика развития хозяйствующего субъекта, которая применяется для выработки дальнейшей стратегии предприятия.

РОЛЬ МАРКЕТИНГА РЕГИОНА В РАЗВИТИИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Сильченко Ю.О.

Студентка III курса Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Научный руководитель Шевченко Е.В., к.э.н., доцент

Введение. В современных условиях хозяйствования конкуренция является неотъемлемой частью экономики. Она встречается между продавцами, покупателями, предприятиями, отраслями, регионами и государствами, как соперничество за лучшие условия, позиции на рынке. Так, регионы вынуждены конкурировать между собой в борьбе за: инвестиции и квалифицированную рабочую силу; покрытие растущего уровня потребностей населения в качестве коммунальных услуг и качестве жизни. Территория стала равноправным участником рынка, которая продается как товар, имеющий свою стоимость и полезность. Указанные условия побуждают выделить маркетинг регионов, как составную часть региональной политики.

Цели и задачи исследования. Определить роль маркетинга региона в развитии Республики Крым, возможные перспективы и направления для улучшения привлекательности данного региона.

Методика исследований. Для решения поставленных задач, автором использованы методы анализа и синтеза, которые позволили обобщить теоретическую и проанализировать практическую информацию о развитии маркетинга региона и его влиянии на обеспечение инвестиционной привлекательности Республики Крым.

Результаты исследования. Маркетинг региона - это система мероприятий направленная на привлечение в регион новых экономических агентов, с целью обеспечения его процветания. Он может осуществляться в виде маркетинга инвестиций, туристического маркетинга, земли, жилья, зон хозяйственной застройки и пр.

К целям маркетинга регионов относятся: выгодное позиционирование региона в национальной среде; улучшение/сохранение конкурентоспособности расположенных в регионе предприятий промышленности и сферы услуг; создание уровня известности; повышение культурной привлекательности и улучшение инфраструктуры региона.

В настоящее время перед руководством Республики и правительством Российской Федерации остро стоит задача привлечения реальных инвестиций в экономику региона. Согласно исследованиям министерства курортов и туризма Крыма, крымский полуостров является уникальным местом для развития практически всех направлений туризма и обладает потенциалом для развития туристической отрасли – здесь 11,5 тысяч памятников архитектуры, истории и культуры, 176 природных заповедников, 900 пещер и 500 километров оборудованных пляжей. Председатель комитета Государственного совета Республики Крым по экономической, бюджетно-финансовой и налоговой политике В. Нахлупин считает, что реализация инвестиционных проектов в свободной экономической зоне «позволит возродить в Крыму виноделие, кораблестроение, туризм и рекреационную медицину».

Поэтому основной целью использования маркетинга региона в Крыму является привлечение инвестиций. Для этого, по мнению автора, необходимо задействовать такие стратегические направления как:

- маркетинг имиджа - подразумевает создание, развитие и распространение информации о позитивном образе региона. Имидж Крыма должен быть позитивным и иметь свою отличительную черту, например, Крым - «Всероссийская здравница», Севастополь – «город русских моряков», Ялта – «жемчужина Крыма»;

- маркетинг достопримечательностей - подразумевает использование для поддержания имиджа естественных достопримечательностей (набережные моря, горы), исторического наследия (музеи, памятники архитектуры), известных личностей и объектов культуры и отдыха (культурные и торговые центры, парки).

- маркетинг инфраструктуры – подразумевает обеспечение в регионе надежного энергоснабжение, водоснабжения, развитых коммуникаций, безопасности. Важным признаком поддерживаемой инфраструктуры является атмосфера доброжелательности и сплоченности населения.

- реклама и коммуникации – заключается в распространении и поддержании регионального имиджа среди представителей избранных целевых групп с использованием таких инструментов, как: СМИ (телевидение, радио, внешняя реклама, региональная пресса, общие и специальные журналы), прямая реклама, региональные стимулы и скидки, спорт, музыка и другие.

Для эффективной реализации концепции маркетинга региона целесообразна разработка соответствующего плана, представляющего собой систему действий, которые создают и поддерживают региональные конкурентные преимущества. Структура плана, количество выделяемых разделов зависят от специфики региона, выявленной в ходе маркетинговых исследований, его сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Однако, наиболее часто в практической деятельности применяется план продвижения региона, состоящий из таких разделов, как исследования, экономический анализ деловой среды и коммерческой деятельности; образование; связи с общественностью и реклама. Дополняется план разделами о финансировании и процедурах контроля.

Выводы. Таким образом, основная роль маркетинга региона - это привлечение в Республику Крым новых экономических агентов, способствующих процветанию региона в целом. На данный момент Республика Крым нуждается в реальных инвестициях и для обеспечения этого необходимо применить маркетинг региона по таким стратегическим направлениям как: маркетинг имиджа, маркетинг достопримечательностей, маркетинг инфраструктуры с поддержкой со стороны населения и организации рекламы и коммуникаций. Реализация предложенных мероприятий обеспечит Республике Крым инвестиционную привлекательность, повысит конкурентоспособность и уровень известности, как региона Российской Федерации.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Скороходова А.П.

*студентка кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*
научный руководитель: Чернявая А.Л., к.э.н., доцент

Введение. Решение задачи эффективного использования основных фондов связано с увеличением производства необходимой обществу продукции, повышения отдачи созданного производственного потенциала и полное удовлетворение потребностей населения, улучшения баланса оборудования, снижения себестоимости продукции, роста рентабельности производства, накоплений предприятия.

В связи с этим, актуальным вопросом является анализ использования основных фондов, оценка динамики показателей основных фондов, обоснованность фактических данных об образовании основных фондов, выявление и изменение действия различных факторов на основные фонды, оценка возможных резервов дальнейшего роста фондоотдачи, на основе оптимизации объемов реализации и величины основных фондов

Цель и задачи исследования. Целью исследования является исследование и проведение анализа теоретических и научных подходов сущности основных фондов предприятия, их классификация и оценка.

Для решения поставленных задач были использованы общенаучные и специализированные методы: абстрактно-логические методы – при теоретическом обобщении и изучении трудов отечественных и зарубежных авторов; методы научного познания (анализа, исследования причинно-следственных связей).

Результаты исследования. Основные производственные фонды - это средства труда, которые участвуют во многих производственных циклах и частями переносят свою стоимость на изготовленный продукт, храня при этом в процессе использования свою натуральную форму.

Теоретическими практическими вопросами управления основными фондами занимались многие отечественные и зарубежные ученые. Проблемы оптимизации структуры оборудования изучались в трудах Ч. Бэб-бэйджа, К.Марксом, Д. Милль.

Из отечественных ученых вопросами влияния научной организации труда на повышение эффективности использования основных фондов занимались А. Д. Фролов, Н.Т. Агафонов, А.Ф Ващенко. Роль человеческого фактора в повышении эффективности основных фондов рассматривали А. Л. Гапонепко, И. Л. Лебединский, Ф. М. Волков. Методы обновления основных фондов рассматривали Г. А. Александров, А. С. Павлов.

На современном этапе вопросы управления основными фондами нашли освещение в трудах Х. Абаева, А. Асаула, В.Балашова, И. Бланка, Л.Варшавского, А. Гинзбурга, В. Ирикова, В. Кантора, Е. Кантора, Л.Куликовой, С. Луцкого, А. Яковенко и др. Однако, несмотря на значительное количество исследований в этой области, остаются вопросы требующие изучения и решения комплекса проблем управления основными фондами на предприятиях в современных условиях.

Основные средства - материальные активы, которые предприятие удерживает с целью использования их в процессе производства или снабжения товаров, предоставления услуг, сдачи в аренду другим лицам или для осуществления административных и социально-культурных функций, ожидаемый срок полезного использования (эксплуатации) которых больше одного года (или операционного цикла, если он больше года).

Сущность основных фондов можно охарактеризовать следующим образом: они вещественно воплощены в средствах труда; их стоимость по частям переносится на продукцию; они сохраняют натуральную форму длительное время по мере износа; возмещаются на основе амортизационных отчислений по истечении срока службы.

Основные средства можно сгруппировать по следующим признакам:

- по отраслевому признаку;
- по функциональному назначению;
- по использованию;
- по признаку принадлежности;
- по роли в осуществлении производственного процесса.

По отраслевому признаку основные средства разделяются на: промыслы, сельскохозяйственные, строительные, транспортные, связьку.

Наличие тех или других средств на конкретном предприятии связано с направлением его деятельности, а также и с работой вспомогательных и обслуживающих производств.

По функциональному назначению основные средства разделяются на производственных и непроизводственных.

Производственными являются те основные средства, которые принимают непосредственно участие в процессе производства и связанные с созданием конкретного продукта, выполнением работ и предоставлением услуг. Они представлены зданиями, сооружениями, машинами, станками, оборудованием и др.

Основные средства, которые не принимают непосредственно участия в процессе производства, работа которых направлена на обеспечение социальных и культурно-бытовых потребностей работников предприятия, называются непроизводственными.

По признаку принадлежности основные средства разделяются на собственных и арендованных.

Собственные основные средства являются непосредственно собственностью предприятия и имеют источник своего образования (взнос основателя к Уставному капиталу, задолженность перед поставщиками, целевое финансирование и целевые поступления и др.).

Основные средства, которые используются на предприятии, но не являются его собственностью, называются арендованными. Надо заметить, что с целью исключения возможности двойного учета одних и тех же средств, у арендодателя арендованные основные средства учитываются на балансовом, а у арендатора на внебалансовом счете.

При оценке основных фондов в натуральной форме устанавливаются число машин, их производительность, мощность, размер производственных площадей и другие количественные величины. Эти данные используются для расчета производственной мощности предприятий и отраслей, планирования производственной программы, резервов повышения выработки на оборудовании.

Вывод: Таким образом, основные фонды играют огромную роль в процессе труда, поскольку они в своей совокупности образуют производственно-техническую базу и определяют производственную мощность предприятия.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ ЧЕЛОВЕКА И СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Стаценко Е.В.

доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Введение. От эффективной организации системы мотивации труда персонала на предприятии зависят как повышение эффективности производства, так и рост благосостояния людей, благоприятный социально-психологический климат в обществе, поэтому современное научное сообщество, а также хозяйствующие субъекты стремятся к разработке эффективных условий для повышения производительности и заинтересованности работников в труде. Вместе с этим, при организации системы мотивации труда персонала на предприятии наблюдается тенденция сокращения доли сдельной системы оплаты труда при росте доли повременной. В составе заработной платы, одного из важнейших инструментов стимулирования трудовой деятельности, все более преобладают надбавки и премии, не зависящие напрямую от результатов труда, что негативно влияет на увеличение производительности труда и требует разработки нормативов управляемости, обслуживания, времени выполнения работ и пр. и установлении сдельных расценок по тем видам работ, где ранее использовалась повременная система оплаты труда. Таким образом, при организации системы мотивации персонала на предприятии необходимо сбалансировать интересы работника и цели предприятия, которые объединяет мотив к труду.

Цель и задачи исследований. Выявление взаимосвязи между мотивом работника к труду и системой мотивации персонала предприятия является целью работы и требует выявления сущности категории мотив, систематизации теорий мотивации персонала предприятия, сопоставления целей работника и предприятия, выявления факторов, влияющих на мотив к труду.

Методика исследований. Методологическую основу исследования составляют фундаментальные основы теорий мотивации персонала, для систематизации которых использован метод логического анализа, метод аналогий. Взаимосвязь между трудовой мотивацией человека и системой мотивации персонала предприятия отражена с использованием графического метода.

Результаты исследований, их краткий анализ. Проблема мотивации персонала широко рассматривается в научной и публицистической литературе, однако попытки применить классические теории мотивации к современности, во многом не систематизированы, что затрудняет практическое использование технологий и методов мотивации. Поэтому автором были проанализированы подходы Е.П. Ильина, С.Ф. Покропивного, Т.В. Ярковой, А.А. Епифанова, З.П. Румянцева, Н.А. Соломатина, В.А. Верхоглазенко, М.Х. Мескона, Л.П. Владимирова и др. к определению понятия «мотивация» и предложено под мотивацией понимать процесс стимулирования личности на деятельность, направленную на достижение индивидуальных и общих целей предприятия, посредством побуждения в ней определенных мотивов. Обобщая подходы к определению мотивации, отметим, что они рассматриваются либо с позиции предприятия, либо с позиции индивидуума, однако при определении сущности мотивации важно учитывать степень удовлетворения предприятия работником и работника предприятием.

Принимая во внимание необходимость одновременного учета целей предприятия и его работников, система мотивации персонала на предприятии должна состоять из двух взаимосвязанных подсистем: подсистема целей индивидуума и подсистема целей предприятия. При этом связующим звеном данных подсистем является мотив к труду (рис. 1), который формируется предприятием с использованием материальных и нематериальных методов стимулирования персонала. Количественными характеристиками мотива к труду являются размер основной и дополнительной заработной платы, поощрительных и компенсационных

выплат, а качественными характеристиками – участие в управлении предприятием, поощрительные мероприятия, похвала, повышение должности и пр., (рис. 1).

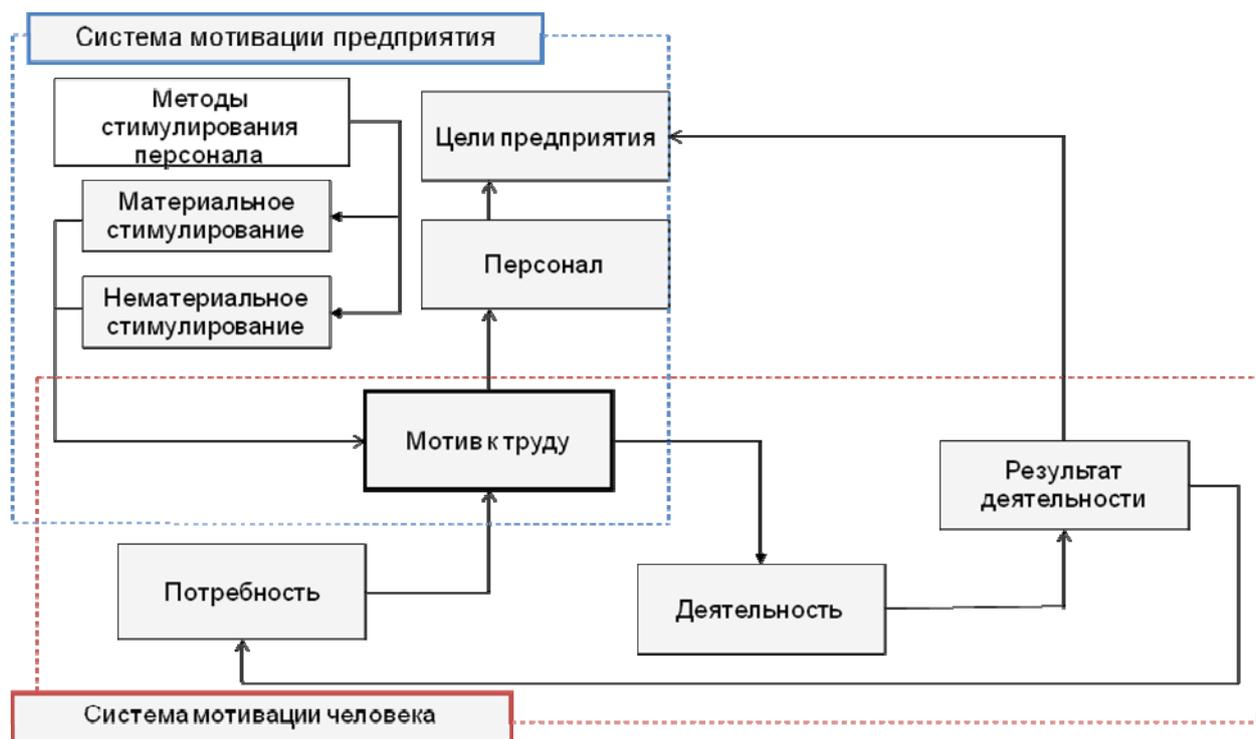


Рисунок 1. – Схема, отражающая взаимосвязь трудовой мотивации человека и системы мотивации персонала на предприятии

Мотив к труду, выступающий связующим звеном системы мотивации человека и предприятия, возникает под влиянием факторов внешнего и внутреннего стимулирования. Факторы внутреннего стимулирования формируются предприятием и направлены на достижение целей его функционирования, тогда как факторы внешнего стимулирования направлены на удовлетворение потребностей человека. При использовании исключительно внутренних факторов стимулирования работник не будет иметь мотива к труду, который способствует достижению поставленных предприятием целей. В том случае, когда внешнее стимулирование обладает способностью удовлетворить потребность осознанную работником, возникает мотив к труду. Поэтому целесообразно рассматривать не отдельно подсистему мотивации персонала и человека, а в совокупности, для достижения оптимального функционирования механизма мотивации.

Выводы. Исследование теоретических основ мотивационных процессов на предприятии позволили установить, что процесс мотивации персонала направлен на удовлетворение целей как самих работников, так и предприятия, которое выступает работодателем. Однако цели работника и предприятия существенно различаются, так как работник стремится к максимальной оплате труда, а предприятие – к экономии затрат на оплату труда. Поэтому система мотивации персонала на предприятии должна учитывать квалификационные характеристики персонала, существующие методы мотивации труда, а также оценку удовлетворения потребностей работников и целей предприятия.

О ТРАКТОВКЕ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ ИННОВАЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ ФИРМЫ

Фамцов В.В.

*студент-магистрант кафедры экономики предприятия Института экономики и
управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*
Научный руководитель Кирильчук С.П., д.э.н., проф.

Введение. В термин "инновация" различные авторы зачастую вкладывают несколько различающийся смысл. Так, например, зачастую под инновацией (нововведением) понимают итоговый результат создания и освоения (внедрения) принципиально нового или модифицированного средства (новшества). Оно должно удовлетворять конкретным общественным потребностям и давать те или иные положительные эффекты (экономические, научно-технические, социальные, экологические и др.). Однако, есть и другие трактовки этого понятия в экономике фирмы.

Методика исследований. М. Хучек отмечает, что в "словаре польского языка" инновация означает внедрение чего-либо нового, какой-либо новой вещи, новинку, реформу. А. И. Пригожин считает, что нововведение сводится к развитию технологии, техники, управления на стадиях их зарождения, освоения, распространения на других объектах. Ю.П. Морозов под инновациями в широком смысле понимает прибыльное использование новаций в виде новых технологий, видов продукции, новых организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого или иного характера. В соответствии с Руководством Фраскати (документ принят международной Организацией Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР) в 1993 году в итальянском городе Фраскати) инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам. Авторы справочного пособия считают, что инновация — использование в той или иной сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленных на совершенствование процесса деятельности или его результатов.

Цель и задачи исследований. Цель исследований – изучить генезис развития понятий экономики инноваций. Задачи исследований – сравнить трактовки понятия инноваций, обобщить их и сделать вывод о сущности современного понятия.

Результаты исследований. В 1911 г. И. Шумпетер выделил пять типичных изменений, с которыми имеет дело менеджер: использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства (в процессе купли — продажи); внедрение продукции с новыми свойствами; использование нового сырья; изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения; появление новых рынков сбыта.

Позднее, в 1930-е годы, он рассматривал инновацию как изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности.

В конце XX в. инновация иногда определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Научно-технические разработки и нововведения выступают как промежуточный результат научно-производственного цикла и по мере практического применения превращаются в научно-технические инновации — конечный результат. Научно-технические

разработки и изобретения являются приложением нового знания с целью его практического применения, а научно-технические инновации — это материализация новых идей и знаний, открытий, изобретений и научно-технических разработок в процессе производства с целью их коммерческой реализации для удовлетворения определенных запросов потребителей. С этой точки зрения неизменными свойствами инновации являются научно-техническая новизна и производственная применимость. Коммерческая реализуемость по отношению к инновации выступает как потенциальное свойство, для достижения которого необходимы определенные усилия.

Из сказанного следует, что инновацию — результат — нужно рассматривать неразрывно с инновационным процессом. Термины "инновация" и "инновационный процесс" близки, но не однозначны. Инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций.

Понятия "новшество" и "нововведение" нередко отождествляются, хотя между ними есть и некоторые различия. Новшество — это новый порядок действий, новый метод, оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению его эффективности. Новшества могут оформляться в виде открытий, изобретений, патентов, товарных знаков, рационализаторских предложений, документации на новый или усовершенствованный продукт, технологию, управленческий или производственный процесс. Новшества могут быть зафиксированы в головах людей, на бумажных или электронных носителях. Информация о новшествах содержится в научной и технической литературе. А также в нормативных и методических документах (стандартах, рекомендациях, методиках, инструкциях и т. п.), отчетах о маркетинговых исследованиях и т. д.

Новшества могут разрабатываться по любой проблеме на любой стадии жизненного цикла товара. В частности, в рамках стратегического маркетинга, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и т.д. Новшества могут быть покупными или собственной разработки, предназначенными для накопления, продажи или внедрения в производственный процесс выпускаемой фирмой продукции (выполняемой услуги), то есть превращения в форму инновации.

Термин «нововведение» означает, что новшество используется. Вложение инвестиций в разработку новшества — половина дела. Главное — внедрить новшество, превратить новшество в форму инновации, то есть завершить инновационную деятельность и получить положительный результат, затем продолжить диффузию инновации. Для разработки новшества необходимо провести маркетинговые исследования, НИОКР, организационно-технологическую подготовку производства, производство и оформить результаты. Поэтому часто говорят, что инновация — конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

Выводы. По нашему мнению, инновация — это любое нововведение. Насколько нововведение хорошо (в том или ином смысле), определяется при анализе или со временем, но эта оценка не должна входить в определение изучаемого явления.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА
ВЫСОКОПРОИЗВОДИТЕЛЬНОГО ТРУДА ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ ПАО ГК
«ЯЛТА-ИНТУРИСТ»

Федоренко В. И.

*студент-магистрант кафедры экономики предприятия Института экономики и
управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*
Научный руководитель Михайлова В.Е., к.э.н., доцент

Введение, анализ публикаций. В наши дни, когда осуществляются радикальные экономические реформы, изменяется общественное устройство, кадровый состав должен соответствовать современным требованиям и нормативам. Он должен уметь четко наметить перспективные задачи и эффективно решать текущие проблемы и вопросы. В процессе становления рыночной экономики, общество постоянно подвергается кризисным явлениям и социальным конфликтам. Управленческий персонал подвергается деформированию и тем самым ситуация еще больше может обостряться. Для обеспечения конкурентоспособности и выживания фирмы, необходимо вкладывать в человеческие ресурсы и кадровую политику. Объективной потребностью любой компании являются квалифицированные и высоконормативные сотрудники, которые способны обеспечивать устойчивое преимущество перед конкурентами. Исходя из этих целей планируются изменения в организационной структуре компании, а также совершенствование механизмов и стилей управления организацией. Совершенствование механизмов высокопроизводительного труда персонала на предприятиях посвящено множество статей, монографий, учебных и научных пособий.

Наибольшее внимание исследованию вопросов мотивации персонала уделено у следующих авторов: Комаров М.А., Самоукина Н.В., Маслова В.М., Соломанидин В.Г., Трапицин С.Ю., Шекшеня С.В.

Все авторы сошлись на определение понятия «мотивация персонала»:

«Мотивация персонала – это один из способов повышения производительности труда».

Цель и задачи исследования. Целью и задачей исследования является осмысление, систематизация и выявление наиболее важных механизмов, критериев, способов набора и мотивации персонала ПАО ГК «Ялта-Интурист»

Методика исследований. Теоретическую и методологическую основу работы составляют публикации и учебные пособия по совершенствованию мотивационных механизмов высокопроизводительного труда персонала на предприятии. В процессе исследования и анализа данных использовался устав предприятия и первичная документация.

Результаты исследований, их краткий анализ. Аналитическая часть исследования позволила оценить систему мотивационного механизма на предприятии ПАО ГК «Ялта-Интурист». Динамика основных показателей эффективности труда имеет положительную тенденцию. В течение 2011-2013 годов предприятие работало достаточно эффективно и по большинству показателей демонстрировало отличные результаты. Причиной этому является компетентность руководящего персонала и хорошо отлаженные механизмы взаимодействия между управляющими и подчиненными. В значительной мере на эффективность работы сотрудников повлияла система поощрения персонала за качественно выполненную работу. Система поощрения предполагает не только денежные выплаты или какие-то другие материальные бонусы, но и нематериальные стимулы для сотрудников.

Нематериальное (моральное) стимулирование – это разновидность стимулирования, регулирующая поведение объекта управления на основе использования предметов и явлений, специально предназначенных для выражения общественного признания и способствующих повышению или же снижению его престижа. Также на предприятии ПАО

ГК «Ялта – Интурист» хорошо развита корпоративная этика, присутствуют производственные игры и совместный отдых для персонала.

Основываясь на теоретических и практических аспектах стимулирования, опросе общественного мнения и на организационном опыте компаний-лидеров на рынке работодателей, можно сделать вывод о необходимости применения как материальных, так и нематериальных стимулов, в целях полного удовлетворения потребностей работников, тем самым способствуя их активности, и, как следствие, дальнейшему развитию.

Мотивация персонала является одним из способов производительности труда. Мотивация труда персонала – ключевое направление кадровой политики любого предприятия. Наиболее эффективной системой мотивации можно считать «мотивация на результат». Результаты работы сотрудников определяются с помощью КПЭ (Ключевых показателей эффективности). КПЭ и мотивация персонала позволяет существенно улучшить эффективность и производительность работы компании.

Вывод. Мотивация сотрудников занимает одно из центральных мест в управлении персоналом, поскольку она выступает непосредственной причиной его поведения. Ориентация работников на повышение эффективности деятельности организации по существу является главной задачей руководства персоналом. Это говорит о том, что мотивация и стимулирование являются неотъемлемой составляющей управленческой деятельности. Они позволяют в полной мере осуществлять индивидуальный подход к персоналу и реализовывать личностный потенциал, как руководителя, так и всех остальных сотрудников для достижения текущих и стратегических целей организации.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

Чернявая А.Л.,

к.э.н. кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Введение. Экстремальный туризм является одним из альтернативных видов туризма, который динамично возрастает с каждым годом. Главной движущей силой стремительного развития предприятий экстремального туризма является быстро возрастающий спрос на активный отдых и рекреацию на природе, что определяется повышением несоответствия среды проживания современного человека и его физическими и психологическими потребностями.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является исследование системы развития и прогнозирования предприятий экстремального туризма в Крыму.

Для решения поставленных задач были использованы общенаучные и специальные методы: абстрактно-логические – при теоретическом обобщении и изучении особенностей развития предприятий экстремального туризма; методы статистической обработки – при группировании статистических данных по туризму и деятельности предприятий туристической сферы; метод цепей Маркова – при определении соотношения туристов и видов туризма.

Результаты исследования. Активные виды отдыха завоевывают все большую популярность среди туристов имеющих целью поучение новых ощущений, улучшение физической формы и достижение спортивных результатов. Также экстремальный туризм способствует развитию таких качеств как: настойчивость, целеустремленность, собранность и взаимопонимание.

Одними из самых эффективно развивающихся предприятий экстремального туризма в Крыму являются:

- полеты (на дельтаплане, пароплане, мотодельтоплане и т.д.). Полетать на дельтоплане предлагают предприятия экстремального туризма в Николаевке, плато Чатырдаг и Демерджи, в Ялте, Судаке, Феодосии;

- конные прогулки предоставляют предприятия экстремального туризма в окрестностях Судака, Феодосии, Алушты, Бахчисарайском районе, п.Лучистое, Белогорске и т.д.;

- дайвинг. Предприятия экстремального туризма предлагают услуги: подводное плавание к затонувшим кораблям, в подводный музей, а также школа подводной археологии. Расположены предприятия предоставляющие услуги дайвинга в Севастополе, Балаклаве, Евпатории, озере Донузлав, Тарханкут;

- скалолазание (маршруты любой сложности). Наиболее эффективно развиваются предприятия экстремального туризма по данному виду на Южном берегу (Никитские скалы, массив Ай-Петри, скала Кошка, мыс Сарыч и т.д.), Бахчисарайском и Белогорском районах.

В настоящее время предложения по экстремальным видам туризма еще минимальны в виду фрагментарных усилий туристических компаний по продвижению данного альтернативного вида отдыха. Также следствием является нехватка инструкторов высшей классификации, которые обеспечивают безопасность туристов. Поэтому большим спросом в настоящее время пользуются преимущественно зарубежные предложения [2]. Пока не будут устранены условия по развитию экстремального туризма на полуострове - рынок экстремальных услуг будет расширяться благодаря выездному туризму (рис.1).

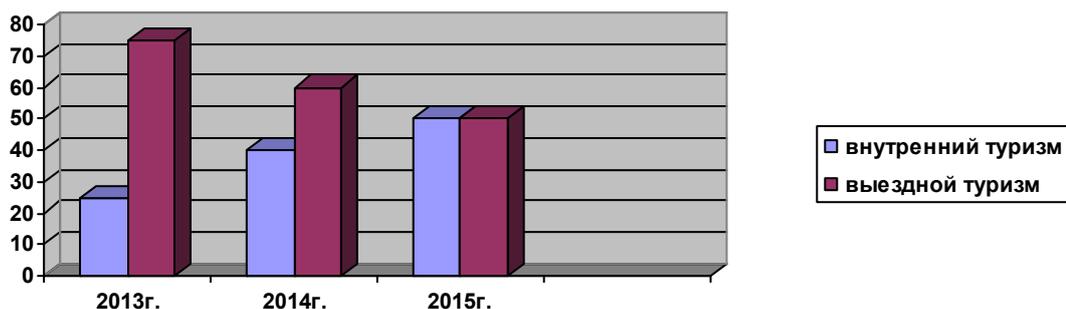


Рис. 1. Структура рынка экстремального туризма в Крыму, %

Таким образом, если туристическая отрасль Крыма будет функционировать в стационарном режиме, то соотношение пляжных туристов в Крыму к экстремальными туристам в Крыму составит 17:3. Например, если за год Крым посетит один миллион туристов, то среди них примерно 739 тысяч составят пляжные туристы и 172 тысячу - экстремальные туристы.

В 2015г. рынок экстремального туризма по прогнозу ожидает рост, который обусловлен рядом факторов:

- ростом доходов населения;
- популяризацией в обществе здорового образа жизни, связанного со спортом и активными видами отдыха;
- престижностью экстремального отдыха; ростом предложений на рынке;
- обострением конкуренции на рынке стандартного отдыха с неизбежным снижением спроса в сторону эксклюзивного (в том числе экстремального) отдыха.

Интерес к экстремальному туризму привлекается проведением рядом мероприятий соревновательного характера. Так в Крыму ежегодно проводятся фестивали и марафоны. Этот альтернативный вид туризма сформировал новую целевую группу потребителей экстремальных услуг и определяет перспективность развитие рынка экстремального туризма. Прогнозируется эффективное развитие предприятий данного вида туризма за счет предоставления услуг в межсезонье, а также за счет использования всех видов рекламы и

инвестиций и поддержки со стороны государства (в виде предоставления льгот и программ развития).

Выводы. Развитие предприятий экстремального туризма способствует не только активному отдыху туристов на природе, но также и повышению занятости и улучшением экономической ситуации на полуострове. Однако в настоящее время система развития предприятий экстремального туризма зависит от многих факторов (уровень сервиса в этой сфере, качество оборудования и обслуживания, государственная поддержка, высокая стоимость экстремальных туров) – все эти факторы заметно сдерживают развитие предприятий экстремального туризма. Для устранения этих факторов необходимо организовать подготовку и обучение кадров (что обеспечит максимальную безопасность туристов), повысить информированность за счет эффективно разработанной рекламной политики, льгот и поддержки со стороны государства. Также необходимо применять прогнозирование самими владельцами предприятий экстремального туризма – это позволит получить ожидаемое значение за счет составления прогноза работы их предприятий и у с учетом конкретных условий. Это даст возможность более оперативно и долгосрочно планировать свою деятельность, а это, следовательно, приведет к существенному повышению эффективности функционирования и развития предприятий экстремального туризма

КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Шамилева Э.Э.

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

Введение, анализ публикаций. В настоящее время в социально-экономических исследованиях крымского регионального туризма достаточно активно прорабатывается вопрос о необходимости развития индустрии туризма, что отмечается практически во всех документах инвестиционного развития туристско-рекреационной сферы, активно разрабатываемых как на национальном, так и региональном уровнях управления Республики Крым. Это значит, что задачи государства относительно устойчивого развития туристических предприятий, оценка их воздействия на экономику региона, а также управления развитием структурных образований в сфере туризма приобретают все большую актуальность.

Научными изысканиями в области индустрии туризма занимались многие выдающиеся ученые.

Наиболее широко представлены исследования взаимодействия туристско-рекреационной сферы и экономики региона, в т.ч. с учетом некоторых положений теории устойчивого развития туристических предприятий, в работах таких российских и зарубежных ученых, как: К.И. Арбузова, Б. Арчер, И.В. Вернадский, Э. Гор, А.Г. Гранберг, В.И. Данилов-Данильян, Н.Г. Киреев, В.А. Коптюг, В.К. Левашов, М.Я. Лемешев, К.С. Лосев, Ю.Г. Марков, В.М. Матросов, Д. Медоуз, Н.Н. Моисеев, Г. Мюрдаль, Х.В. Опашовски, А. Пигу, А.Д. Урсул, А.П. Федотов, В. Фрейер, А.М. Шелехов и др.

Однако, результаты исследований как западных так и российских специалистов применимы лишь к решению проблем в условиях стабильной и сформировавшейся рыночной экономики, и нуждаются в адаптации к специфике региональной индустрии туризма Республики Крым.

Вместе с тем, развитие индустрии туризма крымского региона в соответствии со спецификой российского законодательства все еще остается малоизученной, особенно в

отношении реформирования существующих направлений развития туризма на основе сочетания рыночных механизмов как муниципального так и регионального управления.

Цель и задачи исследования. Цель исследования заключается в разработке концепции по обеспечению устойчивого развития индустрии туризма в условиях переходного периода.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач: изучение основных принципов устойчивого развития индустрии туризма и возможность адаптации зарубежного и отечественного опыта к региональным особенностям крымского региона.

Методика исследований. Теоретической и информационной основой исследования послужили официальные программные разработки на федеральном и региональном уровнях по развитию туризма, правовые акты, нормативно-методические документы, материалы монографических исследований, материалы научных конференций. В исследовании использованы следующие методы научного исследования: теоретического обобщения, системного анализа, диалектического метода познания.

Результаты исследований, их краткий анализ.

Концепция устойчивого развития получила широкое международное признание после Конференции ООН по окружающей среде и развитию, проходившей в Рио-де-Жанейро 3–14 июня 1992 г., на которой была принята «Повестка дня на XXI век». В России реализация концепции устойчивого началась в 1996 г. с Указа Президента РФ «О Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию».

Принципы устойчивого развития туризма нашли отражение и в Глобальном этическом кодексе туризма, работа над которым была начата экспертами ВТО еще в 1997 г.

Законодательная база деятельности туристической отрасли заложена Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". Его содержание указывает на то, что он является основополагающим законодательным актом, определяющим общие правовые, организационные и социально-экономические основы реализации государственной политики в области индустрии туризма, всесторонне регламентирует туристическую деятельность в РФ, создает условия для стимулирования деловой активности субъектов туристического предпринимательства, обеспечивает оптимальный уровень государственного регулирования процесса развития отечественного туризма.

Государственное регулирование туристской деятельности осуществляется путем создания нормативных правовых актов, локальных программ направленных на развитие предпринимательства в сфере индустрии туризма, а также прямых ассигнований как из регионального так и федерального бюджета на разработку и реализацию целевых программ развития туризма в Республике Крым.

Концепция устойчивого развития туристических предприятий основывается на возможном экономически эффективном развитии крымского региона, обеспечивая рациональное использование ресурсов окружающей среды, развитие социально-культурных особенностей региона, используя эффективность и жизнеспособность долгосрочных экономических и инвестиционных процессов для восстановления индустрии туризма и совершенствования технологий производства туристских услуг.

Необходимо отметить, что в настоящее время главной проблемой в концепции устойчивого развития туристических предприятий является недостаток знаний и инструментов реализации принципов устойчивости на практике. В современной теории выделяют ряд принципов, при соблюдении которых может быть обеспечено устойчивое развитие туристических предприятий. Выделим некоторые из них:

1. Необходимо придать развитию устойчивый и долговременный характер, что позволит продлить жизненный цикл туристической услуги, не лишая при этом будущие поколения возможности удовлетворять свои потребности.

2. Имеющиеся ограничения в области эксплуатации природных ресурсов относительно. Они связаны с современным уровнем техники и социальной организации, а также со способностью биосферы справляться с последствиями человеческой деятельности.

3. Необходимо удовлетворить элементарные потребности всех потребителей туристического продукта и всем предоставить возможность реализовывать свои надежды на более благополучную жизнь. Без этого устойчивое и долговременное развитие попросту невозможно, и т.п.

Вывод. В результате проведенного исследования выявлено, что современное состояние и перспективы развития сферы индустрии туризма, а также высокая социально-экономическая значимость и связь с категориями общественных благ не позволяют в полной мере развивать рыночные отношения без активизации роли государства в процессах управления развитием индустрии туризма, что связано не только со спецификой развития отечественного туризма, но и наличием мирового опыта сочетания рыночной мотивации и выполнения социальных и экономических функций муниципальных и региональных учреждений. Основные нормативные положения и практические рекомендации по управлению устойчивым развитием туризма можно применять ко всем видам туризма. Учитывая, что большинство видов туризма не соответствует критериям устойчивого развития, целесообразно стараться сделать их таковыми и переходить на обновленные и адаптированные для крымского региона принципы развития туризма.

ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Шевченко Е.В.

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

Рассматриваются основные особенности обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий с целью выявления резервов ее повышения.

Введение. Обеспечение конкурентоспособности туристско-рекреационного предприятия - это сложный и многогранный процесс, который можно трактовать как процесс создания условий, необходимых для максимально полного и всестороннего использования положительных отличий предприятий от конкурентов, с целью формирования конкурентных преимуществ, способствующих в краткосрочном периоде повышению эффективности деятельности предприятия, а в долгосрочном (в пределах конкурентной стратегии) - его выживанию. То есть на процесс обеспечения конкурентоспособности непосредственно будут влиять конкурентная стратегия предприятия, контролируемые и неконтролируемые факторы конкурентоспособности предприятия и особенности функционирования предприятий туристско-рекреационного комплекса.

Цели и задачи исследования. Систематизировать особенности обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий для улучшения исследовательского процесса их конкурентных преимуществ.

Методика исследований. С целью систематизации особенностей обеспечения конкурентоспособности предприятий, автором использованы методы группировки и классификации, которые позволяют распределить особенности по обобщенным группам на основании общего признака, отражающего их сходства и / или отличия.

Результаты исследования. Особенности, как определено в экономическом словаре, – это, прежде всего, характерные, отличительные свойства, или признаки чего-либо, тогда особенности обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий - это их отличительные свойства, которые необходимо учитывать при создании, наращивания и удержания конкурентных преимуществ.

Анализ современной литературы по туризму позволил автору систематизировать особенности обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий по таким классификационным признакам:

- по характеру воздействия на конкурентоспособность: позитивные и негативные;
- по уровню развития туристско-рекреационной инфраструктуры: сложность инфраструктуры и взаимозависимость субъектов туристско-рекреационного комплекса;
- по происхождению туристско-рекреационных ресурсов: природные и искусственные;
- в зависимости от свойств туристического продукта: неосвязаемость; неразрывность производства и потребления; неспособность к хранению; изменчивость выполнения услуг; зональность; сезонность; изменчивость; комплексность;
- в зависимости от структурных видов хозяйственной деятельности туристско-рекреационных предприятий: производственные, кадровые, финансовые, маркетинговые.

Однако, для полноты анализа особенностей обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий, по мнению автора необходимо их рассмотреть с точки зрения способа обеспечения стратегических целей.

Вследствие того, что отдельные конкурентные преимущества туристско-рекреационного предприятия имеют временный характер и могут неравномерно изменяться в пределах выбранной конкурентной стратегии, уместно выделить особенности обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационного предприятия в зависимости от способа обеспечения стратегических целей, к которым следует отнести: неравномерность и равномерность наращивания конкурентных преимуществ.

Неравномерность наращивания конкурентных преимуществ туристско-рекреационного предприятия в стратегическом периоде непосредственно связана с наличием неравномерных конкурентных преимуществ, под которыми следует понимать конкурентные преимущества, не имеющие определенного распределения и/или несоответствующие плану наращивания. Равномерность наращивания конкурентных преимуществ туристско-рекреационного предприятия в стратегическом периоде в свою очередь связана с преимуществами, распределенными в соответствии с планом наращивания.

Так как, чрезмерное наращивание или отсутствие конкурентных преимуществ являются нежелательными для предприятия, потому что могут привести к снижению его конкурентоспособности вследствие введения неэффективной деятельности, целесообразно для достижения стратегических целей обеспечить условия, которые бы позволили равномерно наращивать конкурентные преимущества и осуществлять оценку равномерности путем непрерывного регулирования степени реализации конкурентных преимуществ по сравнению со степенью реализации конкурентной стратегии.

С учетом указанных особенностей, для равномерного наращивания конкурентных преимуществ туристско-рекреационном предприятии целесообразно, по мнению автора, использовать непрерывное управление проектами, экономическая сущность которого заключается в том, что за счет непрерывного осуществления проектов для поддержки конкурентной стратегии, предприятие имеет возможность равномерно распределять конкурентные преимущества в долгосрочном периоде и осуществлять управления ими.

Выводы. Таким образом, процесс обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий имеет свои особенности, которые автором предложено систематизировать по таким классификационным группам: по характеру воздействия на конкурентоспособность; по уровню развития туристско-рекреационной инфраструктуры; по происхождению туристско-рекреационных ресурсов; в зависимости от свойств туристического продукта; в зависимости от структурных видов хозяйственной деятельности туристско-рекреационных предприятий; в зависимости от способа обеспечения стратегических целей. Особенности обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационного предприятия могут оказывать как негативное, так и позитивное влияние на его деятельность - могут способствовать созданию конкурентных преимуществ, и, наоборот, могут уменьшать их или вовсе исключить.

АНАЛИЗ ОПЛАТЫ ТРУДА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЕЕ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ширшова М.М.,

*студентка 4 курса кафедры экономики предприятия Института экономики и
управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

научный руководитель: к.э.н., доцент Чернявая А.Л.,

Введение. Заработная плата является важной социально-экономической категорией и источником формирования денежных доходов рабочих в рыночной экономике. Средний размер заработной платы в стране определяется уровнем экономического и социального развития общества. Чем выше социальное развитие общества, тем выше ставки заработной платы, следовательно выше и общий ее уровень. Заработная плата является формой вознаграждения за труд и стимулом работников предприятия. Поэтому правильная организация заработной платы непосредственно влияет на темпы роста производительности труда, является стимулом повышения квалификации работников и положительно влияет на финансовое состояние предприятия.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является проведение анализа оплаты труда и пути ее совершенствования.

Для решения поставленных задач были использованы общенаучные и специализированные методы.

Результаты исследования. Теоретические и практические проблемы оплаты труда в настоящее время являются важнейшими для макроэкономической политики доходов государства, а так же организации оплаты труда персонала на предприятиях.

Существует много разных точек зрения относительно определения понятия «Оплата труда». Например, Крушельницкая О.В. и Осовская Г.В. имеют в виду, что: «оплата труда - это совокупность принципов, методов, форм организационного механизма из формирования, воссоздания, развития и использования персонала, создания оптимальных условий труда, его мотивации и стимулирования» Маслов В.Е. определяет оплату труда как «главное направление в работе с кадрами, набор принципов, которые реализуются кадровой службой предприятия» Ученые также разделяют мысль, что «оплата труда — система целей, принципов и форм, методов и критериев работы с кадрами, причем распространяется это положение на весь коллектив занятых, в пределах которого осуществляется управление».

Теоретическим и практическим аспектам разработки и реализации системы оплаты труда посвященные труды таких отечественных и зарубежных ученых как Мица В.П., Череп А.В., Шегда А.В., Балабанова Л.В., Сардак О.В., Федулова Л.И., Базаров Т.Ю., Еремина Б.Л., Кибанова А., Савченко В., Щекина Г. и т. д.

От того, как форма труда используется на предприятии, зависит структура заработной платы: преобладает ли в ней условно - постоянная часть (тариф, оклад) или переменная (сдельный приработок, премия). Соответственно разным будет и влияние материального поощрения на показатели деятельности отдельного работника или коллектива бригады, участка, цеха.

Наиболее распространены на предприятиях различных форм собственности две формы оплаты труда: сдельная (простая сдельная, сдельно-премиальная, косвенно-сдельная, аккордная, сдельно-прогрессивная, индивидуальная, коллективная подрядная)– оплата за каждую единицу продукции или выполненный объем работ и повременная (повременно-премиальная, простая повременная, почасовая, поденная, понедельная, помесечная) – оплата за отработанное время, но не календарное, а рабочее, нормативное, которое регулируется законом.

Организация заработной платы определяется тремя элементами: тарифной системой, нормированием труда и формами и системами оплаты труда. Тарифная система, которая является основой организации оплаты труда, включает в себя тарифную сетку, тарифную

ставку и тарифно-квалификационные справочники. Нормирование труда включает два показателя: норму выработки и норму времени. Норма выработки устанавливает количество единиц продукции, которая должна быть изготовлена за единицу времени; норма времени — время, необходимое для выполнения работы в определенных условиях.

Сущность понятия заработной платы можно рассматривать с разных позиций:

- заработная плата — экономическая категория, которая отображает отношения между рабочим и работодателем по поводу распределения новообразованной стоимости;

- по закону «Об оплате труда», заработная плата — это вознаграждение, вычисленное, как правило, в денежном выражении, которую по трудовому договору владелец или уполномоченный им орган выплачивает работникам за произведенную им работу.

В современных условиях рыночной экономики предприятиям предоставлено право самостоятельно разрабатывать и применять премиальные положения по оплате труда (которые в обязательном порядке должны включаться в коллективный договор). Однако при внедрении таких положений предприятиям целесообразно применять ряд требований:

- показатели премирования должны соответствовать задачам производства на предприятии;

- число показателей и условий премирования должно быть не более двух-трех;

- между показателями и условиями премирования не должно быть противоречий;

- показатель премирования устанавливать дифференцированно по фактически достигнутому среднему уровню его выполнения на данном производстве, выше достигнутого среднего уровня и т.д.;

- определять нормативы премирования (размер премии);

- проводить оценку напряженности показателя премирования;

- в круг премируемых работников включать только тех из них, которые оказывают на показатели премирования непосредственное воздействие;

- устанавливать периодичность премирования в зависимости от особенностей предприятия, организации (организации производства и труда, характера показателей премирования и т.д.);

- обеспечивать гарантирование премии соответствующим источником ее выплаты.

Вывод: Таким образом, оплата труда определяет собой генеральное направление и основу работы с кадрами, общие и специфические требования к ним. Она имеет целью: своевременное обеспечение оптимального баланса процессов комплектования, сохранения персонала, его развития в соответствии с потребностями предприятия, требований действующего законодательства и состояния рынка труда. А предложенные мероприятия по усовершенствованию оплаты труда будут способствовать более эффективной работе персонала.

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Шульга Ю.В.¹

студент-магистрант кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского
научный руководитель: Шамилева Э.Э., к.э.н., доцент

Введение, анализ публикаций. История исследования определения понятия "качество" насчитывает несколько веков, но до сих пор учеными по этому вопросу ведется оживленная дискуссия в свете современного развития теории и практики управления. Так, американский специалист в области управления качеством Д. Харрингтон выразил свое мнение по этому поводу следующим образом: "Качество - вещь забавная. Все о нем говорят, все с ним живут, и каждый думает, что знает, что это такое. Но лишь немногие придут к единому мнению об определении качества".

Изучением вопроса качества занимались отечественные и зарубежные авторы: Д. Харрингтон, Дж. Джуран, А. Фейгенбаум, Гегель, Э. Деминг, Г. Тагути, К. Исикава и др.

Цель исследования: рассмотреть современные подходы к понятию качества, сравнить формирование дефиниции «качество» современного и прошлого значения, а также сформировать авторский подход к определению качества. В качестве методики исследования используется сравнительный анализ.

Результаты исследований, их краткий анализ.

Совершенно естественным является то, что за время создания и развития науки о качестве у разных ученых и исследователей сложилось свое представление о том, что такое качество. Ни одно из определений не противоречит другому. Наоборот, они дополняют друг друга, помогая взглянуть на качество с разных сторон.

Качество, равно как и его понятие, прошло многовековой путь развития, что отражено в таблице 1.

Таблица 1 - **Формулировка понятий качества у разных авторов**

Автор формулировки	• Формулировка определений качества
1	2
Дж. Джуран	Пригодность для использования (соответствие назначению). Качество есть степень удовлетворения потребителя. Для реализации качества производитель должен узнать требования потребителя и сделать свою продукцию такой, чтобы она удовлетворяла этим требованиям.
А. Фейгенбаум	Автор определяет качество как «решение потребителя», а не инженера или маркетолога. Качество основано на взаимодействии потребителя с товаром и измеряется в соответствии с удовлетворением его требований. Требования могут быть выражены явно или неявно, могут быть сознательными или несознательными, объективными или субъективными. Представление о качестве постоянно меняется, не стоит на месте на конкурентном рынке.
В. Даль	Качество – это свойство или принадлежность, всё, что составляет сущность лица или вещи
Г. Гегель	Качество есть вообще тождественная с бытием, непосредственная с бытием определенность... Нечто есть благодаря своему качеству то, что оно есть, и, теряя свое качество, оно перестает быть тем, что оно есть

Э. Деминг	В книге «Выход из кризиса» автор делает заключение, что качество должно рассматриваться как результат взаимодействия трех составляющих: 1) самого товара; 2) потребителя и способа использования товара; 3) инструкции по использованию, подготовке потребителей и подготовке обслуживающего персонала
Г. Тагути	Качество – это потери, которые несет общество с того момента, как изделие отправлено потребителю. Суть высказывания Г. Тагути состоит в том, что чем меньше потери от эксплуатации изделия, тем оно «желательнее»
У. Шухарт	Качество имеет два аспекта: объективные физические характеристики, субъективная сторона: насколько вещь "хорошая".
К. Исикава	Качество, которое реально удовлетворяет потребителей.
Стандарт ISO 8402:1994	Качество – это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности
Стандарт ISO 9000:2000	Качество – степень, с которой совокупность собственных характеристик, выполняет потребности или ожидания, которые установлены, обычно предполагаются или являются обязательными
Китайская версия	Иероглиф, который помечает качество, состоит из двух элементов - "равновесие" и "деньги" (качество = равновесие деньги), следовательно, качество тождественное понятию "высококласный", "дорогой".
ГОСТ РФ 15467-79	Качество продукции - совокупность свойств продукции, которые обуславливают ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Источник: составлена автором.

Исходя из таблицы 1, следует отметить, что все многообразие определений категории "качество" можно выделить по следующим признакам:

- качество как абсолютная оценка;
- качество как свойство продукции;
- качество как соответствие назначению;
- качество как соответствие стоимости;
- качество как соответствие стандартам;
- качество как степень удовлетворения запросов потребителей.

Качество – это не абстрактная категория, а осязаемый каждым человеком конкретный измеритель полезности, целесообразности и эффективности любого труда. Термин качество должен трактоваться в зависимости от целей, задач, а также с учетом прошлого и настоящего опыта. Главная идея терминологии формирования понятия «качество» состоит в том, что оно должно употребляться применительно к любой сфере деятельности, поскольку качество продукции является следствием качественного выполнения всех видов работ.

Вывод. На основе вышеизложенного, автор предлагает рассматривать качество, как объективно существующую категорию, но существующую не как нечто абсолютное вне времени и пространства, а лишь при взаимодействии изготовителя с потребителем, То, что качественно для одного, может быть совершенно некачественно для другого.

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Яковенко А.Т.

*к.т.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*

Введение. Приводится оценка мировых, отечественных предприятий в сфере корпоративной социальной ответственности бизнеса (КСОБ), определены её специфические черты. Также выявлены проблемы малого и среднего бизнеса при реализации программ КСОБ, предложены варианты их решения и стратегия поведения предприятий.

Цель и задачи. До недавнего времени расходы, связанные с КСОБ, могли себе позволить только крупные транснациональные компании. Однако, в связи с повышением требований предприятий к своим поставщикам и используемым ими ресурсам, как в силу законодательства, так и с позиций стандартизации и сертификации, малые предприятия также должны интегрировать в свою систему менеджмента принципы КСО для сохранения позиций на конкурентном рынке.

Результаты исследований. Если сравнить малые, средние и крупные предприятия, то малый и средний бизнес (МСБ) имеет свои конкурентные преимущества, а именно: близость к клиенту, что позволяет быстрее и гибче реагировать на запросы потребителей; способность постоянно меняться и адаптироваться; низкие накладные расходы, поскольку лишены внутренней бюрократии; использование «малых товарных ниш»: работая на первом этапе с минимальной прибылью, МСБ нередко добиваются расширения этой ниши, которая со временем может стать новым крупным источником дохода; инновационный потенциал; возможность объединять усилия (альянсы, сети, кластеры).

Для стимулирования КСОБ, в некоторых странах выделяют категорию наград для (МСБ). Например, существуют ирландский President's Awards for Corporate Social Responsibility, британская Awards for Excellence. В России - в рамках Национального конкурса бизнес-кейсов по КСОБ есть также отдельная категория «лучшая практика по КСОБ среди малого и среднего бизнеса».

Мнение, что КСОБ – это «прихоть» крупных корпораций с миллионными бюджетами, никак не соответствует действительности – внедрение КСОБ не зависит от бюджета. Департамент Европейской Комиссии по вопросам промышленности провел исследования с целью определить привлечение европейских МСП к процессу реализации корпоративной социальной ответственности. Данное исследование проанализировало ответы, полученные от 7662 европейских малых и средних предприятий (МСП).

Около половины исследованных европейских МСП привлечены к КСОБ. Привлечение зависит от размера предприятия - 48% малых предприятий и 65% средних предприятий реализуют КСОБ. Привлечение МСП не зависит от сектора, в котором они работают. МСП способны определить бизнес выгоды от своей КСОБ-деятельности. 8% европейских МСП получают помощь от государства (уменьшение налогов, субсидии) за участие в мероприятиях по КСОБ. Самыми популярными сферами КСОБ деятельности МСП являются здравоохранение, образование, культура, спорт.

Если в западном обществе концепции корпоративной социальной ответственности стали оформляться в самостоятельное течение ещё в середине прошлого века, то в Российском бизнесе практика социальной ответственности находится на стадии зарождения. Основные причина этого:

1) проблемы, вызванные социальной нестабильностью в стране. Этот блок включает в себя факторы, формирующие высокий уровень недоверия населения к бизнесу. Таковыми являются: низкий уровень жизни населения, высокий уровень безработицы, негативный имидж «бизнесмена».

2) проблемы гражданской пассивности. Гражданское общество как движущая сила КСОБ в России развито слабо, действие некоммерческих организаций незначительно;

3) проблемы, связанные с несовершенством законодательной базы. В отличие от европейских законодательных систем, четко прописывающих права и обязанности корпораций в реализации программ корпоративной социальной ответственности, в России нет законодательных актов, касающихся этой области.

Доля малых предприятий в ВВП России составляет 10-12%, однако, по данным Федеральной службы государственной статистики до 50% малых фирм, действующих на территории России, официально не зарегистрированы. При этом показатели оборота занижаются на 70%, фонд оплаты труда — на 90%, а реальная занятость — на 70%.

Отсутствие возможности участвовать в реализации программ корпоративной социальной ответственности (в силу перечисленных выше барьеров) лишает российское общество (в лице местных сообществ) значительного количества «потенциальных благ». Нахождение возможностей для участия малого бизнеса в реализации различных полезных для российского общества идей имеет большое значение.

Малому и среднему бизнесу важно не концентрироваться на всех вопросах КСОБ одновременно, а наоборот - приоритезировать действия и концентрировать свои усилия на тех, которые касаются целей вашей компании и задач. Тогда МСБ может достичь лучших результатов. После того как компания увидит хорошие результаты, другие приоритеты можно добавить.

Программа ООН по промышленному развитию (UNIDO) разработала свою собственную программу корпоративной социальной ответственности для малого и среднего бизнеса - REAP,

Программа REAP является инструментом управления корпоративной социальной ответственности для малого и среднего бизнеса которая основана на линии тройного результата (подход тройного результата, сочетающий в себе экономические, экологические и социальные данные в оценке достижений компании).

REAP позволяет эффективно оценить КСОБ МСП, реализовать концепции КСОБ в соответствии с бизнес производительностью и оперативных расходов, сделать маркетинг и позиционировать МСП в глобальных сетях поставщиков, наладить нефинансовую отчетность для бизнес-партнеров, правительств и других заинтересованных сторон, среди прочего, сети Глобального договора ООН. Программа REAP объединяет передовой опыт экологического, социального и финансового управления. Интересным и новым моментом социальной ответственности предприятий МСБ является применение японской методологии 5S для увеличения новых рабочих мест и повышения эффективности процесса (с акцентом на производительность). Программой REAP также охватывается концепция «вовлечение всех сотрудников» (Total Employee Involvement) и Глобального Договора ООН с 10 принципами ответственного ведения бизнеса, которые охватывают права человека, трудовые отношения, охрану окружающей среды и борьбе с коррупцией, а также другие международные стандарты, такие как ISO 140001, SA 8000, OHSAS 18001 и передовой опыт в сети ответственных поставок.

Выводы. Проанализировав приведённый список барьеров, можно сделать вывод о том, что универсальным способом решения проблем осуществления корпоративной социальной ответственности для малого бизнеса является интеграция усилий отдельных фирм, а также поддержка мелкого бизнеса в этой сфере со стороны государства.

Тема оценки эффективности компаний в сфере корпоративной социальной ответственности сегодня является вопросом, который требует дополнительного изучения. Именно поэтому в последнее время проводится все больше исследований по этому поводу, поддерживаются проекты, в том числе и Европейской комиссией, по созданию системы показателей для измерения КСОБ компании.

МЕСТО РОССИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ДВИЖЕНИИ КАПИТАЛА

Адышова А.А.¹ Сеитсмаилова Д.Л.²

¹ магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ

² магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Буценко И.Н.

Введение. Участие России в международном движении капитала весьма специфично. Россия мало заметна на мировом рынке капиталов как импортер предпринимательского капитала и одновременно является важным объектом ссудного капитала. Проблема вовлечения национальной экономики в процесс международного движения капитала интенсивно разрабатывается в отечественной литературе. Отдельным аспектам участия России в этом процессе посвящены работы российских экономистов, таких как Абалкин Л.И., Аганбегян АР., Астапович А., Басс Л., Булатов А.С., Глазьев С.Ю., Гусаков Н.П., Дурнев В.А, Дынкин А.А. и др.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – анализ основных тенденций участия России в международном движении капитала.

В качестве методологической основы исследования проблемы участия России в международном движении капитала, выявления основных характеристик данного процесса и его взаимосвязи с другими экономическими процессами использовались методы: научная абстракция, системный подход, метод сравнительного анализа, индукция и дедукция, экономико-статистические методы.

Результаты исследования. В современных условиях все страны мира, в том числе и Россия, в той или иной мере вовлечены в процесс международного движения капитала, успех и перспективы экономик как развитых, так и развивающихся стран определяются степенью их активного участия в этом процессе.

Среди менее развитых стран-экспортеров капитала Россия по масштабам экспорта и импорта капитала уступает лишь Китаю и намного превосходит Бразилию, Индию и остальные ведущие страны с формирующимся рынком. Огромные масштабы вывоза капитала из России приводят к тому, что другой характерной чертой страны является систематическое превышение экспорта над импортом капитала. На фоне остальных государств с формирующимся рынком Россия выделяется, прежде всего, как страна, в экспорте капитала которой преобладают прочие инвестиции, то есть займы, кредиты и банковские вклады. Добавим, что схожая картина наблюдается и в импорте капитала в Россию. К специфике участия России в международном движении капитала можно отнести большой нелегальный экспорт капитала. В платежном балансе он проходит по статьям «Чистые ошибки и пропуски» и «Сомнительные операции». На обе эти статьи в 2013 г. приходилось около 25%.

Для России очевидной является необходимость сокращения масштабов бегства капиталов и, в первую очередь, уменьшение объема средств, направляемых в портфельные инвестиции, на счета и депозиты за рубежом, на приобретение недвижимости и иностранной валюты. При этом следует стимулировать вывоз капитала в таких формах, как экспортные кредиты и легальные прямые инвестиции.

Прямые иностранные инвестиции по итогам 2013 г. составили 26118 млн. долл. США (таблица 1). Наблюдается рост доли прямых иностранных инвестиций в общем объеме

иностранных инвестиций с 9,7 % в 2011 г. до 15,4 % в 2013 г. В составе прямых иностранных инвестиций наблюдается стремительный рост кредитной составляющей (кредиты, полученные от зарубежных совладельцев организаций) с 7495 млн. долл. США (3,9 %) в 2011 г. до 14581 млн. долл. США (8,6 %) в 2013 г., а так же инвестиций в основной капитал (взносы в капитал) с 9 080 млн. долл. США (4,8 %) в 2011 г. до 9 976 млн. долл. США (5,9 %) в 2013 г.

Таблица 1 – Поступление иностранных инвестиций по типам, млн. долл. США

Виды инвестиций	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Всего	81927	114746	190643	154570	170180
в том числе:					
Прямые инвестиции	15906	13810	18415	18666	26118
взносы в капитал	7997	7700	9080	9248	9976
кредиты, полученные от зарубежных совладельцев организаций	6440	4610	7495	7671	14581
прочие прямые инвестиции	1469	1500	1840	1747	1557
Портфельные инвестиции	882	1076	805	1816	1092
акции и паи	378	344	577	1533	895
долговые ценные бумаги	496	680	219	282	186
Прочие инвестиции	65139	99860	171423	134088	142970
из них:					
торговые кредиты	13941	17594	27775	28049	27345
прочие кредиты	50830	79146	139931	97473	113950

Источник: составлено на основе данных Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru>.

Увеличение абсолютных и относительных статистических величин портфельных инвестиций с 805 млн. долларов США (0,4 %) в 2011 г. до 1092 млн. долл. США (0,6 %) в 2013 г. связано с влиянием множества социально-политических и макроэкономических факторов, которые обусловили ослабление заинтересованности к развивающимся странам международных инвесторов. Вследствие этого, последние переориентировались на активы развитых стран, в том числе и России, проявив наибольший интерес к спекулятивным фондам на рынке ценных бумаг.

Доля статьи «прочие инвестиции» в общем объеме зарубежного капитала, поступившего в экономику России несущественно изменилась, а именно, в 2011 г. 89,9 % (171423 млн. долл. США) и в 2013 г. составила 84% (142970 млн. долл. США). Тем не менее, за последние годы прочие инвестиции продолжают занимать наибольшую долю в иностранных инвестициях. Прочие инвестиции— это внешние коммерческие и банковские кредиты или займы, выдаваемые заемщикам России, согласно методологии платежного баланса Центрального Банка, а также открытие счетов в национальной валюте в национальных банках иностранными физическими и юридическими лицами, покупка национальной валюты нерезидентами.

За последние несколько лет, согласно данным Росстата лидерами по привлечению иностранных инвестиций в разрезе видов экономической деятельности стали: обрабатывающее производство; добыча полезных ископаемых; оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования; финансовая деятельность.

Основными детерминантами, притягивающими иностранный капитал в форме прямых иностранных инвестиций в Россию, являются: наличие часто обильных экономических ресурсов; большой внутренний рынок, что позволяет иностранным ТНК с помощью сбытовых (магазины) и производственных (например, сборка автомобилей) филиалов на

территории такой страны осуществлять большие продажи; высокая норма прибыли, обычно обусловленная ее неплохими темпами экономического роста.

Выводы. Как страна — импортер капитала Россия является заметным объектом вложения ссудного капитала, преимущественно государственного и международных организаций. Россия особенно заинтересована в притоке прямых инвестиций, так как они не увеличивают внешний долг и обеспечивают эффективную интеграцию национальной экономики в мировую; служат источником капиталовложений.

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ЛИЦЕНЗИЯМИ

Баженов О.Э.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.г.н., доцент Осадчий Е.И.

Введение. Международная торговля лицензиями включает запасы для улучшения технологического и научно-технического развития, улучшения экономического роста, который достигается за счет улучшения технологического развития и технологической модификации, а именно задач, которые входят в список экономических приоритетов для многих стран. Международные лицензии являются инструментом продвижения технологий НИОКР во многих странах мира. Теоретические и практические аспекты в этой области были раскрыты в работах отечественных ученых - Н.С. Графской, В.М. Кутового, В.И. Мухопода, В.И. Фомичева и др. Результатом следует признать раскрытие механизма торговли лицензиями.

Цель и задачи исследования. Цель исследования - анализ особенностей и закономерностей развития международной лицензионной торговли на современном этапе.

В процессе проведенного исследования использованы методы исследования: методы анализа и синтеза (при исследовании сущности международной лицензионной торговли, ее особенностей); экономико-статистические методы исследования (при статистическом обзоре международной лицензионной торговли);

Результаты исследования. В международной практике под лицензией понимается разрешение лицензиара (т.е. обладателя технологии неважно, защищенной патентом или нет), предоставляемое лицензиату, (заинтересованной особе, получающий технологию) на эксплуатацию технологически используемых в производстве знаний в течение обусловленного периода на определенных условиях за условленное в лицензионном договоре вознаграждение. В более широком смысле форма передачи научно-технических знаний на современном этапе как раз и является международной торговлей лицензиями (МЛТ). При этом лицензионная торговля определяется как устоявшаяся форма международной торговли технологией, которая включает соглашения с «ноу-хау», патентами и лицензиями на изделия, на базе лицензионных соглашений.

В лицензионной торговле есть определенный риск, так как в большинстве стран очень сложно контролировать передаваемые технические разработки и, прежде всего, погашение платы за лицензии. Продажа лицензии может стать причиной того, что лицензиат оказывается конкурентом лицензиара после такой сделки на рынках других стран. Кроме этого, период изучения работы по лицензии длительный, и в результате изменения возможных ситуаций на рынке за это время может сразу понизиться конкурентоспособность продукта и соответственно спрос на него, и по этой причине от активных действий лицензиата, его предприимчивости зависит и количество, и сроки лицензионных поступлений. Необходимо досконально проверять сведения о возможном партнере (т.е. его

финансовое и правовое положение, его место на рынке и тенденции развития и т. д.). Как результат в МТЛ наиболее велик коммерческий риск.

Бесспорными лидерами являются США и Европейский Союз, соответственно выступающие в роли экспортера. Однако в роли импортера позиция немного поменялась, и США уступило первое место Европейскому Союзу. Также по сравнению с 2012 годом, в 2013 году Европейский Союз увеличил объемы экспорта, однако при этом увеличил и объемы импорта, в то время как США в принципе остались на том же уровне. Стоит отметить, что Российская Федерация выступает только в качестве импортера, а также увеличив объемы импорта на 760 млн. долл. США в 2013 году по сравнению с 2012 годом. Практически все операции осуществлялись резидентами стран дальнего зарубежья. Основные денежные потоки, связанные с лицензионными выплатами, пришлись на Соединенные Штаты и Швейцарию (таблица 1).

Таблица 1 - Крупнейшие экспортеры/импортеры роялти и лицензионных платежей

Страна	Стоимость, млн.долл. США		Доля страны, %	Ежегодное процентное изменение, %			
	2012 г.	2013 г.		2012 г.	2005-2012 гг.	2011 г.	2012 г.
Экспортеры							
США	124182	127830	43,1	8	12	3	3
ЕС (28)	98851	108039	34,3	11	14	-5	9
Япония	31890	31620	11,1	9	9	10	-1
Швейцария	20466	-	7,1	13	19	4	-
Республика Корея	3806	4108	1,3	10	38	-12	8
Канада	3744	3754	1,3	4	19	12	0
Сингапур	2007	2037	0,7	-	68	23	2
Китай	1044	898	0,4	31	-10	40	-14
Израиль	990	-	0,3	6	20	24	-
Китайский Тайбэй	932	1017	0,3	22	82	11	9
Итого	287910	-	100	-	-	-	-
Импортеры							
ЕС (28)	120672	134591	44,1	9	9	-3	12
США	39889	39399	14,6	7	7	15	-1
Швейцария	23986	-	8,8	17	34	8	-
Япония	19897	17827	7,3	4	2	4	-10
Сингапур	19850	20153	7,3	-	15	4	2
Китай	17749	20979	6,5	19	13	21	18
Канада	10863	10846	4	7	7	4	0
Республика Корея	8478	9598	3,1	9	-19	16	13
Российская Федерация	7629	8389	2,8	25	20	31	10
Китайский Тайбэй	4549	3834	1,7	14	17	-21	-16
Итого	273560	-	100	-	-	-	-

Источник: составлено на основе данных ВТО: <https://www.wto.org/>

Одной из причин быстрого прогресса торговли лицензиями является значительное увеличение ее доходности. Распространились продажи лицензий на вспомогательные

технологические процессы и на отдельные изобретения при сохранении прав на технологию изготовления готового изделия. В результате сильного роста международной лицензионной торговли и нелицензионными «ноу-хау» образовался особый рынок со своими качествами и закономерностями.

Выводы. Международная торговля лицензиями – это активная новая форма международных экономических отношений, которая, прогрессирует под давлением движения в мировой экономике, а также преобразовалась в компонент управления мировой экономики. Ее появление в послевоенное время и быстрый прогресс в современный период определено усилением международного разделения труда в сфере научных исследований и разработок, ускорением темпов научно-технического прогресса. Повышение значения международной торговли лицензиями в мировой экономике является отображением современных тенденций его развития, повышения его интеллектуального уровня.

УЧАСТИЕ РОССИИ В СИСТЕМЕ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

Буценко И.Н.¹, Илясова Ю.В.²

¹ к.э.н., доцент кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ

² к.э.н. доцент кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ

Введение. Россия – страна с огромной территорией и значительными запасами ресурсов, имеет высокий потенциал для участия в международном разделении труда. Исследованию мировой экономической системы посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых. Экономику России как макроэкономическую систему в своих работах рассматривали Дынкин А.А., Барановский В.Г., Рязанов В.Т., Алабян С., Шишков Ю. и др.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – анализ участия в системе мирового хозяйства. В процессе проведенного исследования использовались методы системного анализа и синтеза, логического, сравнительного, статистического и динамического анализа, аналогий и другие методы.

Результаты исследования. Проблеме определения места, роли и степени вовлеченности России в систему мирового хозяйства посвящено огромное количество научных работ и публикаций. Существует точка зрения, что Россия до сих пор остается одной из двух сверхдержав (другая – США) и оказывает значительное влияние на мировое хозяйство прямым и косвенным путем. В противоположность ей высказывается мнение, что Россия уже не играет значительной роли в системе мирового хозяйства. Между двумя этими полярными позициями существует большое количество промежуточных.

Определение места той или иной страны в мировом хозяйстве – сложный процесс, который требует учета огромного количества показателей, характеризующих страну с различных позиций. В связи с этим целесообразно определить место России в отдельных сферах и отраслях мирового хозяйства.

Россия занимает важное место в мировом хозяйстве по запасам природных ресурсов, равных которым не имеет ни одна страна. Из четырех групп природных ресурсов – минеральные, водные, земельные, биологические – лишь по биологической группе Россия не занимает первое место в мире.

Исключительно важны для мирового хозяйства топливные ресурсы России. Особое место занимает природный газ, по разведанным запасам которого наша страна занимает первое место в мире (порядка трети мировых запасов). По достоверным запасам нефти Россия занимает второе место в мире, уступая лишь Саудовской Аравии. Такие же позиции занимает страна и по запасам угля, как по отдельным видам, так и по их сумме уступая США.

Кроме этого, на территории России сосредоточено более 60% мировых ресурсов торфа, значительная доля мировых запасов горючих сланцев и урана.

В России выявлены месторождения практически всех черных и цветных металлов. По запасам железной руды, как по разведанным, так и по общим, Россия занимает первое место в мире, опережая Бразилию и Австралию вместе взятые. Доля России в мировых запасах многих неметаллических полезных ископаемых еще выше, чем в случае с топливными и металлическими.

Россия по ряду параметров занимает промежуточную позицию в мировой экономике между развитыми и развивающимися странами. Доля страны в совокупном ВВП мира в 2013 г. составляет 2,9%. За последние три года она увеличилась на 0,2%. Несмотря на то, что показатель прироста ВВП России был выше общемирового на протяжении последних лет, России не удастся существенно увеличить свою долю. Прежде всего, это связано с активным ростом других развивающихся стран таких, как Китай, Индия, Бразилия.

ВВП России с учетом ППС постепенно растет в течение последних трех лет, однако позиции страны в мировой экономике не изменились. Устойчивые позиции занимает пятерка крупнейших экономик – США, Китай, Индия, Япония и Германия. По состоянию на 2013 г. Россия занимала шестое место в мире по величине ВВП с учетом паритета покупательной способности (ППС) со значением 3 484,5 млрд. долл. США.

Россия входит в число промышленно развитых стран. Однако доля РФ в мировом промышленном производстве остается сравнительно невысокой, в 2012 г. доля - 3%. При этом в течение последних лет фиксируется положительная динамика: доля России в мировом производстве с 2010 г. постепенно увеличивается. Относительно низкие позиции России в мировом производстве обусловлены неконкурентоспособностью некоторых отраслей промышленности, прежде всего обрабатывающей.

Россия является крупным производителем сельскохозяйственной продукции (в абсолютном выражении), однако ее доля в данной отрасли мирового хозяйства составляет лишь 2,2% (в 2012 г.). По производству таких продуктов, как ячмень, овес, рожь, картофель, подсолнечник, льноволокно Россия занимает важное место в мире. В животноводстве обстановка остается неблагоприятной.

Позиции России на мировом рынке товаров обеспечиваются за счет минерального сырья и топлива, металлов и драгоценных камней, рынке услуг – предоставления транспортных услуг.

Степень вовлеченности страны в систему мирового хозяйства определяется на основе показателей активности участия страны в международной торговле, среди них коэффициент внутриотраслевой международной специализации, экспортная квота, импортная квота, внешнеторговая квота, коэффициент покрытия импорта товаров экспортом. За период 2011-2013 гг. показатель внутриотраслевой международной специализации России имеет отрицательную динамику – за рассматриваемый период он уменьшился с 16,4% до 11,6%, что свидетельствует о том, что степень вовлечения экономики России во внутриотраслевую международную специализацию снижается. Уменьшение экспортной квоты 30,4% до 27,5% следует рассматривать как еще одно свидетельство снижения степени участия России в международном разделении труда. Аналогичные выводы можно сделать, анализируя показатель внешнеторговой квоты. Рост значения импортной квоты в 2012 г. до 22,1 % свидетельствует об увеличении зависимости народного хозяйства нашей страны от импорта.

Несмотря на низкую вовлеченность России в международную торговлю, страна имеет положительное сальдо торгового баланса. Положительное сальдо внешнеторгового баланса России в 2013 г. составило 212,3 млрд. долл. США. При этом ситуация за последние три года существенно не изменилась, в 2011 г. сальдо достигало значения 211 млрд. долл. США. Как положительную динамику следует отметить продолжавшийся в 2013 г. рост экспорта России (до 527,3 млрд. долл. США) при одновременном снижении объемов импорта (до 315 млрд. долл. США). Коэффициент покрытия импорта товаров экспортом в 2013 г. составил 153,3%, однако его значение снизилось по сравнению с 2011 г.

На фоне положительной динамики роста экспорта товаров России, его структура остается нерациональной, так в 2013 г.: 71,6% составляют минеральные продукты. При этом доля машин, оборудования и транспортных средств составляет лишь 5,4%, продукции химической промышленности – 5,8%.

На мировых рынках услуг Россия выступает в роли нетто-импортера, постоянно имея в торговле ими отрицательный баланс. Это объясняется неразвитостью в стране транспортной и туристической инфраструктур, слабостью финансовых, консультационных, аудиторских и иных подобных организаций.

Выводы. Россия занимает передовые позиции в системе мирового хозяйства по запасам природных ресурсов, однако по параметрам экономического развития находится между развитыми и развивающимися странами. В сложившихся условиях для дальнейшего участия России в системе мирового хозяйства и улучшения показателей активности международной торговли, принципиальными вопросами является возобновление экономических взаимоотношений со странами, которые поддерживают санкций с целью международной изоляции России.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Гафарова К.Э.

к.э.н., доцент кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ

Введение. Ключевым фактором, определяющим основные тренды развития мирового хозяйства, начиная со второй половины XX века и до сих пор, выступает динамизация процесса экономической глобализации, которая проявляется, прежде всего, в формировании общепланетарного информационно-коммуникационного и валютно-финансового пространства путем расширения спектра международных экономических отношений и углубления всестороннего взаимодействия между отдельными странами мира. Одним из последствий данной трансформации является постепенная минимизация роли национальных государств как системообразующих организационных структур и поэтапное формирование отдельных составляющих элементов глобального менеджмента. Однако размывание и девальвация управленческих функций национальных правительств может иметь фатальные последствия, прежде всего, в социальной сфере.

Цель и задачи исследований. Цель исследования - выявление основных тенденций развития экономической глобализации в социальной сфере. В процессе проведенного исследования использовались методы системного анализа и синтеза, логического, сравнительного, статистического и динамического анализа, аналогий и другие методы.

Результаты исследований. Государство традиционно выступает гарантом стабильности и сбалансированности социально-экономических интересов представителей разных общественных слоев, реализуя комплекс административных, политических, экономических и других мероприятий в рамках социально-экономической политики. Но, если в течение второй половины XX века преобладающим методом регулирования социально-экономической сферы было прямое вмешательство государства в экономику (реализация принципов кейнсианства в сфере государственного регулирования), то на сегодня правительства развитых стран мира предпочитают косвенные методы такие, как кредитно-денежная, внешнеэкономическая политика (неолиберализм). Данная переориентация на либерально-рыночные и индивидуалистические подходы к организации национальных экономических систем, что одновременно сопровождается потерей доминирующей роли государства в регулировании социально-экономических пропорций,

является одним из мощных факторов углубления межстрановой дифференциации по линии "богатство-бедность".

Необходимо отметить, что параллельно с углублением межстрановых экономических диспропорций процессы социально-экономической дивергенции также активно развиваются в рамках отдельных национальных экономик. Так, известный российский исследователь А.И.Уткин утверждает: «На сегодня и речи не может быть о социальной гармонии в развитых странах: представители высших общественных слоев, по данным западной статистики, в целом получают в 416 раз больше, чем средний рабочий».

Данные трансформации обусловили радикальное изменение статуса наемных работников: ключевой производственной фигурой становится высококвалифицированный интеллект, главное средство производства которого - интеллект. Таким образом, отношения производителей интеллектуального продукта (инженеров, экономистов, экспертов) с владельцами компаний, которые заинтересованы в результатах их труда, приобретают все более партнерский характер, а представители интеллектуальной элиты постепенно, но неизбежно интегрируются в управленческую элиту.

В нынешних условиях глобализации приоритеты развития человека и обеспечения высокого качества жизни населения являются определяющими факторами общечеловеческого развития. Ни одному государству мира еще не удавалось достичь весомых показателей международной конкурентоспособности без радикального повышения жизненных стандартов и эффективных инвестиций в человеческий, социальный капитал. Развитие человеческого ресурса и развитие социального капитала нации становятся ключевой предпосылкой формирования стратегических преимуществ стран в глобальной конкурентной среде. И это не случайно, ведь высокие темпы и интенсивность радикальных инновационных сдвигов в ведущих государствах мира второй половины XX в. настолько актуализировали личный фактор общественного производства, факторы человеческого и социального капитала - уровень образования, профессиональные компетенции, поддержания надлежащего физического и психологического состояния людей, а также морально-этические нормы. Взаимное доверие друг к другу приобретает доминирующую роль в процессе развития постиндустриальной экономической системы, основанной на знаниях, интеллекте, информации.

Весомую роль в контексте высокопроизводительного воспроизведения интеллектуальной, креативной функции человека, социализации экономической жизни в целом приобретает общественный сектор социальных услуг, который, опосредует государственный и частный, способствует активизации социальных преобразований в обществе, расширяет возможности доступа каждого индивида, общества к социально значимым благам. Особо важное значение общественный сектор играет в трансформационной экономике, в которой государственные возможности обеспечения социального благосостояния населения ограничиваются недостаточным финансовым ресурсом страны, а частные инициативы в этой сфере не находят широкого распространения, в силу неразвитости социально-ответственного бизнеса или отсутствия надлежащих условий для эффективной социализации предпринимательства. Таким образом, общественный сектор социальных услуг является некой альтернативой государственному или частному, общественным институтам, который способен сглаживать социальные конфликты в обществе, предлагая каждому его представителю возможность потребления тех или иных социальных благ, прежде всего, образовательных, медико-лечебных услуг, социальной защиты и многих других, которые определяются в конечном показателе уровня и качества жизни человека.

Выводы. Интеллектуализация и индивидуализация труда обусловили принципиальные изменения в социальной политике ведущих стран мира. Прежде всего, фиксируется сокращение налогов на доходы корпораций, расширение льгот для компаний, которые проводят активную модернизацию производства, проводится политика жесткого ограничения государственных расходов, значительно снижается активность и общественная роль

профсоюзного движения. Вместе с тем, в данный период расходы на социальные нужды растут, что объясняется высвобождением значительного количества работников, которые не имеют достаточного уровня квалификации и не соответствуют требованиям рынка труда информационного общества. Учитывая это все, большую актуальность приобретает разработка качественно новых подходов к реализации стратегий социального развития, конкурентоспособных в условиях постиндустриализации. Кроме того, особенно остро стоят вопросы, связанные с определением компетенций, степени ответственности и объемов полномочий национальных правительств в регулировании социально-экономической сферы общественной жизни, а также необходимости и масштабов реализации социальной функции государства, прежде всего, за счет обеспечения функционирования системы социальных услуг.

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ ИММИГРАЦИИ НА РЫНОК ТРУДА РОССИИ

Глобина В.И.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н. доцент Буценко И. Н.

Введение. Международная миграция исторически является важным механизмом формирования мирового рынка труда. Любой вид миграции населения, любая категория мигрантов в трудоспособном возрасте оказывает влияние на формирование предложения рабочей силы на рынке труда и, следовательно, на состояние самого рынка труда. Исследование миграционных проблем и их влияния на формирование рынка труда России является достаточно актуальным.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – рассмотреть особенности влияния иммиграции на рынок труда России. В процессе проведенного исследования использовались методы экономического анализа и социологических исследований.

Результаты исследования. В экономической литературе по вопросам миграции можно встретить негативное отношение к иммиграции рабочей силы, связанное с тем, что она «может вызвать напряжение на рынках труда», «существенно актуализирует и усложняет проблему безработицы в нашей стране», «оказывает серьезное давление на российский рынок труда».

Приведем ряд доводов, которые опровергают однозначность в трактовке влияния иммиграции на рынок труда в принимающей стране. Поскольку иммигранты одновременно являются как производителями, так и потребителями, уже до того, как иммигрант находит себе работу, он уже начинает создавать рабочие места для других людей, которые будут заняты производством и распределением продуктов питания, потребляемых иммигрантами, на строительстве домов, где они живут.

Согласно теории двойного рынка труда существование спроса на труд иностранных рабочих обусловлено сегментированностью рынка труда в индустриальном обществе. И рабочие иммигранты чаще всего занимают места, которых стараются избегать жители принимающих стран.

В некоторых же случаях иммиграция, напротив, может увеличить занятость коренного населения. Домашняя прислуга, ставшая во многих странах практически полностью отраслью «иностранной служанок», может освободить женщин для профессиональной работы. Иммигранты, становящиеся на нижнюю ступеньку лестницы занятости, могут, таким образом, непосредственно повышать занятость на самом верхнем уровне.

Приезд иммигрантов создает много рабочих мест для «белых воротничков», которые заполняются, в основном, местными жителями. В частности, - это рынок для

профессионалов, занятых в банковском деле, юриспруденции, т.е. в областях, в которых из-за лицензии или языкового барьера мигрантам трудно найти место.

Импорт труда не вызывает безработицу по причине того, что он уже предполагает существующий спрос на труд. Если сопоставить отраслевую структуру и объемы потребности в рабочей силе в России с отраслевой структурой и объемами притока и использования иностранной рабочей силы из стран СНГ, можно заметить, что они практически совпадают.

Определить влияние увеличения доли международных трудовых мигрантов в какой-либо определенной отрасли или на рабочих местах определенной квалификации практически невозможно по ряду причин:

1. Наличие огромной армии нелегальных трудовых мигрантов, которые статистикой не учитываются, но при этом пользуются спросом у работодателей в строительстве, сфере обслуживания, сельском хозяйстве, что автоматически ведет к сокращению динамики роста заработной платы, однако, рассчитать эффект от присутствия мигрантов невозможно вследствие латентности процессов.

2. Международные трудовые мигранты в основном трудятся на рабочих местах, не требующих высокой квалификации, где рост заработной платы в любом случае ограничен в независимости от того, какая рабочая сила здесь преобладает - местная или иностранная. Это сокращение роста заработной платы обусловлено закономерными изменениями в инновационно-технологическом базисе мировой и национальной экономики.

Необходимость международной (внешней) трудовой миграции для нашей страны связывается с действием трех основных факторов. Во-первых, с кризисными явлениями в демографических процессах, что находит выражение в неуклонном сокращении численности населения России, его отрицательном естественном приросте. Во-вторых, с усиливающимся дефицитом рабочих кадров для высококвалифицированных и малоквалифицированных (и низкооплачиваемых) рабочих мест, когда именно трудовая иммиграция рассматривается в качестве условия заполнения ниши малоквалифицированных и низкооплачиваемых вакансий. В-третьих, с изменениями в структуре занятости коренного населения России, проявляющимися в неуклонном снижении доли занятых в промышленности, строительстве и на транспорте при росте доли занятых в торговле, сфере услуг, в том числе информационных и финансовых. Структурные сдвиги в занятости привели к тому, что на рынке труда появились специфические иммигрантские ниши, которые практически невозможно заполнить за счет коренного населения.

Спрос России на мигрантов в большей мере обусловлен экономическими причинами. В крупнейших российских мегаполисах, регионах с динамично растущей экономикой, пограничных областях, где трудовая миграция бурно развивалась на протяжении первой половины текущего десятилетия, мигранты уже заняли определенные экономические ниши, которые в будущем будут углубляться и расширяться. В основном иммигранты занимают рабочие места, не пользующиеся спросом у местных работников. Это следующие виды деятельности:

- «3D jobs» — грязная, тяжелая и/или опасная работа, не требующая квалификации, включая труд повышенной интенсивности (конвейер, строительные работы, добыча природного сырья, обработка пищевых продуктов и т. д.);
- работа низкой или средней квалификации в общественной сфере услуг, включая сферу досуга и развлечений (химчистка, развоз пиццы, уборка, торговля и т. д.);
- работа по уходу и обслуживанию в частной сфере (уборка и домашние работы в частных домохозяйствах, уход за детьми и больными и т. п.);
- занятость в теневом и криминальном секторах экономики (в «левых» незарегистрированных фирмах, в производстве контрафактной продукции и т. п.).

Мигранты заняты также в сезонных работах, где спрос на труд подвержен сильным колебаниям. Чтобы удовлетворить его в период сезонного пика, местных кадров часто не хватает.

Роль мигрантов также велика и в «верхнем» сегменте рынка труда России, где работают квалифицированные профессионалы: менеджеры, ученые, работники высокотехнологичных производств, IT-специалисты и т. п. Спрос на такой труд обусловлен уже не отказом местных работников от этих видов занятости, а абсолютным дефицитом квалифицированных кадров, обеспечивающих экономический рост в развитых странах. На занятость в этих секторах оказывают существенное влияние тенденции глобализации. Такие работники, как правило, не встречают противодействия со стороны миграционных и пограничных режимов принимающих стран.

Выводы: Большинство отечественных экономистов считают, что миграция выгодна как для принимающих стран, так и для стран выезда. Западные исследования показывают, что миграция практически не оказывает негативного влияния на уровень безработицы и на уровень оплаты труда в принимающих странах. Внешняя трудовая иммиграция экономически необходима для России по ряду демографических и социально-экономических факторов: дефицит неквалифицированной рабочей силы, непривлекательность ряда существующих вакансий.

ОСНОВНЫЕ ЭКСПОРТЁРЫ И ИМПОРТЁРЫ В МИРОВОЙ ТОРГОВЛЕ УСЛУГАМИ

Година О.С.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Буценко И.Н.

Введение. Торговля услугами в мире развивается стремительно, опережая темпы роста торговли товарами. С 1980 по 2012 г. объем торговли товарами увеличился в 9,6 раза, услугами – в 10,5 раза. Динамику развития международной торговли услугами в разрезе экспортёров и импортёров определяет ряд долговременных факторов экономического развития.

Цель и задачи исследования. Цель исследования - рассмотреть состояние и динамику международной торговли услугами в разрезе основных экспортёров и импортёров.

В процессе проведенного исследования использованы экономико-статистические методы исследования: метод группировки, метод обобщений, сравнительный анализ и др.

Результаты исследования. Международный обмен услугами осуществляется в основном между развитыми странами и характеризуется высокой степенью концентрации. Но в последние годы, наблюдается активность включения в этот сектор развивающихся стран (таблица 1).

Таблица 1 – Мировой экспорт и импорт услуг по группам стран в 2011-2013 гг.

Группа стран	Экспорт услуг, млрд. долл.			Импорт услуг, млрд. долл.		
	США			США		
	2011г.	2012 г.	2013 г.	2011 г.	2012 г.	2013г.
Мир в целом	6712,7	6998,6	17214,4	3684,1	4759,1	5662,4
Развитые страны	2456,1	2813,7	3347,8	1758,2	1854,8	1947,2
Развивающиеся страны	975,2	2635,3	3487,9	1125,2	1454,8	1722,8
Страны с переходной экономикой	311,8	547,8	721,8	289,4	315,8	701,2

Источник: составлено на основе данных ВТО: <https://www.wto.org>

В 2011-2013 гг. мировой экспорт услуг увеличился с 6712,7 млрд. долл. США до 17214,4 млрд. долл. США, мировой импорт услуг – с 3684,1 млрд. долл. США до 5662,4 млрд. долл. США. В совокупном мировом товарообороте на долю торговли услугами приходится 21,8%.

В мировом экспорте услуг доля развитых стран с 2011 г. по 2013г. увеличилась с 19,5% до 36,5% в 2013 году, доля развивающихся стран увеличилась с 14,5% до 19,6%, стран с переходной экономикой увеличилась с 4,6% до 6,3%.

В мировом импорте услуг удельный вес развитых стран увеличился с 47,7% до 54,%, развивающихся стран снизился с 30,5% до 30,4% и стран с переходной экономикой увеличился с 7,8% до 12,3% за 2011 - 2013 гг.

Опережающему росту торговли товарами развивающихся стран способствовал ряд взаимосвязанных факторов внешнего и внутреннего характера. К важнейшим из них можно отнести: рост интернационализации и транснационализации сферы услуг и связанный с этими процессами перевод многих производств и видов деятельности на территории развивающихся стран; научно – технический прогресс в области транспорта и связи; активизации финансового сектора; тенденции либерализации мировой торговли; процессы интеграции; широкое распространение новых видов услуг.

Следует выделить динамичный рост экспорта услуг развивающимися странами за последние десять лет. Крупными экспортёрами услуг являются США, Великобритания, Германия, Франция, Китай, Индия, Испания, Япония, Нидерланды. Перечисленные страны входят в первую «десятку» мировых экспортёров услуг.

Стремительный рост импорта услуг наблюдается в таких странах как США, Китай, Германия, Франция, Великобритания, Япония, Индия, Россия (таблица 2).

Таблица 2 – Ведущие экспортёры и импортёры в мировой торговле услугами в 2013 г.

Место	Страна-экспортёр	Экспорт, млрд. долл. США	Доля, %	Место	Страна-импортёр	Импорт, млрд. долл. США	Доля, %
1	США	662	14,3	1	США	427	9,8
2	Великобритания	290	6,3	2	Китай	329	7,6
3	Германия	287	6,2	3	Германия	315	7,2
4	Франция	233	5,0	4	Франция	188	4,3
5	Китай	207	4,5	5	Великобритания	173	4,0
6	Индия	153	3,3	6	Япония	161	3,7
7	Испания	144	3,1	7	Индия	127	2,9
8	Япония	144	3,1	8	Россия	123	2,8
9	Нидерланды	142	3,1	9	Сингапур	122	2,8
10	Гонконг, Китай	135	2,9	10	Нидерланды	121	2,8

Источник: составлено на основе данных ВТО: <https://www.wto.org>

Основными странами-лидерами в мировом экспорте услуг по итогам 2013 года являются (1) США – 14,3%; (2) Великобритания 6,3%; (3) Германия – 6,2%; (4) Франция - 5,0%; (5) Китай – 4,5%.

Ведущими импортерами услуг являются – (1) США – 9,8%; (2) Китай - 7,6%; (3) Германия – 7,2%; (4) Франция -4,3%; (5) Великобритания – 4,0%. Из числа стран СНГ важным экспортером и импортером услуг является Российская Федерация, которая занимает 27-е место в экспорте (удельный вес равен 1,0% в 2013 год) и 8-е место в импорте (1,6%).

Структура основных видов предоставляемых услуг странами практически одинакова, но объемы их предоставления различные. Страны специализируются и на предоставлении компьютерных услуг, страховых, услуг связи, культурных и т.д., но их удельная доля в общем экспорте услуг намного меньше, чем доля для другого вида услуг. Например, наибольшую долю в экспорте США занимают коммерческие услуги, транспортные, путешествия, другие бизнес услуги, страховые и правительственные услуги. В Китае наибольший удельный вес в структуре экспорта приходится на коммерческие услуги, транспортные, путешествия, другие бизнес услуги. Германия специализируется в большей степени на предоставлении коммерческих, других бизнес услуг, услуг по путешествиям и транспортных, а Россия, в свою очередь - на предоставление коммерческих, услуг путешествиям и других бизнес услуг.

В целом, внешнеторговые сделки по экспорту и импорту услуг преобразовались в крупномасштабную форму международных экономических отношений, отличающуюся высокой динамикой роста, инвестиционной привлекательностью и доходностью. К числу факторов, содействующих развитию мировой торговли услугами, относится научно-технический прогресс, следствием которого является развитие новых систем коммуникаций, и растущий спрос на услуги.

Выводы. Международная торговля услугами развивается темпами, опережающими темпы роста торговли товарами. На долю услуг приходится около 68,7% совокупного валового продукта мира. В последние десятилетия, наблюдается увеличение в валовом национальном продукте промышленно развитых стран удельного веса отраслей, производящих услуги. Большая доля в мировой торговле услугами сосредоточена в группе развитых стран и развивающихся. Основными странами-лидерами в мировом экспорте услуг являются: США, Великобритания, Германия, Франция; Китай. Ведущими импортерами услуг являются: США, Китай, Германия, Франция, Великобритания.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ СИСТЕМЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ СОГЛАШЕНИЙ

Горда А. С.

к.э.н., доцент кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ

Введение. В условиях глобализации эффективность интернационально организованных производственных процессов стала во многом зависеть от быстроты и ритмичности трансграничных поставок полуфабрикатов, узлов и деталей и, следовательно, от характера торгово-политических режимов в различных странах, от величины устанавливаемых той или иной страной тарифных и нетарифных барьеров. Эта зависимость, несущая с собой риски сбоя в производстве, подталкивала мировое сообщество к дальнейшей либерализации обмена и унификации национальных мер регулирования торговли. Договоренности о снижении тарифных ставок в рамках ГАТТ, односторонние меры национальных правительств, направленные на облегчение торговли, не всегда и не во всем устраивали участников многосторонней торговой системы. Часть из них стремилась идти дальше, чем это предусматривали обязательства в ГАТТ/ВТО. Результатом неудовлетворенности участников международной торговли масштабами и темпами многосторонней либерализации стал рост интереса к заключению двусторонних, региональных, а потом и трансконтинентальных соглашений об экономическом сотрудничестве (или региональных торговых соглашений - РТС), в том числе и выходящим за рамки соглашений ВТО.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является выявление современных тенденций и направлений развития глобальной системы региональных торговых соглашений. В соответствии с поставленной целью, определены задачи исследований: определить качественные и количественные характеристики нотифицированных в ГАТТ/ВТО региональных торговых соглашений, проанализировать современные процессы создания торгово-экономических блоков, оценить перспективы трансформации конфигурация мирового экономического пространства.

Теоретической и методологической основой исследований является диалектический метод познания сущности международных экономических процессов. При проведении исследований использовались следующие методы: монографический (при изучении сущности региональных торговых соглашений и факторов их развития в современных условиях), сравнения (для сравнение достигнутого уровня показателей), абстрактно-логический (теоретическое обобщение та формирование выводов), экспертных оценок (для выявления тенденций и перспектив развития системы региональных торговых соглашений) и др.

Результаты исследования. В последнем десятилетии число РТС стало расти довольно быстрыми темпами, даже в период глобального кризиса. Связано это со значительными разногласиями между ведущими игроками в ходе переговоров Дохийского раунда, и утратой уверенности в возможностях ВТО прийти к консенсусу в отношении содержания соглашений, которые намечалось принять по его итогам. На начало 2013 г. в секретариат ГАТТ/ВТО поступило 546 нотификаций о заключении РТС, из которых 363 относятся к числу действующих. Каждый член ВТО входит в число участников примерно 13 соглашений.

Отличительная особенность данных соглашений - их либерализационный характер, при котором два или более партнера предоставляют друг другу взаимные преференции. Среди нотифицированных и вступивших в силу соглашений преобладают соглашения о свободной торговле (58% всех соглашений) и экономической интеграции (31%), заметно меньший удельный вес приходится на соглашения о таможенных союзах (7%) и соглашения с частичным охватом товарной номенклатуры либо секторов экономики (4%). Все соглашения можно условно разделить на две группы:

- соглашения «ВТО плюс», в которых партнеры договорились о преференциях в областях, регламентируемых правилами ВТО (например, в отношении антидемпинга,

компенсационных пошлин, технических барьеров, санитарных и фитосанитарных мер, деятельности государственных торговых предприятий и т.д.

- соглашения «ВТО-Х», в которых намечаются согласованные действия в сферах, не входящих в компетенцию ВТО - политика конкуренции, движение капиталов, законодательство по охране окружающей среды, борьба с коррупцией и пр.

В последние годы в развитии сети РТС проявляется новая тенденция. Из 75 РТС, нотифицированных в ВТО в 2008-2009 гг., более половины составили межрегиональные, преимущественно трансконтинентальные РТС. Наибольшую активность в создании таких соглашений проявляют ЕС, ЕАСТ, страны ЮВА, США, Канада. При активном участии США идет подготовка детального проекта соглашения о создании Транстихоокеанского партнерства (ТТП). Проект ТТП строится не с нуля. Начало ему было положено четырьмя странами - Чили, Сингапуром, Новой Зеландией и Брунеем, которые в середине нулевых годов подписали соглашение о транстихоокеанском стратегическом и экономическом партнерстве, предполагавшее улучшение условий для торговли и инвестиций, создание механизма разрешения спорных вопросов, взаимодействие в защите интеллектуальной собственности, сфере образования и пр. В 2009 г. к данной инициативе присоединились США, а затем Австралия, Перу, Вьетнам и Малайзия. На саммите АТЭС в Гонолулу (ноябрь 2011 г.) участники ТТП продекларировали общее стремление и дальше развивать избранный ими формат сотрудничества, позиционируя его как образец для будущих торговых соглашений не только между экономиками АТР, но и за пределами региона.

Своеобразной ответной реакцией на создание Транстихоокеанского партнерства стала достигнутая на саммите стран Восточной Азии в Пномпене (ноябрь 2012 г.) договоренность о начале переговоров по созданию Всестороннего регионального экономического партнерства (ВРЭП). В проектируемое объединение предполагают войти страны АСЕАН, Китай, Япония, Южная Корея, Индия, Австралия и Новая Зеландия, что позволит сформировать крупнейшую в мире зону свободной торговли. Всего в вышеуказанных соглашениях насчитывается 28 участников, 7 из них участвуют в переговорах по обоим соглашениям. Таким образом, ТТП и ВРЭП охватывают 21 страну, на долю которых приходится более 40% международной торговли. Безусловно у участников проектируемых торговых блоков достаточно политических и экономических разногласий.

Подтверждением тенденции к глобализации РТС является анонсированное США и Евросоюзом намерение создать трансатлантическую зону свободной торговли, призванную помочь европейскому и американскому бизнесу добиться успеха в глобальной конкуренции. В настоящее время на США и ЕС приходится половина мирового производства, объем их взаимной торговли товарами и услугами достигает почти 1 трлн. долл. в год. Для Евросоюза США - главный рынок сбыта, а также третий по значению поставщик импортных товаров. Для США Евросоюз - партнер номер один и как потребитель, и как поставщик разнообразной продукции. Соглашение о ЗСТ, как ожидается, позволит предпринимателям обоих регионов заметно снизить затраты, связанные с осуществлением торговых операций.

Выводы. Разработка данных проектов ускоряет движение мирового сообщества к совершенствованию действующих и внедрению выходящих за пределы компетенции ВТО норм и правил международной торговли. В результате формирования транстихоокеанской, восточноазиатской и трансатлантической зон свободной торговли сложится новая конфигурация мирового экономического пространства, на котором будет разворачиваться в ближайшие годы международный обмен. При складывающейся конфигурации мирового пространства международная торговля в обозримой перспективе будет осуществляться на двух институциональных «этажах». На первом из них будут действовать принципы, нормы и правила ВТО, на втором - международная дисциплина ВТО, дополняемая двусторонними или многосторонними взаимными преференциями, а также сферами взаимодействия, регулирование которых не входит в компетенцию мировой торговой системы.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОМ РЕГИОНЕ

Горда О. С.

к.э.н, доцент кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ

Введение. В современном мире насчитывается значительное количество региональных и межрегиональных объединений стран, каждое из которых находится на своей стадии интеграции. Именно регионализация, т.е. процесс создания и развития региональных экономических группировок и взаимодействие этих группировок между собой составляют отличительную особенность современного этапа развития мирового хозяйства. Интеграционные процессы, поначалу активно развивавшиеся в Европе, постепенно стали распространяться на остальные регионы мира, поскольку положительный эффект от создания ЕС и Европейской валютной системы был очевиден и стал стимулом для разворачивания аналогичных процессов во всем мире.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является определение перспективных направлений формирования региональных интеграционных блоков в азиатско-тихоокеанском регионе (АТР). В соответствии с поставленной целью, определены задачи исследований: определить предпосылки и детерминанты развития процессов международной экономической интеграции в АТР, проанализировать современное состояние развития региональных интеграционных объединений в АТР и определить потенциальные направления их развития.

Теоретической и методологической основой исследований является диалектический метод познания сущности международных интеграционных процессов. При проведении исследований использовались следующие методы: монографический (при изучении сущности региональных интеграционных объединений и факторов их развития), абстрактно-логический (теоретическое обобщение та формирование выводов), экспертных оценок (для выявления тенденций и перспектив развития системы региональных интеграционных группировок) и др.

Результаты исследования. Создание региональных интеграционных объединений в азиатско-тихоокеанском регионе стало следствием общей мировой тенденции, но, в отличие от процессов интеграции в Европе, региональная экономическая интеграция стала осуществляться как реакция на политические вызовы. Особенностью развития региональных интеграционных объединений в АТР стали наднациональные аспекты взаимодействия стран региона и сложная политическая обстановка в Юго-Восточной Азии в 60-е годы. Поэтому главным побудительным мотивом интеграции стала потребность в политической консолидации стран. Интеграция в регионе осуществлялась при соблюдении норм государственного суверенитета, права каждой страны самостоятельно выбирать модель государственного развития и поначалу не предполагала изменения региональной геополитической структуры. Особенности интеграции в АТР проявляются и в том, что здесь практически нет никаких наднациональных институтов, а форматы взаимодействия весьма разнообразны. Это обстоятельство делает понятным и объяснимым преобладание внутрорегионального взаимодействия в отношениях стран региона друг с другом по отношению к внерегиональному. Отсутствие рывков и осторожность в продвижении интеграции через постепенные взаимные уступки и преференции, участие в общих инфраструктурных форматах, тем не менее, работают на создание единого азиатского экономического пространства, основанного на приоритетах национальной суверенности, что позволяет говорить о регионализации как очевидном, но не скоротечном процессе в этом регионе.

Имеющиеся форматы региональных связей в АТР отличаются разной степенью развитости, различным уровнем развития наднациональных институтов, степенью формализации. Центром интеграционных процессов выступает АСЕАН. Будучи наиболее цельным региональным образованием, имеющим сформированную институциональную

структуру, стратегию и видение развития, АСЕАН является ядром объединения конструктивных сил в регионе. Стратегия АСЕАН в отношении регионализации в Восточной Азии состоит в том, чтобы поощрять центростремительные тенденции вокруг АСЕАН как ядра интеграции стран региона: через систему двусторонних соглашений о создании зон свободной торговли (ЗСТ) к построению будущего Восточно-Азиатского сообщества, для начала в формате АСЕАН+3. Соглашение о ЗСТ с Китаем (САФТА) с января 2010 года вступило в силу для первой шестерки наиболее обеспеченных государств АСЕАН, а через 5 лет оно охватит и остальных членов АСЕАН. Аналогичные соглашения подписаны с Японией, Южной Кореей, а также с Индией и Австралией. Общей перспективой станет создание одной общей ЗСТ сначала в формате АСЕАН+3 и объединение всех стран Восточной Азии.

Что касается АТЭС, объединяющего 21 экономику, тяготеющую к АТР, то эта площадка взаимного согласования региональных интересов стран является весьма полезной для всех ее участников, но, с точки зрения региональной интеграции, малопродуктивной. Ее можно рассматривать как дополнительный форум, где страны-участницы могут обмениваться мнениями по актуальным вопросам. Продвинуть проблемы, не решаемые в других международных форматах. В этом смысле представляется весьма знаменательным тот факт, что принятые на форуме АТЭС во Владивостоке решения в рамках «зеленого роста» по определению списка 54 экологических товаров, тарифные ставки на которые будут снижены до 5% и менее. Ранее эту идею лидеры стран не могли продвинуть на международных форумах, в том числе, в рамках ВТО. Интеграция в АТР характеризуется последовательностью продвижения к созданию единого социально-экономического пространства в регионе, при этом, в зависимости от складывающегося формата, она характеризуется различной степенью глубины взаимного проникновения экономик. Политические мотивы и противоречия между странами различного уровня развития в известной степени тормозят интеграционные процессы, однако выбранный вектор развития в отношении формирования единого экономического пространства является несомненным.

Интеграция в АТР идет в направлении материализации идеи Азиатско-Тихоокеанской зоны свободной торговли (АТЗСТ). В дальнейшем АТЗСТ призвана не только обеспечить либерализацию в узком смысле, но и стать всеобъемлющим и высококачественным форматом, решать задачи в сфере торговли и инвестирования. Как считают лидеры АТР, АТЗСТ должна быть сформирована в виде всеобъемлющего соглашения о свободной торговле за счет развития и продвижения уже существующих региональных начинаний, таких как АСЕАН+3, АСЕАН+6, Транс-Тихоокеанское партнерство и другие. Катализатором развития АТЗСТ станет АТЭС, обеспечивая руководство и интеллектуальное насыщение процесса ее развития, а также выполняя ключевую функцию определения, формулирования и решения торгово-инвестиционных проблем.

Провозглашенные, к примеру, АТЭС цели создания зоны свободной торговли для стран-участниц фактически не реализованы, интеграционные процессы в АСЕАН тормозятся возникающими противоречиями между странами - участницами Ассоциации, а появление новых форматов связей в регионе свидетельствует о некоторой неудовлетворенности качеством интеграции в рамках существующих региональных группировок и необходимости отвечать на вызовы, которые идут со стороны внерегиональных субъектов мирового хозяйства, прежде всего Китая.

Выводы. Региональная интеграция в АТР стала формой и содержанием развития региона, которые способствуют его неуклонному и устойчивому экономическому росту. Для России участие в региональных процессах в АТР имеет первостепенное и принципиальное значение, поскольку наша страна объективно является частью этого региона и наши национальные интересы требуют превращения РФ в силу, влияющую на формирование в АТР нового экономического пространства, которое объективно становится центром развития мирового хозяйства в 21 веке.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

Егорова М.Л.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Горда А.С.

Введение. В современном мире проблемы экономической интеграции-дезинтеграции регионов, особенно в крупных странах, сохраняют высокую актуальность. Вместе с тем злободневность этих проблем испытывает на себе преимущественно население соответствующих территорий. Государственное вмешательство в решение интеграционных вопросов осуществляется либо масштабно и краткосрочно (в экстренных случаях), либо весьма поверхностно и перманентно. Особенность рассматриваемой проблемы состоит в заторможенной обратной связи на ее углубление: даже в условиях крайней хозяйственной разобщенности регионов легальное отделение недовольных территорий практически невозможно. Вопросы развития региональной экономической интеграции занимались многие отечественные и зарубежные ученые-Костюника Г.М., Шкваря Л.В., Делятицкая А.В., Гурова И.П., Мацнев Д.А., Самосенюк, Л.Н., Тищенко, Е.В.

Цель и задачи исследования. Цель исследования –изучить особенности развития региональной экономической интеграции.

В процессе проведенного исследования использованы следующие методы: методы анализа и синтеза, метод сравнения, и монографический метод

Результаты исследования. Региональная экономическая интеграция - процесс развития устойчивых экономических связей и разделение труда национальных хозяйств, который ,охватывая внешнеэкономический обмен и сферу производства, ведет к тесному переплетению национальных хозяйств и созданию единого хозяйственного комплекса в региональном масштабе.

Интеграционные процессы приводят к развитию экономического регионализма, в результате которого отдельные группы стран создают между собой более благоприятные условия для торговли, а в ряде случаев и для межрегионального передвижения факторов производства, чем для всех других стран. Несмотря на очевидные протекционистские черты, экономический регионализм не считается негативным фактором для развития международной экономики, только если группа интегрирующихся стран, либерализуя взаимные экономические связи, не устанавливает менее благоприятные, чем до начала интеграции, условия для торговли с третьими государствами. Другими словами, экономический регионализм, упрощая экономические связи между странами одной группы, не должен приводить к их усложнению со всеми остальными странами.

Формирование региональных торговых группировок стало одним из основных факторов международных экономических отношений во второй половине XX века. Экономические достижения Европейского союза, проведение многосторонних глобальных торговых переговоров способствовали созданию объединений государств в различных частях мира. Если в 1993 году таких объединений было 124, то по состоянию на 1 января 2014 года их количество составило 587.

Региональные объединения различаются по глубине и характеру “сращивания” экономик стран-партнеров, по выбранной интеграционной стратегии и институциональному устройству, по сферам и масштабам их деятельности, по количеству государств-членов, по социокультурным признакам.

Объемы торговли по региональным объединениям растут очень быстрыми темпами. По сравнению с 1990 годом в 2012 они увеличились в 8 раз. Это обусловлено расширением экономических отношений, вовлечением стран в международные торговые отношения, глобализацией, регионализацией. При этом , регионализация охватывает не только страны, но и отдельные отрасли. Страны схожие по экономическому, социальному,

политическому характеру, обладающие определенными ресурсами все чаще объединяются для взаимной выгоды от интеграционных процессов.

Кроме того, объемы торговли региональных объединений увеличиваются за счет отмены торговых барьеров, тарифных барьеров, наличием у интегрирующихся стран, сравнительных преимуществ в отношении третьих стран. Для более детального анализа рассмотрим показатели внешней торговли основных международных региональных объединений. (Таблица 1)

Таблица 1. Внешнеторговый оборот товарами региональных торговых блоков, млрд. дол. США

Региональные торговые блоки	Внутренняя торговля		Внешняя торговля	
	2010 г.	2012 г.	2010 г.	2012 г.
ЕС	6158	6845	4387	4892
НАФТА	1491	1968	3173	3317
АСЕАН	469	581	1005	1265

Источник: составлено на основе данных ВТО: <https://www.wto.org/>

Товарооборот основных региональных объединений мира увеличивается значительными темпами. Страны ЕС занимают лидирующие позиции, что обусловлено географическим, политическим и экономическим положением. ЕС постоянно развивает свои отношения со странами -партнерами, такими как: Швейцария, США, Исландия, Норвегия. Лихтенштейн, Япония. Доля взаимной торговли в общей внешней торговле государств-членов в ЕС достигает 60%, в НАФТА- 45%, АСЕАН-24% ,СНГ и МЕРКОСУР –более20% в 2012 году. Лидером по объемам внешней торговли является Европейский союз. Важную роль в международной торговле играют региональные соглашения о либерализации торговли и иных сфер экономических связей и оказываются приемлемыми по ряду причин:

1. В условиях невозможности либерализации МЭО правительства продвигаются на тех направлениях ,где это возможно и выгодно. При это не требуется согласовывать внешнеторговую политику с малозначимыми партнерами, а договоренности со значимыми партнерами могут быть дифференцированы

2. Двум партнерам договориться легче, чем 6, 12 и тем более 150. Опыт показывает, что эффективные интеграционные группировки редко изначально создавались с числом участников более 6

Региональная экономическая интеграция сложный и противоречивый процесс, который может иметь как положительный, так и отрицательный эффект для страны-участницы. Положительными эффектами являются углубление специализации и международного разделения труда, экономию на масштабах производства, экономические выгоды и т.д. Негативными же будут : контроль над экономикой более сильных государств, неравномерность распределения преимуществ от глобализации.

Выводы. Анализируя интеграционные процессы, необходимо учитывать, что они приводят к развитию экономического регионализма, в результате которого отдельные группы стран создают между собой более благоприятные условия для торговли, а в ряде случаев и для межрегионального передвижения факторов производства, чем для всех других стран. В последнее десятилетие в развитых странах отмечается тенденция регионализации экономического пространства, когда центральное правительство предоставляет административно-территориальным образованиям повышенную экономическую свободу, способствуя повышению их конкурентоспособности на мировом уровне и стимулируя инновационную активность.

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Живова Н.Ю.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Илясова Ю.В.

Введение. В условиях внешнеэкономической нестабильности важно правильно оценить краткосрочные и долгосрочные источники роста и развития страны. Комплексный анализ макроэкономической системы развития национальной экономики поможет выявить структурные диспропорции, которые часто указывают на приоритетные направления развития. Национальная экономика включает в себя, как правило, множество показателей, но главной трудностью остается их логическая, индуктивная трактовка, то есть получение целостного представления о состоянии и проблемах национальной экономики. Теоретические и практические вопросы в данной области привлекают внимание как отечественных (Густап Н.Н., Макарова Г.Н., и др.), так и зарубежных ученых (Й. Шумпетер, Й. Фагерберг, М. Шролек и др.).

Цель и задачи исследования. Цель исследования – анализ тенденций развития экономики России.

Для характеристики элементов развития национальной экономики, определения взаимосвязи этих элементов использован метод анализа и синтеза, экономико-статистические методы исследования.

Результаты исследования. Изучение макроэкономической системы страны включает в себя анализ структуры и динамики национального воспроизводства, а именно – изучение элементов ВВП и ВВП; исследование динамики цен, инновационного развития и социальных показателей. Важным элементом системы является степень открытости экономики и характер её участия в мировой торговле и мировом производстве.

Тенденции экономического роста национальной экономики России характеризуют показатели ВВП и ВВП и их структурные элементы (оплата труда, налоги и субсидии на производство и импорт, валовая прибыль экономики). В 2013 г. ВВП составил 66755 млрд. руб., наблюдается рост ВВП на 19,3% по сравнению с 2011 г. ВВП в 2013 г. увеличился на 18,5% по сравнению с 2011 г. и составил 64204,1 млрд. руб. Объем ВВП и ВВП продолжает увеличиваться, хотя темпы этого роста сократились на 35,1% и 32,7% соответственно.

В структуре совокупных расходов преобладает оплата труда наемным рабочим, доля этого показателя увеличилась (с 49,6% от ВВП в 2011 г. до 51,9% в 2013 г.). За счет роста затрат на оплату труда пропорционально сокращаются другие статьи расходов, однако изменения в структуре незначительны, в пределах 1,0%. Наименьшую долю составляют субсидии на производство и импорт.

В одной из работ Н. Густапа приводится 10-летняя динамика прироста производства по основным отраслям промышленности РФ. Выявлено, что рост производства в обрабатывающих отраслях опережает общий рост по всем отраслям на 1-5%. Однако этот рост нестабилен: экономический кризис в 2008 году привёл к тому, что производственный индекс снизился (109,3 в 2007 г., 103,1 в 2008 г.). Следовательно, обрабатывающее производство в России развивается нестабильно. Добывающие отрасли, наоборот, характеризует устойчивый рост, однако в последние годы прирост в этих отраслях постепенно сокращается.

Для детализации экономического роста актуально проанализировать динамику цен на разные группы товаров и уровень инфляции. Установлено, что годовой уровень инфляции в 2011 – 2013 гг. увеличился на 0,35% (6,10% и 6,45% соответственно). В рассматриваемый период увеличиваются темпы роста цен производства и распределения электроэнергии, газа и воды: в 2013 г. рост цен составил 8% по сравнению с 2011 г. (5%).

Анализ социально-экономических показателей развития национальной экономики России за период 2011 – 2013 гг. позволяет сформулировать следующие выводы: прирост

реальной заработной платы и реального располагаемого дохода относительно стабильны; замедление темпов роста ВВП на душу населения коррелирует с замедлением темпов прироста совокупного продукта (темпы роста сократились на 34,1%); по индексу развития человеческого потенциала Россия занимает позиции страны с переходной экономикой (0,778 – 57 место в мире).

Удельный вес инновационного продукта в производстве в 2013 г. – 9,2% (увеличение с 2011 г. на 2,9%). Доля затрат на инновации в ВВП незначительна – 1,12%, сокращается прирост производства по высокотехнологичным отраслям – 9,3% в 2013 г.

Национальная экономика России характеризуется умеренным участием в мировых экономических процессах. В частности, внешнеторговое сальдо в 2013 г. составило 50% (на 2,9% меньше по сравнению с 2012 г.). Экспортная и импортная квоты в 2013 г. – 28% и 22,2% соответственно. Сальдо торгового баланса положительное (123,66 млн.руб. в 2013 г.), но значение сальдо уменьшается в сравнении с 2011 г. на 24,3%.

Структура экспорта товаров показывает конкурентное преимущество по добыче и обработке минеральных ресурсов (71,6 % от экспорта в 2013 г.) и технологическую зависимость от иностранных торговых партнеров (48,6% импорта – машины и оборудование). Сложное и качественное оборудование, бытовая, вычислительная техника, автомобили зарубежных производителей пользуются большим спросом в России. Совокупная доля промежуточных и инвестиционных товаров увеличилась на 7%, причем рост импорта промежуточных товаров более динамичен. В 2013 г. их доля в совокупном импорте превышает все остальные товары. Это может означать приток иностранного капитала в страну, более интенсивную кооперацию с партнерами, открытие филиалов иностранных компаний.

Анализ структуры импорта в 2008 – 2013 гг. по 3 видам товаров (потребительские, промежуточные и инвестиционные) показал, что наибольшую долю (38%) составляют промежуточные товары, тогда как закупка инвестиционных товаров (24,3% от импорта) тоже со временем приобретает большее значение. Согласно официальной статистике, около 98% всех нефинансовых инвестиций – это инвестиции в основной капитал, затраты на НИОКР; объекты интеллектуальной собственности и прочие нефинансовые инвестиции вместе занимают 2%.

Динамика развития национальной экономики России зависит от многих факторов: внутренних и внешних. Одним из таких факторов являются экономические санкции от ведущих стран-партнёров. Под угрозой находятся производственный, финансовый сектор, благосостояние населения. Перспектива укрепления экономики и улучшения экономических условий заключается в разработке долгосрочной и системной антикризисной программы. Направления, которые обеспечивают долгосрочный экономический рост и развитие: производство, наука и инновации, внешняя торговля и кооперация. В частности, наиболее важные задачи: поддержка частного предпринимательства; формирование и поддержка региональных, производственных кластеров; поддержка международной производственной кооперации; ограничение бегства капитала; повышение заинтересованности частных предприятий в научных исследованиях и инновациях; стимулирование импорта инвестиционных и промежуточных товаров (ограничение экспорта сырья); стратегическое партнерство в сфере машиностроения, энергетики.

Выводы. Экономика России развивается преимущественно экстенсивным путем: экспорт преимущественно сырьевых товаров, нестабильность темпов роста обрабатывающих отраслей, отрицательное сальдо по инвестициям, незначительные затраты на науку и инновации, низкий показатель ИРЧП свидетельствуют об этом. Для того, чтобы обеспечить устойчивое развитие, необходимо воспользоваться существующими резервами и максимально оптимизировать производство, распределение и потребление ВВП.

ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ РОССИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ УСЛУГАМИ

Жидова О.Е.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Илясова Ю.В.

Введение. Торговля услугами в РФ развивается такими же стремительными темпами, как и во всем мире, опережая темпы роста торговли товарами, что связано с повышением уровня экономического развития страны и соответствует мировым тенденциям. На мировых рынках услуг Россия выступает в роли нетто-импортера, постоянно имея в торговле ими отрицательный баланс. Это объясняется неразвитостью в нашей стране транспортной и туристической инфраструктур, слабостью финансовых, консультационных, аудиторских и иных подобных организаций, что ограничивает возможности предоставления соответствующих услуг иностранным потребителям. Вопросам развития международной торговли услугами посвящены научные исследования и публикации многих отечественных и зарубежных ученых – Кругмана, Гроссмана и Хелпмана, Лозовского, Стародубцевой, Зайцевой.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – анализ тенденций России в международной торговле услугами, определение основных направлений развития, проблем и перспектив.

В процессе проведенного исследования использованы экономико-статистические методы исследования (при количественной оценке тенденций участия России в международной торговле услугами).

Результаты исследования. Объемы экспорта услуг РФ с 2009 г. по 2013 г. имеют тенденцию к увеличению. Основной статьей экспорта услуг являются транспортные услуги, их удельный вес в общем объеме экспортируемых услуг составляет в среднем за 2011-2013 гг. 30%. Лидером в экспорте транспортных услуг является воздушный транспорт, на него приходится около $\frac{1}{2}$ от общего объема экспортируемых транспортных услуг. На трубопроводный транспорт приходится около 10%, на железнодорожный и морской – около 20%.

Россия отстает от многих стран мира по уровню развития транспорта. Страна занимает 34-е место по железнодорожному транспорту, 43 – е по автодорогам и 46-е по авиатранспорту.

Одним из основных видов экспортируемых услуг является предоставление других бизнес услуг, в частности, это профессиональные, технологические и лизинговые услуги. Из общего объема экспорта услуг около 20% - это путешествия, по большей степени к ним относятся какие-либо командировки, либо же перемещения связанные с работой. Меньше всего РФ специализируется на экспорте страховых, культурных, правительственных услуг. Россия больше всего импортирует те услуги, которые связаны с путешествиями, бизнес услугами и транспортными услугами

За анализируемый период 2009-2013 гг. импорт услуг в России превышает их экспорт, торговый баланс отрицательный. В импорте лидирующие позиции занимают путешествия, их удельный вес постоянно растет. В 2013 г. удельный вес данного вида услуг составил 43% в общем объеме импортируемых услуг. Объемы импорта услуг постепенно уменьшаются с 2009 г. по 2013 г. Например, удельный вес бизнес услуг в 2009 г. в общем объеме импорта услуг составлял 23%, а в 2013 г. – 18%. Что же касается транспортных услуг, то Россия в наибольших объемах импортирует услуги воздушного, морского, железнодорожного транспорта, так же как и экспортирует их.

Россия в меньшей степени импортирует страховые, финансовые, коммуникационные, компьютерные и др. услуги за счет того, что спрос на них удовлетворяется на внутреннем рынке.

Наибольшую долю услуг в 2013 г. Россия экспортировала в Великобританию (7%), Турцию (5,4%), США (6,1%) и Германию (6,1%), в частности это транспортные услуги и бизнес услуги. Россия больше всего в 2013 г. импортировала услуг из Германии (6,3%), США (5,2%), Великобритании (5,3%) и Турции (9%). В частности из Турции Россия чаще всего импортирует услуги, связанные с частными путешествиями, также значительную долю занимают строительные услуги. Из Великобритании и США Россия импортирует транспортные, финансовые и компьютерные услуги, а также прочие деловые услуги.

Индекс вовлеченности страны в международную торговлю отражает степень участия страны в международной деятельности. Россия в 2013 г. заняла 105-е место из 135 стран в рейтинге вовлеченности стран в международную торговлю. В 2013 г. Россия поднялась в рейтинге стран по индексу вовлеченности в международную торговлю на 7 позиций по сравнению с 2012 г. и на 9 позиций по сравнению с 2011 г. Россия среди стран БРИКС занимает худшую позицию в этом рейтинге. Основным фактором для улучшения позиций является диверсификация торговли, как товарами, так и услугами. Для осуществления диверсификации торговли Россия имеет все возможности, в частности доступ к информационным технологиям.

Среди перспектив России на международном рынке услуг можно выделить: дальнейшее стимулирование развития транспортных услуг; развитие финансового сектора в стране; развитие телекоммуникационных услуг.

Россия стремится развивать сектор транспортных услуг за счет экспорта услуг этого типа различными видами транспорта, развития транспортной инфраструктуры. Страна стремится создать в Москве международный финансовый центр, аналогичный как в Нью-Йорке, Токио и др. – как путь развития финансового сектора страны. Развитие телекоммуникационных услуг обуславливается постоянным ростом интернет пользователей и развитием технологий в рамках различного доступа к сети. Подтверждением этому может служить рейтинг онлайн-торговли. Так в 2011 г. страна занимала 14 место, а в 2013 г. – 13 место, страна все больше вовлекается в онлайн-торговлю.

Положительным аспектом в развитии услуг можно выделить подорожание туристических, гостиничных и страховых услуг, но качество предоставления этих услуг ниже, чем у иностранных коллег. Такими тенденциями можно объяснить отставание России в экспорте услуг связанных с путешествиями.

Для России перспективным является развитие ИТ-услуг, образовательных и медицинских. В перспективе рынок услуг, связанных с информационными технологиями может развиваться благодаря осуществлению ряда мер: привлечение наибольшего количества потребителей, вовлечение государственных органов в сектор ИТ, путем использования ими специальных программ, развитие национального производства в ИТ сфере и др.

Перспективным также является развитие рынка образовательных услуг в России для иностранных студентов. Темпы роста рынка образовательных услуг зависят от количества людей, изучающих русский язык, и людей, знающих русский язык, так как образование в ВУЗах России осуществляется на государственном языке. Также темпы роста зависят от количества ВУЗов, способных принять иностранных студентов. Важный показатель международного престижа национальной системы образования – доля иностранных студентов в общем контингенте «домашних» студентов. Доля иностранных граждан, обучающихся в ВУЗах Российской Федерации, составляет всего 2,2% от общего количества иностранных студентов, обучающихся в различных странах мира. Для сравнения: в 1990/1991 академическом году доля иностранных граждан (89,6 тыс. чел.) в общем контингенте студентов вузов Российской Федерации (2824,5 тыс. чел.) составляла 3,2%.

Выводы. В целом, для России, по нашему мнению, важным является стимулирование экспорта транспортных услуг, как основного вида услуг и диверсификация в торговле услугами, в частности развитие ИТ-услуг, медицинских, образовательных услуг.

ИНОСТРАННАЯ РАБОЧАЯ СИЛА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ

Исмаилов Э. Р.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Горда О.С.

Введение. Международная миграция стала важной частью современной системы мирового хозяйства, своеобразным фактором мирового развития, который обеспечивает эластичность международного рынка труда, более целесообразное применение трудовых ресурсов, достижениям научно-технического прогресса. Современная Россия следит и активно участвует в общемировом миграционном процессе. На сегодняшний день Россия является одним из крупнейших мировых центров по принятию трудовых (не исключая большую численность нелегальных) мигрантов из стран СНГ. В первую очередь, из стран Азии и др. Россия отдает небольшую часть своего населения другим странам, испытывая при этом сильную потребность в низко квалифицированной рабочей силе, а именно для сезонных работ и работ, которые имеют определённые циклы. Теоретические и практические аспекты в этой области были раскрыты в работах отечественных ученых – Г.А. Батищева, С. В. Башкиров, Г.С.Вечканов, И.С. Кравченко, Е.Д. Креминская, А.Ю. Шевчук.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – анализ иностранной рабочей силы как составляющей миграционных процессов в России.

В процессе проведенного исследования использованы такие методы исследования: статистический (при оценке динамики численности иностранной рабочей силы в России), анализ и синтез (при исследовании сущности категорий "международная миграция населения", "нелегальная миграция населения", миграционная политика).

Результаты исследования. Миграция, являясь сложным социально-экономическим явлением, имеет заметные последствия для населения, участвующего в миграционных процессах, принимающей стороны, отдающей стороны, а также для развития государств и мирового сообщества в целом. Существует много определений миграции населения, однако выделим наиболее полное - это перемещение населения из одного страны в другую, в некоторых случаях группами и на разные расстояния. Миграция осуществляется не только между странами, но и внутри страны, увеличение числа крупных городов зависит от добровольной миграции населения, а не естественным приростом в нем; масштабы миграции растут с развитием торговли и промышленности, а также с развитием транспорта; вынужденная миграция обусловлена, прежде всего, в нелегальном пребывании на территории других стран, экономические причины миграции являются определяющими, хотя могут быть и причины образовательные. Учитывая продолжительность, миграция может быть постоянной, временной и сезонной. Большинство современных трудовых миграций относят именно к категории временных. Законы о миграции населения доказывают то, что недоучет их действия или полное игнорирование приводит к большому количеству последствий, в большей степени негативных, таких как рост нелегальной миграции, недоразвитие транспортных связей, нарушение в размещении производительных сил, возникновение социальных конфликтов, снижение уровня жизни.

Стоит сказать, что самая большая доля иностранной рабочей силы приходится на страны СНГ, а именно Таджикистан, Узбекистан, Украина и Киргизия в порядке убывания; из стран вне СНГ стоит отметить Китай, Вьетнам и Турцию. Из всех представленных годов самым «продуктивным» оказался 2012 год с 1148,7 тыс. чел. По сравнению с 2013 годом с его 1111,5 тыс. чел. В 2011 году убывающую численность иностранной рабочей силы в России имели такие страны, как Азербайджан, Армения, Казахстан, КНДР и Турция. По поводу повышающейся численности – Киргизия, Узбекистан; остальные страны – «с переменным успехом». Также необходимо отметить, что американцы не спешат переезжать в Россию, при этом россияне преимущественно покидают свою страну ради переезда в США (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика и структура численности иностранной рабочей силы в России, 2011-2013 гг.

Страны	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2011г.	2012 г.	2013 г.
	тыс .чел.			удельный вес, %		
Всего	1027,9	1148,7	1111,5	100,0	100,0	100,0
В том числе:						
Из стран СНГ:	858,9	968,6	947,3	83,6	84,3	85,2
Азербайджан	24,8	23,8	18,1	2,4	2,1	1,6
Армения	40,9	39,5	35,5	4,0	3,4	3,2
Казахстан	4,5	0,8	0,7	0,4	0,1	0,1
Киргизия	65,6	76,8	82,7	6,4	6,7	7,4
Молдова	46,8	50,0	45,5	4,6	4,4	4,1
Таджикистан	166,4	181,4	162,8	16,2	15,8	14,6
Туркмения	0,5	0,6	0,5	0,0	0,1	0,0
Узбекистан	399,0	467,9	476,6	38,8	40,7	42,9
Украина	110,3	127,8	124,9	10,7	11,1	11,2
Из других стран:	140,2	161,3	155,8	13,6	14,0	14,0
Китай	69,5	76,9	71,3	6,8	6,7	6,4
Вьетнам	10,9	12,1	10,3	1,1	1,1	0,9
КНДР	19,3	23,4	27,2	1,9	2,0	2,4
Турция	18,9	27,7	27,7	1,8	2,4	2,5
США	1,7	0,8	0,6	0,2	0,1	0,1

Источник: составлено на основе данных ФМС - <http://www.fms.gov.ru>

Затронув термин нелегальной миграции, стоит отметить, что это миграция с нарушением миграционного законодательства страны. Одним из самых явных последствий нелегальной миграции является экономическое бремя для налогоплательщиков, так как иммигрантам необходимо пользоваться услугами медицины, детям иммигрантов необходимо посещать школы, при этом увеличиваются расходы городского управления на контроль правопорядка, и т. д. В это же время нелегалы и их работодатели не уплачивают налоги. Для борьбы с нелегальной миграцией должны существовать меры, принимаемые государством для урегулирования вопросов миграции – миграционная политика. Миграционная политика сопрягается с различными аспектами государственного регулирования экономики и социальной сферы, а именно: внешнеэкономическая политика, политика занятости, социальная политика. Вместе с тем, правовое регулирование препятствования нелегальной миграции не совсем полным образом отвечает современным условиям. Кроме того, в действиях государств не наблюдается единственного подхода к проблеме препятствования нелегальной миграции, что сильно снижает эффективность борьбы с этим явлением на международном уровне.

Выводы. Исследование особенностей международной миграции и места России в ней показало, что международная миграция рабочей силы является устоявшейся формой международных экономических отношений, в чьей основе лежит движение факторов производства. Это справедливый способ, который присущ рыночной экономике. Исследование опыта, который был получен в рамках международных организаций, а также в иностранном законодательстве, может помочь в формировании позиции стран по основным проблемам регулирования международной трудовой миграции и в особенности контроля нелегальной миграции. Учитывая, что численность трудоспособного населения в России снижается с каждым годом, страна привлекает иностранную рабочую силу, самый высокий показатель которой за последнее время был в 2012 году.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Космарова Н.А.¹, Кутняк О.В.²

¹д.э.н., доцент кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
²соискатель кафедры международной экономики факультета международной экономики и менеджмента Киевского национального экономического университета имени Вадима Гетьмана

Введение. Уровень экономического развития страны, ее позиции в мировой экономике определяются совокупным уровнем развития всех ее регионов. Более того, положительная динамика в отдельных субъектах становится одним из главных резервов роста экономики страны в целом. Эта тенденция является особо актуальной для России, в которой имеют место значительные диспропорции в уровнях развития отдельных регионов. Данная работа посвящена анализу изменений в региональной структуре национальной экономики в период мирового кризиса и последующие годы.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – анализ тенденций регионального развития экономики России с учетом динамики валового регионального продукта (ВРП) и других ключевых показателей, важных для оценки текущей ситуации в регионе и для стратегического планирования развития на долгосрочную перспективу.

В процессе проведенного исследования использованы следующие методы: анализ и синтез, научная абстракция, индукция и дедукция, группировка, системный анализ и др.

Результаты исследования. В последние годы региональная структура экономики России подверглась существенным изменениям, прежде всего под воздействием мирового финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг. Произошло перераспределение долей групп регионов от наиболее высокоразвитых регионов в пользу развитых и среднеразвитых регионов. Доля финансово-экономических центров сильно снизилась по многим показателям: валовый продукт, инвестиции, потребление. В целом наблюдается тенденция к выравниванию ряда важных экономических показателей, сглаживание диспропорций территориального развития, выражавшихся в сильном доминировании столичных регионов.

Экономика страны с нерешенными институциональными проблемами, зависимостью от экспорта топливно-энергетических товаров, естественно, оказалась уязвимой к воздействию внешних шоков – последствиям мирового кризиса. При этом рецессия 2008-2009 гг. в России имела сложную региональную композицию. Так, разброс значений прироста ВРП в 2009 г. составил от –19,6 % в Самарской области, –17,7 % в Чувашии и –12,8 % в г. Москве до +22,6 % в Ненецком автономном округе, +13,4 % в Чукотском автономном округе и +10,9 % в Сахалинской области. В среднем по стране падение ВВП составило –7,6 %. Высокоразвитые регионы тяжелее всех перенесли кризис 2008-2009 гг. (падение ВРП составило 9 %, в т. ч. Москва – на 13 %) и дольше всех выбирались из кризиса, лишь в 2012 г. достигнув предкризисного уровня. В результате доля группы высокоразвитых регионов существенно снизилась, доли остальных групп выросли.

По критерию ВРП на душу населения отрыв финансово-экономических центров и экспортноориентированных регионов после 2007 г. сократился. Во всех группах регионов, кроме высокоразвитых, ВРП на душу населения незначительно вырос относительно среднего и тем самым приблизился к нему. Несмотря на указанную динамику сохраняются существенные диспропорции в развитии регионов. По состоянию на 2012 г. в финансово-экономических центрах показатель превысил средний по стране уровень в 1,8 раза, в сырьевых экспортноориентированных регионах – в 3,1 раза.

В сфере добычи полезных ископаемых доля сырьевых экспортноориентированных регионов за 2007-2012 гг. ощутимо снизилась: с 56 % до 52 %. Одновременно на 3,3 процентных пункта выросла доля развитых регионов с опорой на добывающую промышленность. В обрабатывающей промышленности за 2007-2012 гг. снизилась доля высокоразвитых регионов – на 2,5 процентных пунктов, однако выросла роль промышленно-

аграрных регионов – также на 2,5 процентных пунктов. Существенно упала доля Москвы (с 14,4 % до 10,6 % за 2007-2012 гг.), что вполне соответствует специализации на государственных услугах; науке, медицине и образовании; финансовом секторе и коммерческих услугах. Доля столицы в промышленном выпуске, вероятно, будет падать и дальше. Проблемой является то, что менее развитые регионы по-прежнему дают менее 1 % от суммарного производства по стране, но не обладают по существу сильной аграрной специализацией.

Динамика инвестиций по группам регионов в сопоставимых ценах показывает, что финансово-экономические центры лишь по итогам 2012 г. вышли на уровень 2007-2008 гг., в то время как среднеразвитые и менее развитые регионы уже на 25-30 % превысили предкризисный уровень. Москва после обвала в 2009-2011 гг. снова вышла на растущую траекторию. В результате за период 2007-2012 гг. произошло существенное перераспределение долей разных групп регионов в структуре инвестиций: доля высокоразвитых регионов снизилась на 4,5 процентных пунктов, в то время как доля среднеразвитых увеличилась на 3,6. В первую очередь, это объясняется снижением объема инвестиций в финансово-экономические центры: если до кризиса в 2007 г. на эти три ключевых региона страны (Москва, Санкт-Петербург, Московская область) приходилось 24 % всех инвестиций, то по итогам 2012 г. их суммарная доля упала до 17 %. Важную роль сыграли также крупные инвестиционные проекты в Краснодарском (Олимпиада-2014 в Сочи) и Приморском краях (саммит АТЭС-2012). Несмотря на перераспределение долей разных групп регионов, разброс значений прироста индекса физического объема инвестиций в основной капитал в 2013 г. остается высоким: от -61,3 % в Вологодской области, -52,3 % в Еврейском автономном округе, -45,2 % в Приморском крае и -44,3 % в Чукотском автономном округе до +38,1 % в Марий Эл, +37,0 % в Астраханской области и +34,4 % в Тюменской области.

Распределение величин среднедушевых потребительских расходов по типам регионов постепенно выравнивается. Потребление в высокоразвитых регионах растет медленнее – отношение к среднероссийскому уровню снизилось с 1,8 до 1,6 за 2007-2012 гг., а в менее развитых регионах оно, наоборот, выросло с 0,5 до 0,67. Неравномерность личного потребления в стране связана с социальным неравенством и спецификой локализации потребления состоятельными слоями граждан. Значительная часть потребления, зарегистрированного в Москве, Санкт-Петербурге, Самарской области, Краснодарском крае, ряде крупных городов страны, финансируется доходами других (сырьевых) регионов.

По состоянию на 2013 г. личное потребление еще не было затронуто серьезными сбоями в регионах. Длительность роста этого показателя с 2001 г. (даже с учетом кризиса 2009 г.) по 2013 г. создали определенную устойчивость у 25-30 % относительно состоятельного населения страны. Их текущие доходы даже при застое или колебаниях не создают угрозы положению семей в части основных расходов. Это же относится к ведущим по развитию регионам. В этой связи социально-экономическая устойчивость в 2015 г. будет определяться менее развитыми регионами и бедными слоями в развитых регионах. Динамика и региональное распределение роста в сфере накопления и потребления в предыдущие годы создавали проблемы не столько спада занятости и доходов, сколько для долгосрочного роста и развития.

Выводы. Основной тенденцией регионального развития России стало постепенное сглаживание региональных диспропорций. Происходит формирование новых точек роста национальной экономики из числа развитых и среднеразвитых регионов. Однако незначительное выравнивание региональных диспропорций произошло за счет большей подверженности высокоразвитых регионов влиянию мирового кризиса 2008-2009 гг., а общим тенденциям замедления послекризисного роста в 2011-2013 гг. С учетом изложенного, реализуемая в России региональная политика требует дальнейшего совершенствования.

ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОИЗВЕДЕНИЯМИ ИСКУССТВА, ПРЕДМЕТАМИ КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ И АНТИКВАРИАТА

Литвиненко Н.Ю.

студентка кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Вельгош Н.З.

Введение. Международный рынок произведений искусства, антиквариата и предметов коллекционирования является одним из заметных составляющих системы международного рынка. Рынок искусства стал не столько проявлением любви к прекрасному, сколько точкой приложения финансовых рычагов для профессиональных инвесторов. Специалисты даже обсуждают надежность международных инвестиций в произведения искусства, сравнивая с их с недвижимостью или ценными бумагами.

Международная торговля предметами искусства и антиквариатом положительно воздействует на другие сферы экономики. Прежде всего, отметим страхование и перевозки, без которых невозможно обеспечить транспортировку и хранение произведений искусства. Проведение ярмарок произведений искусства и антиквариата содействует развитию туризма. Приток большого числа обеспеченных посетителей положительно сказывается как на городской экономике, инфраструктуре, так и для страны в целом. Также нельзя не учитывать и дополнительное поступление налогов (например, на предметы роскоши). Актуальность выбранной темы исследования не вызывает сомнений.

Цель и задачи исследования. Цель – анализ особенностей развития международной торговли произведениями искусства, антиквариатом и предметами коллекционирования.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- выявить основные тенденции развития международной торговли произведениями искусства, антиквариата и предметами коллекционирования;
- проанализировать состояние международного рынка произведений искусства, антиквариата и предметов коллекционирования.

Методы исследований. В процессе проведенного исследования использованы экономико-статистические методы исследования.

Результаты исследования. В ходе изучения основных тенденций международной торговли произведениями искусства, предметами коллекционирования и антиквариата, определены особенности развития данного рынка. Итак, можно выделить следующее:

1. Сложилась система международных ярмарок.
2. Покупателями являются граждане и организации различных стран, совершающие систематические и значительные по стоимости сделки за рубежом.
3. Зачастую памятники, приобретенные в одном государстве, из него не вывозятся, но принадлежат гражданам или организациям другого государства.
4. В торговой системе представлено искусство буквально всех стран и исторических периодов. Ряд компаний специализируются на продаже зарубежного искусства, другие регулярно проводят сессии, посвященные искусству определенного народа.
5. Покупки определяются не столько эстетическими предпочтениями, сколько инвестиционными целями.
6. В мире сложилась единая система цен на произведения искусства и антиквариат.
7. Правила торговых операций определяются нормами международного частного права, международными торговыми обычаями, корпоративными правилами мультинациональных фирм.

Международная инфраструктура рынка произведений искусства структурирована, что не лишает ее динамичности. Международная торговля произведениями искусства занимает очень маленькую долю в мировой торговле.

Наблюдается тенденция роста доли экспорта и импорта товаров произведений

искусства, предметов коллекционирования и антиквариата. По сравнению с базисным 2011 годом доля экспорта увеличилась на 0,03% и в 2013 году составила 0,14%, а доля импорта увеличилась на 0,01% и в 2013 году составила 0,13%. Причиной увеличения доли экспорта и импорта произведений искусства можно считать увеличение цены на них.

Рассчитав темп роста, темп прироста и абсолютный прирост экспорта и импорта произведений искусства в 2011-2013 годах, определим на сколько увеличился / уменьшился экспорт / импорт этих товаров за данный период.

В 2013 году по сравнению с предыдущим 2012 годом экспорт произведений искусства увеличился на 4,2%, при этом абсолютный прирост составил 988244 тыс. долл. США. В 2013 году по сравнению с базисным 2011 годом экспорт произведений искусства увеличился на 20,8%, абсолютный прирост составил 4225853 тыс. долл. США.

В 2013 году по сравнению с предыдущим 2012 годом импорт произведений искусства увеличился на 4,6%, при этом абсолютный прирост составил 1063839 тыс. долл. США. В 2013 году по сравнению с базисным 2011 годом импорт произведений искусства увеличился на 7,6%, а абсолютный прирост составил 1692506 тыс. долл. США.

Наибольший удельный вес в экспорте произведениями искусства занимают картины, рисунки и пастели, выполненные полностью от руки (в среднем за 3 года – 63,8%). Наименьший удельный вес – подлинники гравюр, эстампов и литографий (в среднем за 3 года – 2,1%), марки почтовые или марки госпошлин (в среднем за 3 года – 0,8%).

Аналогичным образом сложилась товарная структура импорта. Наибольший удельный вес в импорте произведениями искусства занимают картины, рисунки и пастели, выполненные полностью от руки (в среднем за 3 года – 62,5%). Наименьший удельный вес подлинники гравюр, эстампов и литографий (в среднем за 3 года – 1,9%), марки почтовые или марки госпошлин (в среднем за 3 года – 0,7%).

Географическая структура международной торговли представляет собой распределение торговых потоков между отдельными странами и их группами, выделяемыми либо по территориальному, либо по организационному признаку.

Анализ географической структуры экспорта показал, что лидирующие позиции в мировом экспорте произведений искусства занимают США (32%) и Великобритания (28%). Также в тройку лидеров входит Франция (9%), а завершает десятку ведущих стран экспорта произведений искусства, предметов коллекционирования и антиквариата в 2013 году Канада (1%).

Лидирующие позиции в мировом импорте произведений искусства также занимают США (38%) и Великобритания (24%). Если сравнить географическую структуру экспорта и импорта, то установлено, что США в большей степени является импортером произведений искусств, а Великобритания, наоборот, в большей степени является экспортером произведений искусств.

Также в тройку лидеров входит Швейцария (9%), а десятку ведущих стран в импорте произведений искусства, предметов коллекционирования и антиквариата в 2013 году закрывает Сингапур (1%). Следует отметить, что по всем странам наблюдается рост внешнеторгового оборота произведениями искусства, кроме Великобритании и Германии.

Выводы. Международная торговля произведениями искусства, предметами коллекционирования и антиквариата занимает незначительную долю в мировой торговле, оказывая определенное положительное воздействие на другие сферы деятельности. Наблюдается положительная тенденция роста доли экспорта и импорта произведений искусства, предметов коллекционирования и антиквариата; причиной тому может служить увеличение цены на них. Картины, рисунки и пастели, выполненные полностью от руки, имеют огромное преимущество в международной торговле произведениями искусства. Географически лидирующие позиции в мировом экспорте произведений искусства занимают США, Великобритания и Франция, а в их мировом импорте – США, Великобритания и Швейцария в 2013 году с определенной положительной тенденцией к росту.

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА РОССИИ ВО ВЗАИМНОЙ ТОРГОВЛЕ СО СТРАНАМИ – ЧЛЕНАМИ ЕАЭС

Мигдалёва Е.А.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Буценко И.Н.

Введение. Благодаря интеграции в ЕАЭС на территории стран-участниц провозглашается свобода движения товаров, а также услуг, капитала и рабочей силы, проведение согласованной, скоординированной и единой политики в отраслях экономики.

Участие стран во взаимной торговле может дать дополнительный положительный эффект, который способствует экономическому росту стран. Данный эффект может достигаться в том случае, если страна развивает внешнеторговые связи на основе сравнительных преимуществ. Теоретико-методологические исследования проблем формирования сравнительных преимуществ в международной торговле занимались учёные: Б. Баласс, Т. Вольрас, С. Фишер, Р. Дорнбуш, П. Самуэльсон, Б. Уилмаз.

Цель и задачи исследования. Цель – определение и анализ сравнительных преимуществ России во взаимной торговле со странами - членами ЕАЭС.

В процессе проведенного исследования использованы следующие методы исследования: методы анализа и синтеза (при выборе методических подходов к определению индекса выявленного сравнительного преимущества); экономико - статистические методы (во время сбора, обработки, обобщения статистических данных полученных результатов).

Результаты исследования. Торгово-экономические отношения стран - членов ЕАЭС сформировались еще при плановой экономике времен СССР. Экспортёры отдают больше предпочтений постсоветскому пространству в связи со схожестью законодательной базы, уровню экономического развития, языка, менталитета (Guiso et al., 2009). Многие экономические теории (Campbell, 2010; Langhammer, Lücke, 1995; Babecky et al., 2010) предсказывали о значительном увеличении торговых связей со странами третьего мира и соответственно сокращении с постсоветским пространством. Торговые связи претерпели изменения по своей структуре и объёму, так основными торговыми партнёрами России является ЕС и Китай. В структуре взаимной торговли в границах ЕАЭС наибольшую долю экспорта занимает Россия (62,7%) в 2014 г., в то время как Белоруссия - 28,2%, Казахстан - 9,1%.

В данном исследовании для расчета сравнительных преимуществ в рамках взаимной торговли между странами - членами ЕАЭС за основу взят индекс выявленных сравнительных преимуществ (Revealed comparative advantage – RCA), который подробно рассмотрен и уточнен в работах следующих ученых -экономистов: Лизнер (Н. Liesner), Т.Волрас (Т.Vollreth), С. Димелис (S. Dimelis), К. Гатсиос (К. Gatsios), Гринвей (D.Greenaway) и Милнер (С. Milner). При расчёте данного индекса учитывается не только экспорт, но и импорт, что позволяет выявить сравнительные преимущества с учётом внутриотраслевой торговли. Страна обладает сравнительным преимуществом при значении индекса выявленных сравнительных преимуществ (RCA) больше 1. Если RCA меньше 1, страна имеет «выявленное непреимущество». Исходя из проведённых нами расчётов, значения индекса выявленных сравнительных преимуществ по основным товарным группам следующие:

1. Армения имеет незначительное сравнительное преимущество во взаимной торговле продукцией сельского хозяйства (RCA=4,26), в то время как в торговле минеральной продукцией (RCA=0,12), химической (RCA=0,2) и деревообрабатывающей промышленности (RCA=0,16) индекс выявленных сравнительных преимуществ меньше 1.

2. Белоруссия имеет сравнительное преимущество в торговле продукцией машиностроения (RCA=2,46), лёгкой и химической промышленности (RCA=3,27).

3. Казахстан благодаря огромной площади пахотных земель обладает сравнительным преимуществом в сельском хозяйстве ($RCA=3,59$).

4. Киргизия обладает сравнительным преимуществом в торговле сельскохозяйственным сырьём (хлопок, табак, кожсырье и кожи), электроэнергией ($RCA=2,11$) и золотом ($RCA=1,86$).

5. Россия имеет сравнительные преимущества в торговле нефтепродуктами ($RCA=1,87$) и природным газом ($RCA=7,48$) за счёт наращивания экспорта. Одновременно происходит ослабление преимуществ в торговле машинами, оборудованием и транспортными средствами ($RCA=0,22$), а так же руды и концентратов железа ($RCA=0,21$). Незначительные преимущества России в производстве высокотехнологичных товаров и их отрицательная динамика свидетельствуют об отсутствии благоприятных условий для внедрения промышленных инноваций. Однако это не даёт повода отказываться от развития промышленного производства.

Среди прочих индексов по определению конкурентоспособности экспортного потенциала страны следует отметить Индекс реализации торговли (Trade Performance Index), рассчитываемый организацией International Trade Center, Индекс глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index), и важнейший индекс, отражающий конкурентоспособность государства – Индекс ведения бизнеса (Doing Business).

В соответствии с Индексом реализации торговли, рассматриваемые страны находятся фактически на одном уровне, так Казахстан занимает 88 место (по состоянию на 2014 г.), Россия занимает 90 место, Армения и Белоруссия 92 и 99 места соответственно. Низкий показатель у Киргизии 149 место.

По Индексу глобальной конкурентоспособности у Киргизии 108 место из 144. Это говорит о том, что местным производителям будет труднее всего конкурировать со странами – членами ЕАЭС. Казахстан занимает 50 место, Россия - 53 и Армения - 85 место. Белоруссия не представлена в отчёте, так как органы власти не создают условий полноценного участия в аналитических исследовательских проектах ВЭФа. Тем не менее, по косвенным показателям, можно сказать, что Белоруссия в докладе 2014/2015 располагалась примерно на 90 месте.

Любое интеграционное объединение подразумевает под собой торговлю и прямые иностранные инвестиции. Мировой процесс интеграции Армении сделал ее международную торговлю более открытой, чем у других стран ЕАЭС, о чем свидетельствуют показатели рейтинга международной торговли. Армения занимает 45 место, Белоруссия - 57, Россия- 62, Казахстан - 77 и Киргизия 102 место.

С учетом специфических преимуществ России, инновационный вектор должен опираться на постепенное перемещение переработки вверх по цепочкам добавленной стоимости на базе природных факторов, в сочетании с более рациональным использованием ограниченного объема квалифицированной рабочей силы и эффективным менеджментом.

Выводы. Результаты исследования сравнительных преимуществ России в сфере взаимной торговли со странами – членами ЕАЭС на основе индекса выявленных сравнительных преимуществ, показали, что Россия получает огромную выгоду от взаимной торговли. Наибольший удельный вес в структуре взаимной торговли Российская Федерация занимает по следующим группам товаров: минеральные продукты; металлы и изделия из них; машины, оборудование и транспортные средства, учитывая, что страна не имеет выявленного сравнительного преимущества по данной категории товаров.

Основными направлениями обеспечения конкурентных преимуществ России в рамках дальнейшего торгового сотрудничества со странами – членами ЕАЭС должны стать: обновление производственных фондов и инвестирование технологического обновления производственных процессов, внедрение новых достижений отечественной и зарубежной науки и техники, непрерывное развитие и улучшение способов производства, повышение качества за счет выпуска ресурсосберегающих и природоохраняющих видов продукции, ориентированные на потребности внешнего рынка.

ФАКТОРЫ, БАРЬЕРЫ И РИСКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ

Муратова А.С.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Буценко И.Н.

Введение. Развитие международной торговли товарами подвержено влиянию множества факторов, которые могут оказывать положительное либо отрицательное воздействие. Современная международная торговля товарами сопровождается комплексом барьеров и рисков, которые приводят к валютно-финансовым убыткам и сдерживают эффективную деятельность компаний на внешних рынках. Сокращение числа существующих барьеров, предотвращение либо минимизация возможных рисков, а также формирование стратегий развития внешней торговли стран с учетом факторов, влияющих на международную торговлю товарами, позволят повысить эффективность международной торговли и экономического сотрудничества в целом.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – анализ факторов, барьеров и рисков в международной торговле товарами.

Использованы методы анализа и синтеза, научной абстракции, индукции и дедукции, группировки, системный анализ и др.

Результаты исследования. Развитие международной торговли товарами стимулируют процессы глобализации, либерализации в сфере торговли и политики, углубления международной производственной и научно-технической кооперации, расширения преференциальной торговли в региональных экономических объединениях и др.

Очевидно, что международная торговля товарами развивается под влиянием определенных факторов, среди них: научно-технический прогресс, способствующий созданию новой продукции, усложнения производства, деятельность ТНК, либерализация торговли, развитие экономической и торговой интеграции, развитие международного разделения труда, уровень экономического развития страны, информационный бум и др.

Торговлю товарами сложно контролировать. Выявление барьеров на пути товарооборота может быть столь же трудным. Препятствия на пути торговли товарами обычно делятся на две основные формы – тарифы и квоты, а также технические барьеры, которые ограничивают ввоз некоторых товаров на рынки определенных стран. Тарифы и квоты регулируются международными организациями, в частности Всемирной торговой организацией.

Во многих случаях технические барьеры наполняются протекционистским содержанием и выступают нетарифными барьерами. Согласно правилам Всемирной торговой организации такое применение технических барьеров в торговле запрещено.

Все существующие технические барьеры можно разделить на семь групп по содержанию самого ограничения и специфике регламентируемой продукции:

- 1) различная регламентация технических свойств качества продукции (например, величина, масса, единицы измерения, форма и др.);
- 2) различия в регламентации функциональных свойств товаров;
- 3) специфика маркировки и упаковки, наименования моделей и доставки товаров (например, наиболее распространенный объем бутылок для алкогольных напитков, ввозимых на рынок Западной Европы, составляет 700 мл, в США — 750 мл, а в странах СНГ — 500 мл);
- 4) состав продукции и ее технические свойства, а также необходимые разрешения на реализацию в определенной стране (например, допускаемые для применения пищевые добавки, нормы остатков пестицидов и других вредных веществ);
- 5) юридические ограничения и особенности составных интеллектуальной собственности, входящих в конечную продукцию (товарных марок и знаков, промышленного дизайна и др.);

б) требование предоставлять сертификаты качества поставляемой продукции;

7) общественные требования, связанные с национальной и религиозной спецификой потребления, ценностными ориентациями населения.

В последние годы вместо ограничения показателей качества ввозимой продукции страны стали все чаще использовать в качестве технических барьеров разнообразные софистицированные требования к производственной системе и системе менеджмента. Инструментами борьбы с техническими барьерами в торговле выступают многосторонние и двусторонние международные соглашения.

Отсутствие единых мировых стандартов во многих областях также затрудняет развитие международной торговли товарами и становится причиной удорожания продукции.

Современная международная торговля товарами характеризуется комплексом внешнеторговых рисков, который насчитывает более 150 видов рисков. К наиболее распространенным рискам внешнеторговой деятельности можно отнести: таможенные, валютные, кредитные, политические, страновые, транспортные, хозяйственно-правовые, сбытовой, ценовой, коммерческий, производственно-технический, а также трансфертный риски.

Особое место занимает группа рисков, касающихся таможенного оформления: нарушение требований заполнения документов по внешнеторговым операциям; нарушения при заявлении таможенной стоимости; риски несвоевременности осуществления сертификации товара; риски несоблюдения требований таможенных учреждений и др. Данные риски негативно влияют на ход проведения внешнеторговых операций. В связи с этим возникает явная необходимость в эффективном управлении рисками.

Рассмотрим международный опыт управления таможенными рисками. Например, европейский подход к управлению рисками имеет следующие особенности:

- единое таможенное законодательство Евросоюза предоставляет полномочия национальным таможенным службам по применению систем управления рисками;
- страны-участницы Евросоюза самостоятельно внедряют современные стандарты информационного обеспечения систем управления рисками, учитывая общие программы развития;
- наличие общеевропейского органа, занимающегося противодействием нарушениям законодательства в целом (Европейская служба по противодействию мошенничеству).

Система управления рисками, используемая в Австралии, включает в себя такие этапы: установление контекста риска и определение его критериев, анализ риска, определение рейтинга риска в соответствующей шкале, принятие решения касательно данного риска, мониторинг и анализ результатов. Преимуществом Австралии в управлении рисками является использование автоматизированной информационной системы (Automated Customs Information System) и Интегрированной грузовой системы электронного декларирования (Integrated Cargo System) при таможенном контроле.

Функционирование системы управления рисками в России основано на Киотской конвенции и направлено на ускорение и упрощение таможенных процедур, содействие участникам внешнеэкономической деятельности. Однако действующие в России механизмы минимизации рисков требуют значительной доработки в плане материально-технической оснащенности, применения современных технологий таможенного контроля, а также в финансовом плане.

Выводы. Результативность внешнеторговой деятельности любой страны, в частности ее внешней торговли товарами, зависит не только от объемов торговли, но и от способности эффективно управлять комплексом специфических факторов, барьеров и рисков, с которыми приходится сталкиваться национальным субъектам хозяйствования, осуществляющим внешнеэкономическую деятельность.

СОВРЕМЕННАЯ СТРУКТУРА МИРОВОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Орехова Т.А

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: доцент, к.г.н. Осадчий Е.И

Введение. Туризм уже более двух веков развивается по законам рыночных отношений. Как вид деятельности, туризм входит в сферу услуг. Его динамичное развитие способствует постоянному росту путешествий в мировом импорте услуг: в последнее время их доля превышает 26%. Это заставляет воспринимать туризм как динамичное явление глобального масштаба. Стремительное развитие рынка туризма вызывает к этой теме высокий интерес у теоретиков и практиков туристической деятельности. Основные причины этого кроются в самом характере развития рынка. Во-первых, очевидно огромное позитивное воздействие рынка туризма на уровень экономического развития национальных экономик многих государств. Во-вторых, логика развития рынка показывает, что в современных условиях спрос на туристические услуги дифференцирован, и практически каждая страна может сформировать эффективное предложение на данном рынке. Исследованием проблем развития мирового рынка туристических услуг и отдельных его аспектов последовательно и глубоко занимаются такие ученые стран СНГ, как Барзыкин Ю.А., Александров А.Ю., Биржаков М.Б., Долматов Г.М., Квартальнов В.А., Пшеничных Ю.А., Любичева О.А. и др.

Усилиями этой группы исследователей было продолжено изучение мирового рынка туристических услуг (МРТУ), начатого теоретиками рынка конкурентных преимуществ (М.Портер, М.Познер, Р. Вермон и др.) Вместе с тем анализ структуры, функций, а также тенденций МРТУ, содержит в себе элементы субъективизма и не всегда отвечает существующим реалиям международной туристической практики.

Цель и задачи исследования. Исходя из изложенного, целью настоящего исследования является обоснование и разработка комплексного подхода к определению структуры и основных типов МРТУ с учетом социальной, экономической и технологической составляющих этой глобальной сферы бизнеса.

Методологической основой работы стали фундаментальные положения теории туристского маркетинга и менеджмента и современные теоретические разработки по проблемам структуризации МРТУ. В процессе исследования использовались структурно-функциональный метод, методы системного анализа.

Результаты исследований. Большинство авторов появление и становление туризма связывают с ростом производительных сил, тем самым ставя во главу его развития экономической, а не маркетинговый аспект. Между тем туризм в обобщенном виде следует определять (и на этой основе исследовать) как продукт цивилизации. Это означает, что на определенном этапе развития рыночной экономики (конец XVIII- начало XIX в.) потребность в путешествиях в силу комплекса причин (прежде всего рекреационных) резко возросла.

В результате этого появились производители и массовые потребители туристических услуг. Это и привело к формированию товара особого рода - набора конкретных услуг (туристического продукта) и деятельности по их формированию, предложению и реализации. Такие воззрения по природе и содержанию рынка туристических услуг вполне созвучны с определениями ведущих специалистов в этой сфере. Так, А. Александрова(2004г.) определяет туристический рынок, как сферу реализации туристического продукта и экономических отношений, возникающих между продавцом и покупателем. Иного мнения придерживается М. Биржанов (2000г.), видя в туристическом рынке социально-экономическое явление, которое объединяет спрос и предложение для обеспечения процесса купли-продажи туристического продукта в данное время в данном месте. О. Любичева (2003г.) представляет туристический рынок, как полиморфную, многоуровневую систему, которая воспроизводит соответствие стоимостных и натурально-вещественных форм спроса и предложения.

Последнее определение туристического рынка, на наш взгляд, наиболее емкое и отражает его сущность, так как автор связывает его формирование с действием закона уравновешивания спроса и товарного предложения. Это дает основание уточнить определение МРТУ. По нашему мнению это глобальная система и форма организации потребления услуг, в границах которой балансируется спрос и предложение. На этом основании можно и определить структуру международного рынка туристических услуг.

Во-первых, ее функциональную структуру. Данный рынок выполняет по сути 3 функции: восстановительную (через лечение, оздоровление массовых покупателей); культурно-познавательную (через предоставление комплекса услуг в системе «спрос-предложение», что наиболее важно); развлекательную (эта функция имеет тенденцию к расширению и диверсификации, как показывает последний 20 летний опыт развития МРТУ).

Во-вторых, традиционная субъектная структура (рынка продавца и покупателя) должна исследоваться через их подробную сегментацию. В общем виде она предполагает на туристическом рынке потребителя предметное исследование потенциала молодежного, семейного туризма и его целевых разновидностей (элитарного, экстремального и др.)

В-третьих, разная степень обладания туристическими ресурсами, отношение к туризму, как к виду прибыльной деятельности со стороны власти и бизнеса усложнили структуру международного рынка туристических услуг.

В мировой индустрии туризма сформировались следующие типы и подтипы национальных туристических рынков:

1. Страны стабилизированных рыночных отношений, где наблюдается: а) преобладание стран среднего уровня экономического развития; б) новые индустриальные страны, ориентированные на развитие активного иностранного туризма.

2. Страны высокого уровня экономического развития: здесь прослеживаются примерно равная доля международного туризма импортного и экспортного направлений.

3. Реформирующие турсистему: страны переходного типа, формирующие рыночные структуры, где преобладает международный туризм в основном импортного направления.

4. Аккумулирующие турпродукт: в эту группу входят развивающиеся страны со средними возможностями экономического развития, ориентированными на усиление участия в международном туризме за счет наращивания экспорта услуг.

В странах первых двух типов развитие рынка международного туризма совмещается с развитым рынком внутреннего туризма, в странах третьего типа преобладает рынок международного туризма, но наблюдается возобновление рынка внутреннего туризма. В странах четвертого типа рынок международного туризма преобладает, поскольку туризм воспринимается бизнесом по большей части как вид выгодной экономической деятельности. Отмеченные структуры и типологические особенности могут быть положены в основу прогнозирования развития туристической деятельности на рынках любого уровня.

Выводы. Стремительное развитие туризма за последние 50 лет связывают с усилением реализации его функций на специализированном рынке. МРТУ отличается помимо нарастающей деятельности и диверсификации, все усложняющейся структурой, формируемой под воздействием ряда внутренних и внешних факторов.

В условиях глобализации мирохозяйственных процессов, которая смещает акценты и соотношение факторов, определяющих конкурентоспособность, для получения максимального эффекта от туристической деятельности на внешних рынках необходимо учитывать также новейшие тенденции и сдвиги на мировом рынке туристических услуг.

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ТЕХНИКО-ВНЕДРЕНЧЕСКИХ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Осадчий Е.И.

к.г.н., доцент кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ

Введение. Особые экономические зоны (ОЭЗ) традиционно рассматриваются как активное средство экономической политики, позволяющее придать импульс развития регионам и стагнирующим территориям. Создание таких зон позволяет, во-первых, повысить уровень развития конкретного региона за счет привлечения иностранных инвестиций, развития экспортной базы и открытия новых рабочих мест. Во-вторых, сформировать кластеры предприятий и организаций, применяющих передовые технологии производства и обладающих высоким уровнем конкурентоспособности, т.е. повышающих инновационный потенциал. Между тем в России, имеющей 20-летний опыт относительно создания СЭЗ, 10-летний—формирования ОЭЗ, из двадцати пяти сформированных особых экономических зон, лишь шестая часть относится к технико-внедренческим, т.е. инновационного типа.

Вопросами исследования правового и экономического механизма хозяйствования ОЭЗ занимаются В. Бабинцев, А. Быков, В. Бухов, Т. Данько, В. Игнатов, А. Королев. Из последних работ следует указать на публикации В. Баронова(2013г.), А. Шутовой, А. Фурщика(2014 г.), в которых обобщается опыт функционирования ОЭЗ в России. В основном авторские подходы в исследовании ОЭЗ — комплексные, что позволяет проанализировать сложившийся экономико-правовой механизм их деятельности по четырем сформированным типам, причем исследуются в первую очередь фискальные и коммерческие приоритеты. При всей важности исследований на первое место в экономической практике должны выходить инновационные приоритеты, реализовать которые призваны технико-внедренческие ОЭЗ.

Цели и задачи исследования заключаются в обобщении опыта формирования инновационных ОЭЗ в России как эффективной территориальной системы взаимодействия государства, инвесторов и венчурного бизнеса. Для реализации поставленной цели необходимо решение задач: 1) проследить ретроспективные предпосылки формирования ОЭЗ; 2) произвести общую оценку эффективности и общих проблем развития ОЭЗ данного типа.

Методика исследования базируется на использовании комплекса общенаучных и специальных методов: системотехнического анализа (для осуществления типологии ОЭЗ и определения инновационных приоритетов); компаративного анализа (в целях выявления отличий в формировании ОЭЗ инновационного профиля); исторического и прогнозирования (для ретроспекции и обоснования направлений развития зон технико-внедренческого типа).

Результаты исследования. Предпосылки формирования инновационных ОЭЗ были заложены еще в плановой экономике России. На территории Российской Федерации впервые СЭЗ начали образовываться в конце 80-х гг. В 1990-1991 гг. СЭЗ были учреждены на территории Приморского края («Находка»), в Санкт-Петербурге и Выборге, Сахалинской области, Кемеровской области («Кузбасс»), Новгородской области («Садко»), Еврейской АО («Ева»), Читинской области («Даурия»), Алтайском крае («Алтай»), Калининградской области («Янтарь») и «Технополис Зеленоград». Причем только последняя была инновационного типа.

Неэффективная работа исполнительной власти в отдельных регионах привела к дискредитации идеи создания СЭЗ в России. Ряд факторов (отсутствие четкой правовой базы, реальных, конструктивных целей и задач) привели к тому, что из 18 СЭЗ, созданных к 1998 г., функционировало лишь две. Неэффективность их деятельности послужила основной причиной пересмотра механизма их создания и развития в РФ.

С 2005 г. в России проведена вторая попытка создания свободных, по новому законодательству, особых экономических зон (ОЭЗ). Был принят новый нормативный

документ— Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». Этим законом заложена единая правовая основа создания и функционирования ОЭЗ на территории России: дано понятие ОЭЗ, типы создаваемых ОЭЗ на территории России, определена система управления ОЭЗ. Резидентам ОЭЗ предоставляется широкий спектр преференций, направленный на стимулирование ведения предпринимательской деятельности. Все ранее созданные ОЭЗ (24 специальные экономические зоны) прекратили свое существование с момента введения в действие нового закона, за исключением двух—в Калининградской и Магаданской областях.

На основании Постановления правительства в РФ были созданы производственные и четыре технико-внедренческие зоны, которые расположены в г. Санкт-Петербурге (поселок «Стрельна», зона «Нойдорф»), в Зеленоградском административном округе г. Москвы (Зеленоград, ТВЗ «Зеленоград»), в г. Дубне (Московская область), в г. Томске (Томская область). Приоритетными направлениями их развития стали: нано и биотехнологии; медицинские технологии; электроника и средства связи; ядерная физика, точное и аналитическое приборостроение, информационные технологии, что составляет основу перехода к шестому технологическому укладу. Каждая из ОЭЗ специализируется на определенных направлениях: наноэлектроника, биотехнология и фармацевтика (ОЭЗ «Зеленоград»), информационные и ядерно-физические технологии (ОЭЗ «Дубна»).

Данный тип ОЭЗ отличается во-первых, особой концентрацией исследовательской деятельности (её площадь не должна превышать 4 кв.км), и четко очерченными видами разрешенной деятельности (проекты в сфере создания производства и реализации научно-технической продукции, оказание услуг по внедрению и обслуживанию инноваций). Во-вторых, разработан и очерчен круг показателей эффективности этого типа ОЭЗ: количество активных резидентов, зарегистрированных в реестре. (оно колеблется от 50(ОЭЗ «Дубна») до 30 (ОЭЗ «Зеленоград»); количество созданных рабочих мест (13,8 и 15 тыс. соответственно); объем капиталовложений (28,8 и 10,5 млрд. руб. соответственно); планируемые годовые объемы производства (наиболее высокие в ОЭЗ «Дубна» -16.6 млрд. руб).

Кроме этого исчисляются показатели объема затрат по созданию инфраструктуры в ОЭЗ, объем налогов, уплачиваемых резидентами и ряд других. В целом плановые показатели по эффективности деятельности указанных ОЭЗ выполняются на 70-80%. Причины невыполнения—организационно-правового порядка. Среди наиболее существенных следует выделить: «стандартный набор» налоговых льгот (на прибыль, имущество, земельный), не учитывающий специфику данного типа ОЭЗ; недостаточное развитие специальной и транспортной инфраструктуры, что повышает уровень затрат на разработку инновационных продуктов; отсутствие страховых фондов делает такой тип ОЭЗ не вполне привлекательным для иностранных инвесторов. С другой стороны, высокий удельный вес иностранных инвестиций создает угрозу поглощения исследовательских и внедренческих структур, входящих в ОЭЗ, зарубежными компаниями.

Выводы: В условиях глобализации технического обмена и формирования инновационных экономик правительства многих стран используют такие инструменты локальной инвестиционной и инновационной активности, как СЭЗ технико-внедренческого типа. Произведенный анализ эволюции такого типа ОЭЗ и их эффективности показал, что эти анклавы передовой научно-технической деятельности не принесли пока массового эффекта «технологического прорыва». В месте с тем создание и функционирование таких ОЭЗ делает их флагманами НТП, позволяет обрести технологическую независимость, повышает эффективность использования отечественных изобретений, реализовать интеллектуальное богатство страны.

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Подобашева И.В.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Буценко И.Н.

Введение. Актуальность использования иностранных капиталовложений в экономике России сегодня очевидна. Стремление к открытости экономики, повышение конкурентоспособности национального производства, завоеванию доверия на мировом рынке, участию в международном финансовом обмене обуславливает необходимость создания условий для привлечения иностранных инвестиций.

Цель и задачи исследования. Цель исследования - анализ роли иностранных инвестиций в экономике России на современном этапе.

В процессе проведенного исследования использованы методы исследования: методы анализа и синтеза (при исследовании распределения иностранных инвестиций по отраслям и различным видам экономической деятельности); экономико-статистические методы исследования (при анализе индекса ограниченности прямых иностранных инвестиций);

Результаты исследований. Чтобы понять, какую роль играют иностранные инвестиции в экономике России, рассмотрим их распределение по отраслям и различным видам экономической деятельности. Формально основная масса накопленных инвестиций (их учет ведет Росстат) и поступивших в последние годы концентрируется в обрабатывающей промышленности. До 2008 г. это были металлургия, пищевая промышленность, обработка древесины; в последние годы – химическая промышленность и производство нефтепродуктов.

Доля зарубежных инвесторов в машиностроении остается достаточно низкой и представлена преимущественно производством транспортных средств. На протяжении всего периода рыночных реформ иностранные инвесторы отдают предпочтение ориентированному на экспорт сырьевому сектору (включая переработку сырья), а также отраслям с быстрой оборачиваемостью вложений и сфере услуг.

Самыми приоритетными видами экономической деятельности по привлечению прямых иностранных инвестиций в 2013 г., по суммарному притоку ПИИ, млрд. долл. США, являются: добыча нефти и газа – 23%; машиностроение - 34%; химический комплекс – 14%.

Несмотря на сохраняющийся отмеченный перекоп в отраслевой структуре привлекаемых ПИИ, нельзя не отметить, что в последние годы наблюдаются положительные сдвиги, связанные с внедрением иностранного капитала в промышленность России. Происходят эти процессы при непосредственном участии государства.

Иностранным инвесторам обеспечиваются некоторые стимулы, включая поддержку из бюджета. Для работы с долгосрочными иностранными инвесторами правительство создало в 2011 г. Российский фонд прямых инвестиций. Фонду предоставлены возможности по обеспечению соинвестирования, что означает его функционирование в качестве катализатора для зарубежных инвестиций. Фонд организовал партнерство с финансовыми учреждениями шести зарубежных государств и стал «якорным» инвестором в большом числе инвестиционных проектов. Иностранные инвесторы до сих пор испытывают трудности с получением информации о правилах и порядке деятельности, что приводит к ненужным дополнительным издержкам при инвестировании в экономику России.

В законодательстве РФ сохраняются достаточно серьезные ограничения на долгосрочные прямые иностранные инвестиции. В этом можно убедиться, если рассмотреть результаты Индекса ограниченности прямых иностранных инвестиций, разработанным Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). С помощью этого индекса ОЭСР оценивает как отдельные страны (в том числе и не входящие в организацию), так и сектора и отрасли экономики. Согласно методологии ОЭСР выделяются три категории ограничений:

1. Разрешенный уровень иностранного участия в акционерном капитале (0 - 100%).
2. Контроль и дискриминационные требования и уведомления.
3. Другие ограничения, применимые только к иностранным компаниям (в том числе ограничения на участие в советах директоров, передвижение людских и других ресурсов, обязательность использования определенной доли отечественных комплектующих).

Индекс рассчитывается отдельно как средневзвешенное значение по 9 секторам и 11 подсекторам. Ограничения оцениваются по шкале от 0 до 1, где «0» - абсолютно открытый сектор и «1» - абсолютно закрытый.

Согласно данным за 2013 г. Россия имела показание индекса ограничительности ПИИ, равное 0,18, при среднем значении по ОЭСР 0,07. Индекс Китая составлял 0,41; Индии – 0,26; Бразилии – 0,10. По степени ограничения ПИИ Россия отстает от стран ОЭСР, но опережает некоторых соседей по БРИКС. Если рассматривать отраслевой срез, то наиболее закрытыми для иностранных инвестиций в России являются страхование, банковский сектор, воздушный транспорт и добывающая промышленность (таблица 1).

Таблица 1 – Индекс ограниченности прямых иностранных инвестиций в 2013 г.

Отрасли	Россия	ОЭСР (средний показатель)
Добывающая промышленность	0,327	0,037
Сельское хозяйство	0,150	0,067
Обрабатывающая промышленность	0,095	0,020
Оптовая торговля	0,050	0,020
Морской транспорт	0,050	0,262
Воздушный транспорт	0,650	0,353
Мобильная связь	0,050	0,087
Банковский сектор	0,500	0,40
Страхование	0,695	0,023

Источник: составлено на основе данных OECD - <http://www.oecd.org/investment/fdiindex.htm>

Одной из областей, где действуют жесткие ограничения для иностранных инвесторов, являются воздушные перевозки. Создание ПИИ допускается, если доля иностранного инвестора не превышает 49,0% уставного капитала, его руководитель является гражданином РФ, а доля иностранных сотрудников в руководящем органе не превышает 1/3.

Приток иностранных инвестиций в РФ имеет ряд особенностей, ставящих под сомнение устойчивость и позитивность наблюдаемых тенденций. Во-первых, инвестиции поступают в основном в форме торговых и прочих кредитов. Во-вторых, иностранный капитал вкладывается преимущественно в топливно-сырьевые отрасли экономики (добыча и переработка нефти и газа, черная и цветная металлургия), а также в пищевую промышленность и торговлю. В-третьих, привлечение инвестиций из-за рубежа в реальный сектор до недавнего времени не приводило к сокращению вывоза капитала из страны.

Несмотря на присвоение России инвестиционного рейтинга по долговым обязательствам ведущими международными агентствами — S&P, Moody's и Fitch, эксперты по-прежнему отмечают неблагоприятные условия ведения хозяйственной деятельности в стране, сохраняющиеся высокие политические риски, непрозрачность бизнеса, слабое продвижение по пути реализации институциональных и экономических реформ.

Выводы. Прямые иностранные инвестиции являются необходимым условием модернизации экономики России, поскольку осуществить ее только за счет внутренних ресурсов невозможно. Ситуация с прямыми зарубежными инвестициями в Россию носит противоречивый характер: с одной стороны, делаются определённые шаги по вовлечению иностранных компаний в процессы реиндустриализации и модернизации национальной экономики, а с другой стороны, создаются либо не устраняются неоправданные ограничения и барьеры, тормозящие эту деятельность.

МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА ГЕРМАНИИ И ФРАНЦИИ

Харьков А.Ю.

магистрант кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Буценко И.Н.

Введение. Как известно, в макроэкономике исследуются результаты и последствия совместной экономической деятельности всех участников народного хозяйства одновременно. При этом в центре внимания оказываются многие показатели функционирования экономики. Одним из важнейших макроэкономических показателей является состояние платежного баланса страны.

Тема является актуальной, так как платежный баланс представляет собой зеркальное отражение экономического состояния страны. В современных условиях трудно прогнозировать или активно участвовать в международной валютно-финансовой системе, если четко и реально не сбалансирован платежный баланс. Объективно обусловленные тенденции к росту взаимосвязей и взаимовлияний экономики развитых стран требует тщательного подхода к разработке платежного баланса страны.

Цель и задачи исследования. Цель – анализ подходов к регулированию платежного баланса Германии и Франции.

В процессе проведенного исследования использованы следующие методы исследования: методы анализа и синтеза; экономико-статистические методы (во время обработки, обобщения и анализа статистических данных).

Результаты исследования. Мировой опыт регулирования платежного баланса свидетельствует о трудностях одновременного достижения внешнего и внутреннего равновесия национальной экономики. Оценка позиций платежного баланса государства требует обязательного изучения структуры, характеристик и экономических факторов, оказывающих влияние на формирование платежного баланса.

Положительные значения и активный рост показателей счета торговых операций Германии в 2009 году со 140724 млн. евро до 205952 млн. евро в 2013 году свидетельствует о высоком уровне развития промышленного производства в стране и значительном преобладании общей стоимости экспортируемой продукции над общей стоимостью импортируемой продукции. Это является следствием специализации страны на производстве высокотехнологичных машин и оборудования.

В тоже время отрицательное значение счета текущих операций (-250599 млн. евро. в 2013 году) свидетельствует о том, что в стране наблюдается значительный отток инвестиционного капитала в страны с развивающейся экономикой.

Учитывая вышесказанное можно сказать, что структура платежного баланса Германии соответствует третьей фазе развития платежного баланса. Эта фаза называется «несформировавшийся кредитор» и характеризуется активным сальдо торгового баланса и оттока из страны прямых иностранных инвестиций.

Значение счета торговых операций Франции за последние пять лет является стабильно отрицательным, но при этом определенной тенденции к ухудшению или улучшению положения не наблюдается. Это объясняется относительно низким уровнем внедрения технологий в промышленность, слабой экспортной базой. Слабые стороны экономики Франции стали более очевидны после вступления страны в Еврозону, в рамках которой Франция продолжает терять конкурентоспособность. В то же время значения счетов текущих операций (15885млн. евро в 2013 году) и движения капитала (1903 млн. евро в 2013 году) являются положительными.

На основе данной информации можно отметить, что структура платежного баланса Франции соответствует четвертой фазе развития платежного баланса, которая называется «сформировавшийся кредитор» и характеризуется дефицитом торгового баланса, притоком прямых зарубежных инвестиций и активным сальдо по доходам от зарубежных инвестиций.

Стоит отметить, что Франция и Германия являются членами европейского экономического и валютного союза, следовательно, их возможности по использованию монетарной и валютной политики для регулирования состояния платежного баланса сильно ограничены.

Для регулирования дефицита платежного баланса Франция использует дефляционную политику, которая направлена на сокращение внутреннего спроса и включает ограничение бюджетных расходов преимущественно на гражданские цели, замораживание цен и заработной платы. В аспекте регулирования платежного баланса дефляционная политика направлена на снижение цен и повышение конкурентоспособности товаров и услуг, а также специальные меры государственного воздействия на сферу производства и обращения товаров и денежных средств. Регулирование движения капиталов направлено, с одной стороны, на поощрение внешнеэкономической экспансии национальных монополий, а с другой - на уравнивание платежного баланса путем стимулирования притока иностранных и репатриации национальных капиталов. Этой цели подчинена деятельность государства как экспортера капиталов, создающая благоприятные условия для частных заграничных инвестиций и вывоза товаров. Активно применяются такие меры как сокращение роста внутренних расходов правительства, при помощи оптимизации деятельности административно-территориальных образований, а также строгое ограничение социальных выплат.

Регулирование профицитного платежного баланса Германии направлено на несколько иные цели. При активном платежном балансе государственное регулирование направлено на устранение нежелательного чрезмерного активного сальдо. С этой целью рассмотренные выше методы используются для расширения импорта и сдерживания экспорта товаров, увеличения экспорта капиталов и ограничения их импорта. Также в политике регулирования платежного баланса применяется повышение зарплат. Благодаря принятому в 2014 году Закону «О минимальном размере оплаты труда» в Германии с 1 января 2015 года минимальная заработная плата составила 8,5 евро в час. Данная мера направлена на увеличение стандартов уровня жизни беднейших слоев населения, и призвана стимулировать потребление путем увеличения денежной массы в руках бедных слоев населения. При этом инфляция в Германии близка к нулю, что обеспечит не только номинальный, но и реальный рост доходов населения.

На основе проведенного анализа можно отметить, что в данных странах применяется компенсационное регулирование платежного баланса, основанное на сочетании двух противоположных комплексов мероприятий: рестрикционных (сдерживание роста денежной массы, импорта товаров, «бегства» капитала др.) и экспансионистских (стимулирование экспорта товаров, услуг, движения капиталов и т.д.). Благодаря этому государства осуществляют регулирование отдельных статей и сальдо платежного баланса в целом.

Выводы. Платежный баланс является основой для разработки монетарной, фискальной, валютной и внешнеторговой политики страны и управления государственным внешним долгом. В нем отражена информация о взаимоотношениях государства как субъекта международных экономических отношений с экономическими агентами внешнего мира. Франция и Германия являются крупнейшими экономиками Еврзоны и входят в число важнейших игроков на мировой арене, структура их платежных балансов имеет значительные отличия. Это обусловлено историческими различиями в формировании и развитии экономик данных стран. Эти различия особенно четко прослеживаются в структуре платежных балансов. В Германии с ее активным платежным балансом применяется стимулирование внутреннего спроса на импортную продукцию с одновременным сдерживанием развития экспорта. Для Франции характерно стремление снизить потребление импортных товаров и развивать собственное производство для выравнивания баланса счета текущих операций.

ВЛИЯНИЕ ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН

Холодов В. Г.

магистрант факультета международного бизнеса и администрирования КФУ

Научный руководитель: к.э.н., доцент Илясова Ю. В.

Введение. В связи со «стиранием» экономических границ государств и выходом местных компаний на мировой рынок, деятельность крупнейших предприятий оказывает значительное влияние как на страны базирования ТНК, так и на страны, в которых функционируют их филиалы. В связи с этим возникает вопрос о преимуществах и угрозах такого влияния на конкурентоспособность стран. Теоретические и методические аспекты данного вопроса отражены в работах отечественных учёных, таких, как Шагурин С. В., Зиновьев Ф. В. и Реутов В.Е. и прочих.

Цель и задачи исследования. Цель исследования состоит в рассмотрении теоретических основ и факторов реализации влияния транснационализации на конкурентоспособность стран. Для обобщения данных о воздействии транснационализации на конкурентоспособность национальных экономик были использованы монографический метод, метод наблюдения и статистический метод, при анализе положительных и отрицательных черт влияния использован позитивный и нормативный анализ.

Результаты исследования. Основными факторами влияния ТНК на конкурентоспособность стран являются прямое зарубежное инвестирование, инновации и брендинг. Мировой доклад об инвестициях свидетельствует о том, что потоки прямых иностранных инвестиций (ПИИ) растут с каждым годом. После спада в 2012 году мировой объем ПИИ вновь начал увеличиваться, и их приток возрос на 9% в 2013 году до 1,45 трлн. долл. США, а в 2014 году до 1,6 трлн. долл. США. ЮНКТАД прогнозирует, что потоки ПИИ увеличатся в 2015 году до 1,7 трлн. долл. США, в 2016 году эта цифра достигнет 1,8 трлн. долл. США при сравнительно более быстром росте в развитых странах. В 2012 году впервые за все время развивающиеся страны, на которые пришлось 52% глобального притока ПИИ, получили больше ПИИ, чем развитые страны. Как отмечают специалисты ЮНКТАД, «это произошло отчасти из-за того, что наибольшее снижение притока ПИИ отмечалось в развитых странах, на которые сейчас приходится лишь 42% его глобального объема. Почти треть мирового вывоза ПИИ также пришлась на развивающиеся страны, обозначив продолжение устойчивой повышательной тенденции». Так как на долю ТНК приходится около 90% всех ПИИ, увеличивается и их влияние на национальные экономики. Особенно это влияние опасно для развивающихся стран, так как часто ТНК мощнее экономически самих этих стран и страны не в состоянии противостоять их влиянию.

В современном экономическом пространстве инновации обеспечивают более высокий уровень прибыли, чем простое привлечение дополнительных средств, поэтому именно инновации зачастую и определяют степень конкурентоспособности страны на мировой арене. На долю ТНК приходится около половины мировых затрат на НИОКР, а так же они контролируют примерно 4/5 всех существующих в мире патентов, лицензий и ноу-хау, что делает ТНК центрами инноваций. В связи с этим ТНК улучшают научно-технический потенциал стран, способствуют интенсификации инновационного процесса и благодаря этому повышают конкурентоспособность стран.

Следующим фактором влияния ТНК на государства является брендинг – создание и «раскрутка» торговых марок. Влияние бренда на конкурентоспособность проявляется в том, что глобальные бренды не только улучшают количество продаж товаров, но и повышают инвестиционную привлекательность стран, обращая на неё внимание. Тем не менее, в последнее время люди всё чаще покупают товары отечественного производства, которые могут заменить более дорогие брендовые вещи, поддерживая таким образом местные предприятия.

Вопрос положительного и отрицательного влияния ТНК на уровень международной конкурентоспособности стран может рассматриваться со стороны влияния транснационализации на экономики принимающих стран и стран базирования. Принимающие страны в большинстве случаев поощряют деятельность ТНК на своей территории, предоставляя им налоговые и другие льготы. Положительными моментами в данной ситуации являются приток дополнительных финансовых ресурсов в страну, появление новых рабочих мест, повышение образовательного и профессионального уровня местных кадров. Центральный и местные бюджеты в принимающих странах пополняются благодаря ТНК дополнительными финансовыми ресурсами, поступающими главным образом в виде налогов, а также других видов платежей. Если ТНК реинвестирует часть своих прибылей в экономику этой же страны, это также положительно влияет на дальнейший экономический рост. Однако, существуют и отрицательные последствия деятельности ТНК в принимающих странах. Так, выход на национальный рынок филиалов ТНК приводит к обострению конкуренции с местными компаниями, а так как ТНК обладают более современными технологиями и большими ресурсами, чем местные компании, это приводит к снижению конкурентоспособности местных предприятий. Как было отмечено Зиновьевым Ф. В. и Реутовым В. Е., «При отсутствии законодательных ограничений и достойных конкурентов ТНК получают возможность занять в отраслях практически монопольное положение. При этом у национальных производителей фактически не остается никаких шансов восстановить свои позиции в отрасли, так как ТНК намного мощнее экономически». С. В. Шагурин в своих трудах указывает, что другими отрицательными последствиями являются опасность превращения принимающей страны в место сброса устаревших и экологически опасных технологий, а так же захват иностранными фирмами наиболее развитых и перспективных сегментов промышленного производства и научно-исследовательских структур принимающей страны.

Влияние ТНК на страны своего базирования так же двояко. Положительной стороной транснационализации для стран базирования является усиление как экономического, так и политического влияния как на принимающие страны, так и на мир в целом. Так же ТНК, как правило, переводят часть полученных прибылей в страны базирования, укрепляя их платёжный баланс и ускоряя экономический рост. Тем не менее, существуют и отрицательные черты деятельности ТНК для стран базирования. Главное из них является перенос компаниями производства за рубеж, что ведёт к оттоку капитала из страны и может привести к потере рабочих мест на уже функционирующих предприятиях компании. Следующим отрицательным последствием является потеря части налоговых поступлений, так как прибыли ТНК сложнее облагать налогами. Эти потери для страны базирования приводят к сокращению финансирования каких-либо государственных программ или «переложению» данной части недополученных налогов на остальных налогоплательщиков, например, путём повышения налоговых ставок или ввода новых налогов. Очевидно, что данные действия приводят к ухудшению социально-экономического положения отдельных групп населения. Ещё одним отрицательным фактором влияния ТНК выступает их экономическая мощь, при помощи которой они могут оказывать давление на правительства стран базирования с целью лоббирования своих интересов в отношении стран, с которыми они имеют деловые отношения.

Выводы: ТНК оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на международную конкурентоспособность стран. В связи со столь неоднозначным влиянием транснациональных компаний на национальные экономики как принимающих стран, так и стран базирования, правительства государств принимают меры по регулированию деятельности ТНК на своих территориях. Характерной особенностью регулирования деятельности ТНК на современном этапе является заключение межнациональных соглашений, позволяющих регулировать деятельность компаний вне зависимости от территориальных границ государств.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

Алескерова Л.В.

студентка кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н., доцент Хамидова О.М.

Введение. На современном этапе развития экономики, в условиях уже относительно сложившихся экономических связей и конкурентной среды, становится всё более актуальным вопрос организации маркетинга в оптовой торговле как метода распределения товаров, поиск всевозможных вариантов её осуществления и разработки новых техник. Поэтому изучение сущности и форм оптовой торговли имеет важное значение, как для самого предприятия, так и для потенциальных потребителей.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – изучение особенностей маркетинга в оптовой торговле.

В соответствии с целью исследования в работе были решены следующие задачи:

– освещена сущность и виды оптовой торговли, их значение и важнейшие маркетинговые решения в данной сфере;

– определены формы оптовой торговли на примере действующего российского предприятия ТД «Виолия», дана характеристика общего состояния предприятия и анализа его маркетинговой деятельности;

– разработаны рекомендации по совершенствованию положения компании на рынке, а именно в виде преобразования оптовой сети.

Результаты исследования. В качестве информационной базы (материалы статистических ежегодников, данные статистической и бухгалтерской отчетности предприятий, материалы обследования деятельности предприятий, материалы научных конференций, теоретические разработки научно-исследовательских институтов, труды отечественных и зарубежных ученых).

Оптовая торговля представляет собой форму экономических отношений между предприятиями сферы производства и розничной торговли, при которой хозяйственные связи формируются сторонами самостоятельно.

Оптовая торговля влияет на систему экономических связей между регионами и отраслями, определяет пути перемещения товаров в стране и за ее пределами, при этом совершенствуется территориальное разделение труда и достигается пропорциональность в развитии как регионов, так и отраслей промышленности.

Этот вид торговли выполняет роль активного проводника товаров отечественного производства и достаточно большой массы импортных товаров на внутренний рынок, заставляет отечественных производителей поднимать качество своих товаров для завоевания прочного места как на внутреннем, так и на внешних рынках сбыта.

Основными принципами развития оптовой торговли являются:

– достижение сбалансированности товарной массы и денежных средств, выражающих платежеспособный спрос покупателей;

– создание необходимых элементов инфраструктуры рынка, позволяющих свободно выбирать партнеров;

– формирование эффективных коммерческих связей для успешной реализации торговой

сделки;

– формирование системы финансово-ценовых регуляторов, включающей элементы материального стимулирования и ответственности, с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения максимального дохода.

Оптовая торговля способствует сокращению излишних запасов продукции на всех уровнях сферы товарного обращения и устранению товарного дефицита, принимает участие в формировании региональных и отраслевых товарных рынков.

Через оптовую торговлю усиливается воздействие потребителя на производителя, появляются реальные возможности регулирования спроса и предложения.

В дипломной работе был проведен анализ маркетинговой оптовой политики ТД «Виолия».

Основными видами деятельности ТД «Виолия» являются:

– закупка и хранение бытовой химии и парфюмерно-косметической продукции;

– коммерческая деятельность, организация оптовой и розничной торговли.

В ассортименте товаров ТД «Виолия» можно выделить следующие ассортиментные группы: бытовая химия, парфюмерно-косметические товары, другие товары (товары для дома).

Сбытовая политика предприятия предполагает определенные целенаправленные действия или наличие у него заранее обдуманых принципов поведения. Она призвана обеспечить преемственность решений и мер по формированию ассортимента и его управления; поддержанию конкурентоспособности товаров на требуемом уровне; нахождению для товаров оптимальных товарных ниш (сегментов); разработке и осуществлению стратегии упаковки, маркировки, обслуживанию товаров, определение каналов сбыта.

Хорошо продуманная сбытовая политика не только позволяет оптимизировать процесс обновления товарного ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода указателем общей направленности действий, способных скорректировать текущие ситуации.

Для удержания лидирующих позиций в дистрибуции на территории

Общеизвестным фактом является то, что хранение запасов в опте обходится значительно дешевле, чем их размещение в розничной сети. Особенно большое значение имеет хранение оптовыми предприятиями товаров, производство и спрос на которые носят сезонный характер. К сожалению, пропорции размещения запасов в оптовой и розничной торговле в РФ далеко не оптимальные. Рассматривая в этой связи опыт хранения товаров в зарубежных странах, следует отметить, что оптовому звену принадлежит ведущая роль в накоплении товарных запасов.

Оптовые организации более приспособлены для специализированного выполнения функций хранения. Розничные предприятия, укрепив связи с оптовыми поставщиками, освобождаются от операций по содержанию значительной части товарных запасов. При этом сокращаются размеры подсобных помещений магазинов, следовательно, увеличивается площадь торговых залов, снижается численность персонала, обслуживающего ранее при магазинные склады

С функцией хранения продукции связана функция преобразования ассортимента.

В перечень операций, объединенных в данной функции, входят:

– подсортировка товаров, их комплектация;

– дробление и укрупнение партий продукции, ее стандартизация.

Таким образом, оптовые предприятия преобразуют промышленное предложение товара в ассортиментные группы, соответствующие спросу отдельных покупателей.

Оптовые предприятия организуют завоз товаров в различные районы страны, благодаря чему совершенствуется территориальное разделение труда. Осуществление транспортной функции опта проявляется при доставке товаров со складов предприятий в розничную сеть или напрямую потребителям своего региона.

Выводы. Указанные выше функции осуществляются с момента их возникновения, то

есть обособления в сфере обращения. В то же время дальнейшее развитие и совершенствование деятельности оптовых предприятий невозможно без выполнения ранее нетрадиционных для них задач, возникающих под влиянием требований рынка.

В частности, оптовая торговля призвана стать центром сосредоточения и передачи информации по вопросам исследования рынка, то есть выполняет так называемую информационную функцию. Оптовые предприятия, используя свое положение пункта пересечения информационных потоков, способны в полном объеме обеспечить сбор, накопления, обработку коммерческой информацией, и обобщив и проанализировав ее, передать контрагенту.

НАПРАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Бобарыкина Е.Н.

к.э.н., доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. В постоянно меняющихся условиях хозяйствования, собственники и инвесторы предприятий (в т.ч. торговых) постоянно испытывают необходимость адекватно оценивать не только результаты деятельности предприятия, но и результаты управления предприятием.

Оценке эффективности управления предприятием посвящено немало работ, как отечественных, так и зарубежных авторов. Разные авторы делают акценты на разные аспекты функционирования предприятия, предлагают рассчитывать и анализировать показатели использования активов предприятия, исследовать результаты торгово-закупочной деятельности, использовать методы количественного и качественного анализа.

Существующее многообразие направлений анализа и широта разброса показателей эффективности управления предприятием, часто не позволяют дать объективную оценку управления торговым предприятием как системой, либо дают большой разброс оценки эффективности управления предприятием.

Целью исследования является поиск оптимального подхода к оценке управления торговым предприятием.

Результаты исследования. Управление предприятием – это процесс анализа, принятия и реализации управленческих решений во всех сферах деятельности предприятия для достижения определенных целей в рамках действующего законодательства и обычаев делового оборота.

Процесс текущего управления осуществляется административно-управленческим персоналом, а стратегические решения принимаются собственниками, и реализуется в рамках системы управления предприятием. Система управления предприятием – это эффективное взаимодействие ее элементов, основанное на адекватности разработанных технических, экономических, управленческих решений, обеспечивающих достижение основных целей предприятия - получение и максимизация прибыли, обеспечение конкурентных преимуществ и обеспечение инвестиционной привлекательности в перспективе.

В зависимости от поставленных целей, для оценки управления торговым предприятием используется довольно большой набор показателей, характеризующих отдельные стороны эффективности управления. Также большое значение имеет и «заказчик» анализа, т.е. лицо, заинтересованное в использовании результатов анализа.

Для собственников очень важны результирующие показатели, характеризующие эффективность использования вложенных активов, их рост и развитие. При этом полученные текущие результаты сравниваются с аналогичными предыдущими.

Для управленческого персонала важными будут текущие показатели эффективности использования материально-технической базы, финансовых ресурсов, персонала.

Для инвесторов будут важны показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности торгового предприятия, а также его рыночная позиция и конкурентные преимущества.

Большинство рассчитываемых показателей базируются на данных первичного бухгалтерского учета, финансовой и статистической отчетности.

Как правило, основной целью проведения оценки управления торговым предприятием является получение объективной информации о количественном и качественном состоянии отдельных характеристик, их динамике, для повышения эффективности функционирования предприятия в перспективе (желательно - долгосрочной), а также ориентации управленческого процесса на достижение поставленных руководством (собственником) целей.

Каждый «заказчик» (в зависимости от целей анализа) выбирает свой набор показателей (критериев). Выбранные критерии могут иметь как количественное, так и качественное выражение, быть индивидуальными или групповыми, понятными и простыми. Каждая группа критериев характеризуется набором показателей и их значениями (максимальными, минимальными, промежуточными, ориентировочными, желательными и т.д.).

Для получения комплексной оценки эффективности управления торговым предприятием необходимо использовать совокупность различных методических подходов. Большинство экономистов теоретиков и практиков чаще всего склоняются к использованию следующих методов оценки:

- затратный метод;
- доходный метод;
- сравнительный метод.

Особенностью затратного подхода является оценка торгового предприятия как имущественного комплекса. Оцениваются и суммируются все активы торгового предприятия (нематериальные активы, здания, машины, оборудование, запасы, дебиторская задолженность, финансовые вложения и т.д.). Далее из полученной суммы вычитают текущую стоимость обязательств предприятия.

Доходный метод оценки управления предприятием основан на расчете будущих доходов, которые возникнут в результате использования торгового предприятия и (возможной) дальнейшей его продажи, т.е. оценка с позиции доходного подхода во многом зависит от того, каковы перспективы бизнеса оцениваемого торгового предприятия.

Сравнительный подход особенно эффективен в случае существования активного рынка сопоставимых объектов собственности. Точность оценки зависит от качества собранных данных, так как применяя данный подход, оценщик должен собрать достоверную информацию о недавних продажах сопоставимых объектов.

На деятельность и развитие любого предприятия, в т.ч. и торгового, оказывают влияние различные внутренние и внешние факторы. При этом влияние факторов может меняться во времени, и/или формировать эффект синергии.

В зависимости от конкретных условий и особенностей функционирования торгового предприятия, внешние и внутренние факторы могут уточняться, дополняться, детализироваться, иметь количественное выражение и значимость.

Выводы. Использование наборов критериев для оценки управления предприятием позволяет заинтересованному заказчику исследования:

- рассчитать приоритетность или удельный вес выбранного критерия эффективности;
- измерить критерий эффективности в количественном или качественном выражении;
- взаимоувязать используемую в оценке управления группу критериев с обоснованием необходимых корректировок основных показателей деятельности организации, что позволит получить количественную характеристику будущей тенденции.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Бошкова В.Д.

*студентка кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и
управления КФУ им. В.И. Вернадского*
научный руководитель: к.э.н., доцент Хамидова О.М.

Введение. Маркетинговая стратегия – важнейшая составляющая успешного развития любого бизнеса. По своей сути маркетинговая стратегия объединяет большинство ключевых решений, касающихся деятельности компании на рынке в краткосрочной и среднесрочной перспективе. К маркетинговой стратегии относят множество аспектов: от вопросов по изменению перечня выпускаемой продукции до решений о слиянии-поглощении или открытии нового направления бизнеса. В итоге маркетинговая стратегия должна быть адекватной текущей ситуации, так, чтобы обеспечить компании стабильное развитие и успешную деятельность на рынке.

Цель и задачи исследования предполагают исследования различных видов маркетинговых стратегий

Результаты исследования. В зависимости от потенциала фирмы, а также состояния конкурентной среды, т.е. на основании проведенного исследования разрабатывается общая стратегия развития фирмы. Она может быть представлена одним типом стратегии или их сочетанием. При этом можно выделить несколько видов стратегий: стратегии роста, конкурентные стратегии, стратегии конкурентного преимущества.

1. Стратегии концентрированного роста – связаны с изменением продукта и (или) рынка, когда фирма пытается улучшить свой продукт или начать производить новый, не меняя при этом отрасли, или ведет поиск возможностей улучшить свое положение на существующем рынке: стратегия усиления позиций на рынке, при которой фирма делает все, чтобы с данным продуктом на данном рынке завоевать лучшие позиции; стратегия развития рынка заключается в поиске новых рынков для уже производимого продукта за счет освоения новых сегментов, проникновения на новые географические рынки и освоение каналов сбыта; стратегия развития продукта направлена на рост продаж за счет разработки улучшенных или новых товаров, ориентированных на те рынки, на которых действует фирма. Главным инструментом данной группы стратегий роста является товарная политика и анализ сегментации.

2. Стратегии интегрированного роста – связаны с расширением компании путем добавления новых структур. При этом в обоих случаях изменяется положение фирмы внутри отрасли: стратегия обратной вертикальной интеграции – направлена на рост фирмы за счет приобретения либо усиления контроля над поставщиками, или расширения изнутри, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции – выражается в росте фирмы за счет приобретения либо усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем — системами распределения и продажи.

3. Стратегии диверсифицированного роста - реализуются в том случае, если фирмы дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли. К ним относятся:

- стратегия концентрической диверсификации - базируется на поиске и использовании дополнительных возможностей производства новых продуктов, которые заключены в освоенном рынке, используемой технологии либо в других сильных сторонах функционирования фирмы, при этом существующее производство остается в центре бизнеса;

- стратегия горизонтальной диверсификации предполагает поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой;

- стратегия конгломеративной диверсификации состоит в том, что фирма расширяется

за счет производства новых продуктов, технологически не связанных с уже производимыми, которые реализуются на новых рынках.

4. Стратегии целенаправленного сокращения - реализуются, когда фирма нуждается в перегруппировке сил после длительного периода роста или в связи с необходимостью повышения эффективности, когда наблюдаются спады и кардинальные изменения в экономике, например, структурная перестройка и т.п.

- стратегия ликвидации представляет собой предельный случай стратегии сокращения и осуществляется тогда, когда фирма не может вести дальнейший бизнес;

- стратегия «сбора урожая» предполагает отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе и применяется по отношению к бесперспективному бизнесу;

- стратегия сокращения расходов достаточно близка к стратегии сокращения, т.к. ее основной идеей является поиск возможностей уменьшения издержек и проведение соответствующих мероприятий по сокращению затрат.

Существуют три основные области выработки стратегии поведения фирмы на рынке (стратегии конкурентного преимущества). Первая область связана с лидерством в минимизации издержек производства. Этот тип стратегии связан с тем, что компания добивается самых низких издержек производства и реализации своей продукции. В результате она может за счет более низких цен на аналогичную продукцию завоевать большую долю рынка. Маркетинг же при данной стратегии не должен быть высоко развит.

Таким образом, лидерство за счет экономии на издержках дает надежную защиту потому, что первыми действие конкурентной борьбы испытывают на себе наименее эффективные фирмы.

Второй тип стратегии – стратегия дифференциации. В этом случае фирма не стремится работать на всем рынке с одним товаром, а работает на его четко определенном сегменте, и она должна в своих намерениях исходить из потребностей не рынка в целом, а вполне определенных клиентов. При использовании данной стратегии должен быть хорошо развит маркетинг. Дифференциация может принимать различные формы: имидж марки, признанное технологическое совершенство, внешний вид, послепродажный сервис.

Третья область выработки стратегии связана со специализацией в производстве продукции. В этом случае фирма, чтобы стать лидером в производстве своей продукции, должна осуществлять высокоспециализированное производство и маркетинг. Это приводит к тому, что покупатели выбирают данную марку даже при достаточно высокой цене. Фирмы, реализующие этот тип стратегии, должны иметь высокий потенциал для проведения НИОКР, иметь высококлассных дизайнеров, прекрасную систему обеспечения высокого качества продукции, а также развитую систему маркетинга. Цель данной стратегии — лучше удовлетворять потребности выбранного целевого сегмента рынка, чем конкуренты.

Выводы. Таким образом, при формировании маркетинговой стратегии предприятия следует учитывать четыре группы факторов:

- тенденции развития спроса и внешней маркетинговой среды (рыночный спрос, запросы потребителей, системы товародвижения, правовое регулирование, тенденции в деловых кругах и т.д.);

- состояние и особенности конкурентной борьбы на рынке, основные фирмы-конкуренты и стратегическое направление их деятельности;

- управленческие ресурсы, возможности фирмы, ее сильные стороны в конкурентной борьбе;

- основную концепцию развития фирмы, ее глобальные цели и предпринимательские задачи в основных стратегических зонах.

Стратегический маркетинг подразумевает методы систематического анализа потребностей и разработки концепций эффективных товаров, позволяющих обеспечить устойчивое конкурентное преимущество и включает в себя маркетинговые исследования, сегментирование, дифференциацию спроса и позиционирование товара. Логическим продолжением стратегического маркетинга является комплексное маркетинговое развитие, реализация и контроль.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНУЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Вельгош Н.З.¹, Бородаева В.В.²

¹к.э.н., доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

²магистрантка кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Современное развитие мировой экономики, а также процессов глобализации и экономической интеграции в мировом хозяйстве, усилившаяся взаимозависимость экономик развитых, развивающихся стран друг с другом, формирование мировых товарных и финансовых рынков привели к усилению интереса к проблеме повышения международной конкурентоспособности национальной экономики стран, включенных в данные процессы.

Вопросы анализа и оценки международной конкурентоспособности экономики страны по степени своей актуальности выходят на первый план среди вопросов национальной значимости, так как непосредственно связаны с социально-экономическим развитием страны. Вопросы повышения международной конкурентоспособности экономики страны тесно связаны с изучением факторов, формирующих и влияющих на нее, решением социально-экономических проблем развития страны.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – изучить факторы, формирующие международную конкурентоспособность экономики России.

Для достижения цели поставлены следующие задачи исследования:

- проанализировать уровень международной конкурентоспособности экономики России в динамике;

- дать оценку факторам внутренней и внешней среды, влияющим на международную конкурентоспособность экономики России.

Методы исследования. В процессе проведенного исследования использованы экономико-статистические методы исследования, в частности индексный метод.

Результаты исследования. Международная конкурентоспособность экономики страны – величина сравнительная. В разных странах разработаны свои стратегии и инструменты достижения конкурентных преимуществ. В этой связи полезным является сопоставление предпринимаемых инструментов повышения конкурентоспособности экономики различных стран, обмен как успешным опытом, так и не очень положительными итогами в этой области, а также изучение результатов исследований, проводимых национальными институтами и международными организациями. Одним из таких институтов является Всемирный экономический форум (ВЭФ), по результатам исследований которого Россия в 2013-2014 годах поднялась в рейтинге с 67-го до 64-го места (таблица 1).

Положение России в сравнении с другими странами, в частности интеграционного объединения БРИКС, улучшилось в 2014-2015 годах в сравнении с 2013-2014 годами. Среди изучаемых пяти стран в 2013-2014 годах наиболее высокие показатели присущи Китаю – 29-е место в рейтинге ВЭФ, а наихудшее положение – в России (64-е место в рейтинге). в 2014-2015 годах ситуация существенно изменилась: на первом месте – Китай (28-е место в рейтинге), а на втором месте – Россия (53-е место). Сильными конкурентными сторонами России в сравнении с аналогичными показателями других независимых государств рейтинга ВЭФ выступают: емкость рынка, уровень здравоохранения, школьного образования, макроэкономическая обстановка, инфраструктура, система высшего образования.

В условиях усиливающейся взаимозависимости и взаимопроникновения экономик стран внешние факторы воздействия на международную конкурентоспособность страны определяют направленность воздействия внутренних факторов, а также характерные особенности развития ее конкурентоспособности. Внутренние условия хозяйствования нацелены на способствование решению социально-экономических проблем развития страны.

Таблица 1 – Рейтинг глобальной конкурентоспособности стран, 2014-2015 годы¹

Страны	Индекс глобальной конкурентоспособности, 2013-2014 (148 стран)		Индекс глобальной конкурентоспособности, 2014-2015 (144 страны)		Абсолютное отклонение	
	Ранг	Балл ²	Ранг	Балл	Ранг	Балл
Китай	29	4,8	28	4,9		
Южно-Африканская Республика	53	4,4	56	4,4		
Бразилия	56	4,3	57	4,3		
Индия	60	4,3	71	4,2		
Россия	64	4,2	53	4,4	+11	+0,2

¹ составлено автором по данным Всемирного экономического форума;

² от 0 до 7 баллов, где 7 – максимальное значение показателя оценки.

Наиболее значимыми факторами внешней среды являются: глобализация и экономическая интеграция в мировом хозяйстве, усиление международного экономического сотрудничества в разных отраслях и областях деятельности, повышение внешнеторговой и финансово-инвестиционной открытости экономики, усиливающиеся влияние отдельных международных интеграционных объединений стран, в частности, БРИКС и Евросоюза.

Существенное влияние на изменение уровня международной конкурентоспособности экономики страны оказывают внешние условия хозяйствования. Они же оказали воздействие на изменение содержательной и структурной стороны внутренних факторов, формирующих и влияющих на уровень международной конкурентоспособности страны.

Значимость факторов повышается в зависимости от стадии развития международной конкурентоспособности конкретной страны. Следует придерживаться многофакторного подхода в изучении и анализе международной конкурентоспособности экономики страны, охватывая факторы социально-экономического и политико-правового характера.

По результатам исследования Всемирного экономического форума в 2014-2015 годах, существенное воздействие на развитие международной конкурентоспособности экономики России оказывают следующие факторы: уровень коррупции (14,3% респондентов), ставки налогов (12,3%), доступ к финансированию (11,7%), налоговое регулирование (10,8%), бюрократия в органах государственной власти (8,2%). Указанные факторы входили в пятерку наиболее существенных факторов влияния на уровень международной конкурентоспособности экономики России и в 2013-2014 годах.

По оценкам респондентов, принявших участие в опросе Всемирного экономического форума, менее существенное воздействие на международную конкурентоспособность экономики России оказывают следующие факторы: низкий уровень услуг здравоохранения (1,0% респондентов), нестабильность правительства / возможность переворотов (2,0%), валютное регулирование (2,2%), политическая нестабильность (2,8%), уровень преступности и воровства (2,8%), что отражает общие общественные настроения в стране.

Выводы. Международная конкурентоспособность экономики страны зависит от множества внешних и внутренних факторов, прямо или косвенно влияющих на нее. Особую значимость приобретают факторы политико-правового и регуляторного характера, связанные с принятием управленческих решений на государственном уровне страны. Конкурентное положение России в 2013-2015 годах во многом улучшилось за счет макроэкономических показателей развития, характеризующихся относительной стабильностью. Для повышения международной конкурентоспособности экономики России и стремительного перехода на новый – инновационный уровень ее развития необходимо усилить институциональную и инновационную составляющую, развивать финансовые рынки и рынки труда, повышая их эффективность.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕСТОРАНА «ЦАРСКАЯ КУХНЯ»

Вялков А.М.

*магистрант кафедры маркетинга и торгового дела Института экономики и управления
КФУ*

научный руководитель: д.э.н., профессор Сергеев Б.И.

Введение. Актуальность темы заключается в том, что на сегодняшний день инновации в ресторанном бизнесе являются обязательным процессом для каждого ресторана. Гости воспринимают их как явление само собой разумеющееся. Путешествуя по всему миру и посещая различные рестораны, наши клиенты стали более требовательны. Чтобы оставаться «в игре» ресторанам уже нельзя не считаться с данным фактом.

Цель и задачи исследования. Целью исследования являются инновационные подходы в деятельности ресторана «Царская кухня». Помимо удобств, которые предоставляют инновации гостям, они способны существенно экономить расходы на рабочую силу и другие статьи издержек, а также лучше организовать работу ресторана.

Результаты исследования. В результате исследования мы раскрыли концепцию 5P ресторана «Царская кухня»:

1. Place. Ресторан «Царская кухня» открыт в одном из самых знаменитых дворцов Ливадии – во дворце барона Фредрикаса, министра императорского дворца (в вестибюле есть портрет барона). Это первое заведение класса «люкс» в Крыму. Здесь обедали многие лидеры государств СНГ и Европы, включая президентов Украины и России, а также премьер-министра Италии.

Сама атмосфера Ливадии, ее историческая причастность к царской семье создает в ресторане ауру утонченности и элегантности. Каждый посетитель, глядя на окружающие его интерьеры, начинает чувствовать себя действительно гостем царской семьи.

В залах воссозданы исторические дворцовые интерьеры, включая гобелены ручной работы. На столы здесь ставят только «кобальтовый» фарфор и хрусталь, серебро и мельхиор.

2. Product. Блюда, которые подаются в ресторане, поражают насыщенной гаммой вкуса и запаха. Большинство блюд, которое предлагается посетителям, готовится по старинным рецептам царских поваров. Здесь можно попробовать расстегаи и кулебяки, огромное количество истинно русских холодных и горячих закусок.

3. Promotion. К сожалению, ресторан «Царская кухня» не занимается продвижением своей продукции.

4. Price. Ценовая политика ресторана выше среднего. Ресторан «Царская кухня» предлагает гибкую систему скидок для корпоративных гостей и отдыхающих, проживающих в санатории «Ливадия».

5. People. К Административно-управленческому персоналу относятся: директор, заместитель директора, администратор, главный бухгалтер.

К обслуживающему персоналу в ресторане «царская кухня» относятся: метрдотель, официанты, бармен, кассир, гардеробщик, швейцар. Этот персонал одет в единую форму, соответствующую стилю и дизайну ресторана, так как это производит благоприятное впечатление на посетителей.

Выводы. Все это положительно сказывается на экономическом положении предприятия. Для усиления услуг ресторана «Царская кухня» рекомендуется активно заниматься продвижением своей продукции.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Дубровский А.С.

*магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и
управления КФУ им. В.И. Вернадского*
научный руководитель: к.э.н., доцент Харичева Г.Я.

Введение. В условиях современного рынка маркетинговая информация имеет существенную значимость для конкурентоспособности предприятия. Ценность маркетинговой информации постоянно растёт, что в основном обуславливается двумя факторами: во-первых, переходом от маркетинга, направленного на локальные рынки к глобальному маркетингу, во-вторых, увеличением уровня коммуникационных барьеров между коммуникатором и коммуникантом из-за непрерывно растущего коммуникационного шума. При таких условиях большое значение приобретает построение эффективной маркетинговой информационной системы, чего можно достичь, используя только самые современные каналы коммуникации, такие как Интернет.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является обоснование эффективности и выявление способов использования сети Интернет при проведении маркетинговых исследований. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

–раскрыть преимущества использования сети Интернет при проведении маркетинговых исследований;

–выделить наиболее распространенные методы сбора маркетинговой информации в сети Интернет.

Исследование эффективности использования сети Интернет при проведении маркетинговых исследований проводилось с использованием следующих методов: метод системного подхода, методы синтеза и анализа и метод научной абстракции.

Результаты исследования. Основой современного маркетинга является процесс регулярного сбора, анализа и оценки информации с целью использования полученных результатов для эффективного управления деятельностью предприятия. С помощью систематизации этого процесса формируется маркетинговая информационная система.

Маркетинговая информационная система – это система мероприятий, направленных на сбор, сортировку, анализ и представление маркетинговой информации для использования её при принятии маркетинговых решений.

Современная информационная технология Интернет существенно влияет на реализацию возможностей и функций маркетинговой информационной системы по нескольким причинам.

Во-первых, на сегодняшний день Интернет является самым объёмным хранилищем информации в мире. Следовательно, его необходимо использовать как источник вторичной маркетинговой информации при проведении маркетинговых исследований.

Во-вторых, современные информационные технологии, такие как облачные хранилища и удалённые сети, позволяют не только хранить маркетинговые данные, но и осуществлять доступ в любой точке мира и с любого устройства, будь то офисный компьютер, персональный ноутбук, смартфон или планшет. Единственное условие для этого – наличие доступа в Интернет. Таким образом, маркетологи или другие лица, нуждающиеся в срочном доступе к маркетинговой информации, могут получить его, находясь вне рабочего места, например, в командировке или на деловой встрече.

В-третьих, использование различных онлайн-сервисов, таких как социальные сети, в качестве площадки для проведения первичных маркетинговых исследований имеет ряд достоинств:

–респонденты самостоятельно объединяются в социальные группы, поскольку

обладают похожими вкусами, предпочтениями, профессиональными или социально-экономическими особенностями;

–отсутствует необходимость иметь личный контакт с респондентами, тем самым выборка может охватить респондентов, живущих в разных городах;

–респонденты, участвующие в маркетинговых исследованиях в социальных сетях, зачастую более открыты и честны, так как находятся во время исследования в привычной для них обстановке и не испытывают дискомфорта от личностного общения.

При проведении маркетинговых исследований в сети Интернет применяются различные методы сбора маркетинговых данных.

Общедоступные технологии поиска информации в сети Интернет, получившие название «поисковые системы», позволяют по заданным маркетологами запросам достаточно быстро и просто собирать большой объём вторичной маркетинговой информации.

Что касается проведения первичных маркетинговых исследований, то наиболее широкое распространение получили методы наблюдения и интернет-опроса.

Метод наблюдения представляет собой регулярное и целенаправленное изучение поведения субъекта или объекта исследования. Предметом наблюдения маркетинговых исследований в Интернете чаще всего является поведение и действия потребителей в определённых условиях. Самым распространённым способом сбора маркетинговых данных с помощью метода наблюдения является использование аналитических онлайн сервисов посещаемости интернет-ресурсов. Данные сервисы позволяют получить большое количество данных, не провоцируя субъект исследования на несвойственные для него действия.

Интернет-опрос – наиболее гибкий и универсальный метод сбора первичной маркетинговой информации в Интернете. С помощью распространения анкет через электронную почту, социальные сети или другие онлайн-сервисы интервьюер способен получить строго интересующую его информацию непосредственно от респондентов.

Выводы. Таким образом, маркетинговые исследования в сети Интернет являются незаменимым инструментом построения современной маркетинговой информационной системы, ориентированной на эффективное взаимодействие с потребителями. Использование сети Интернет при проведении маркетинговых исследований позволяет получать актуальную и достоверную информацию о структуре спроса, платежеспособности, поведении и предпочтениях потребителей, и использовать эту информацию для эффективного осуществления маркетинговой деятельности компании.

САНАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ВЫХОДА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ИЗ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ

Домрачева С.Г.

ассистент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Радикальная реформа хозяйственного механизма – один из реальных путей выхода нашего общества из кризисного состояния, обновления не только экономической, но и всей общественной жизни. С реформой непосредственно связаны также активизация деятельности в сфере торговых отношений, совершенствование и расширение внешнеэкономических связей, обогащение производства достижениями теории и практики мирового опыта.

В этой связи подчеркнём, что для экономики, ставшей на путь развития здоровых рыночных отношений, соответствующих отношениям, существующим в развитых цивилизованных странах, меняющей административные методы хозяйствования на рыночные, исключительно важным является «экономизировать» персонал организации и предприятий, министерств и ведомств всех отраслей народного хозяйства. То, что до недавнего прошлого их мало интересовало, а именно: эффективно ли используются имеющиеся ресурсы с учётом требования рынка, - стало едва ли не решающим вопросом деятельности.

В системе стабилизационных мер, направленных на вывод предприятия из кризисного состояния, важная роль отводится его санации.

Постановка проблемы. Торговое предприятие, имеющее сложную финансовую ситуацию, должно стремиться найти эффективный способ выхода из данного кризиса. Выбор санации как способа финансового оздоровления торгового предприятия предполагает разработку плана мероприятий по её проведению.

Данную проблему рассматривали следующие авторы: Поддерёгин А.М. предложил план проведения санации через реорганизацию, классифицировал и охарактеризовал формы и виды данной реорганизации; Покропивный С.Ф. описал алгоритм финансового оздоровления предприятия, возможные критерии для отбора варианта его проведения, разработал типовую структуру бизнес-плана санации предприятия и предложил показатели для оценки санационных программ развития предприятия.

Однако нерешённым остаётся вопрос выделения основных элементов плана проведения эффективной санации. Обоснование санационного процесса для каждого отдельного субъекта хозяйствования можно сделать в виде плана финансового оздоровления, бизнес-плана, технико-экономического обоснования. Стандартной формы и структуры такого плана не существует, но любая его форма требует наличия достоверной базовой информации.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является выбор и обоснование наиболее эффективного плана санации предприятия.

Результаты исследования. Санация – это комплекс последовательных взаимосвязанных мероприятий финансово-экономического, производственно-технического, организационного и социального характера, направленных на выведение субъекта хозяйствования из кризиса и восстановление его прибыльности и конкурентоспособности.

Проект финансового оздоровления рекомендуется составлять в нескольких вариантах, для отбора эффективного варианта можно предложить использовать критерии, проранжированные по значимости:

1. Максимальная прибыльность в сочетании с минимальными затратами.
2. Риск неудачи проекта.
3. Способы взыскания дебиторской задолженности и списания кредиторских долго- и краткосрочных обязательств.
4. Возможность быстрого выхода на реальные и потенциальные рынки сбыта.
5. Конкурентоспособная продукция и её доля в общем объёме продукции.
6. Возможные положительные (негативные) экологические последствия реализации данного варианта оздоровления.

Санация представляет сложный для предприятия процесс, требующий эффективного финансового управления на всех стадиях его осуществления. Такое управление можно осуществить на предприятии по следующим основным этапам плана санации:

1. Определение целесообразности и возможности проведения санации. Целесообразность проведения санации обуславливается тем, что использование внутренних механизмов стабилизации предприятия не достигло своих целей.
2. Обоснование концепции санации. Различают оборонительную и наступательную концепции осуществления санации предприятия.

3. Определение направления осуществления санации. Различают два основных направления: а) санация предприятия, направленная на рефинансирование долга. б) санация предприятия, направленная на его реструктуризацию. Как правило, этот вид санации связан с изменением статуса юридического лица предприятия.

4. Выбор формы санации. Форма санации характеризует тот механизм, с помощью которого достигаются её основные цели. Эти формы избираются в рамках конкретного направления санации избранного предприятием с учётом особенности его кризисной ситуации.

5. Подбор санатора. Такой подбор осуществляется исходя из выбранных форм санации и предшествует разработке бизнес-плана санации предприятия, в которой санатор должен принимать обязательное участие.

6. Подготовка бизнес-плана санации. Бизнес-план представляет собой основной документ, определяющий цели и процесс осуществления санации, разрабатывается представителями санатора, предприятия должника и независимой аудиторской фирмы. В бизнес-плане содержатся следующие разделы: общие сведения о предприятии, оценка кризисного состояния, обоснование концепции и формы санации, система предлагаемых мероприятий по финансовому оздоровлению предприятия, ожидаемые результаты санации.

7. Расчёт эффективности санации. Эффективность санации определяется путём соотнесения результатов и затрат на её осуществления в предложенной форме.

8. Мониторинг реализации мероприятий бизнес-плана санации. Такой мониторинг включается в систему текущего и оперативного финансового контроллинга и обеспечивается финансовой службой предприятия.

Выводы. Цель санации считается достигнутой, если удалось за счёт внешней финансовой помощи, или реорганизационных мероприятий нормализовать хозяйственную деятельность и избежать объявления предприятия банкротом с последующей его ликвидацией. Рассмотренная последовательность этапов проведения санации торгового предприятия является наиболее эффективной и выполнение всех элементов приводит к повышению платежеспособности и улучшению финансового состояния предприятия.

МЕНЕДЖМЕНТ ОПТОВОЙ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Дудченко К.В.

магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н. Бобарькина Е.Н.

Введение. Управление оптовой сбытовой деятельностью на предприятии представляет собой процесс, направленный на успешное достижение целей, стоящих перед сотрудниками предприятия, с помощью таких элементов как прогнозирование, подбор и обучение сотрудников, а также контроль организационных ресурсов.

Оптовые продажи – это процесс продажи товаров с целью их дальнейшего использования в производстве или перепродажи.

Вне зависимости от характера и типа предприятия, вопросы управления оптовыми продажами всегда актуальны. Стабильная работа предприятий во многом зависит от успешной сбытовой деятельности, которая напрямую формирует показатель прибыли предприятия. С помощью эффективного управления сбытовой деятельностью можно достичь конкурентного преимущества на рынке.

Управление сбытовой деятельностью на предприятии выполняет следующие функции:

1. Планирование – прогнозирование и разработка системы целей и задач в сфере сбыта на предприятии.

2. Организация – это координация взаимодействий между отделами предприятия и персоналом в процессе управления.

3. Мотивация – стимулирование участников купли-продажи товара к тому, чтобы сделка была взаимовыгодной.

4. Контроль – благодаря данной функции управления сбытом обеспечивается достижение поставленных целей сбыта.

Цели и задачи исследования. Цель работы состоит в исследовании всех аспектов управления оптовой сбытовой деятельностью на предприятии и путей его развития.

Задачами работы являются:

- изучить основные термины и определения, касающиеся оптовой торговли и управления сбытовой деятельностью;

- проанализировать специфику поведения оптовых предприятий на современном рынке;

- проанализировать факторы, влияющие на сбыт оптового торгового предприятия;

- оценить конкурентоспособность отечественных предприятий оптовой торговли;

- дать рекомендации по совершенствованию деятельности оптовых предприятий.

Методика исследования. Методологической основой исследования стали научные труды отечественных и зарубежных ученых в области экономики, менеджмента торгового предприятия, публикации в периодических изданиях, законодательные акты Российской Федерации. В ходе исследования были использованы общие и частные методы, в том числе анализ, синтез, экономико-математическое моделирование, логический метод, системный анализ.

Результаты исследования. Система управления оптовой сбытовой деятельностью на отечественных торговых предприятиях стремительно развивается. Большинство фирм стали разрабатывать более эффективные системы управления оптовой сбытовой деятельностью. Предприятия стали планировать свою сбытовую деятельность. Большое внимание уделяется повышению квалификации сотрудников предприятий. Все больше усилий прилагается для того, чтобы удержать постоянных клиентов. Также наблюдается автоматизация системы управления продаж.

После присоединения Крыма к России, большинство крымских предприятий потеряли своих поставщиков. Теперь им приходится искать новых надежных поставщиков, что связано с большими затратами денег и времени. Поставки товаров осуществляются с опозданием, так как паром на Керченской переправе не справляется с таким потоком.

Но, несмотря на такие трудности, крымские предприятия строят новые надежные отношения с российскими поставщиками. Также предприятиям открываются большие перспективы для расширения своего рынка сбыта, что позволит продавать товар не только на территории Крыма, но и по всей России. Поэтому проблема эффективного управления оптовыми продажами приобретает особую актуальность на современном этапе.

Выводы. На сегодняшний день управление оптовой сбытовой деятельностью на предприятии играет первостепенную роль. Развитие сбытовой деятельности является ключевым фактором создания регионального рынка и производства в целом.

С помощью оптовой торговли производится активное распределение товаров большими партиями на внутреннем рынке страны. Оптовая торговля стимулирует отечественных производителей выпускать более конкурентоспособные товары для того, чтобы занять свою нишу, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ В КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Зозуля Н.Г.

*магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и
управления КФУ им. В. И. Вернадского*
научный руководитель: к.э.н., доцент Харичева Г.Я.

Введение. Для Крыма развитие туризма является приоритетом в развитии экономики. В настоящее время происходит стабилизация развития туризма в Крыму, постепенное возвращение утраченных позиций по количеству принимаемых туристов, увеличение объемов туристической деятельности. Основным средством продвижения своего продукта турфирмы выбирают различного рода рекламу.

Всегда существует проблема выбора рекламоносителя. Кроме того, решения по планированию рекламы принимаются с учетом следующих факторов: тип аудитории, которую желательно охватить, где (географический аспект), когда (время), как долго (продолжительность кампании) и насколько интенсивно (частота) должен производиться показ.

Инновационная деятельность в туризме должна основываться на фундаменте накопленных знаний. Приступать к воплощению новых идей и созданию новых направлений туризма следует лишь после познания и изучения форм и методов работы как прошлого, так и настоящего. Глубокое понимание сферы деятельности позволяет предвидеть развитие событий и опережать конкурентов.

Цель и задачи исследования состоят в формировании маркетинговых инноваций в коммуникационной политике в сфере туризма на территории Республики Крым.

Методика исследования – аналитическая.

Результаты исследования. Анализ показал, что помимо стандартных способов рекламы, с которыми мы сталкиваемся каждый день, таких как реклама на радио, телевидении, наружная реклама и др., существует и инновационные методы рекламы.

Маркетинг инноваций – это целевой маркетинг, он должен быть основан на выборе целевого сегмента рынка с разработкой для него конкретных инноваций, концепций и комплекса маркетинга. Это позволит сконцентрировать внимание на конкретном сегменте рынка, обеспечить наибольшую прибыль туристическому предприятию и выгоду для покупателя.

В форме маркетинговых инноваций в сфере туризма для Республики Крым целесообразно рассмотреть способы BTL рекламы. BTL (от англ. below-the-line – под чертой) – комплекс маркетинговых коммуникаций, отличающихся от прямой рекламы ATL (от англ. above-the-Line) уровнем воздействия на потребителей и выбором средств воздействия на целевую аудиторию.

Одним из самых популярных методов рекламы за рубежом является флэшмоб. Данное мероприятие можно приурочить к праздникам, таким как «День защиты детей», день города и др. Стоимость данного мероприятия для города Симферополя составит примерно 12000 руб.

Традиционным эффективным способом информирования потенциальными потребителями о туристских услугах являются выставки и ярмарки. Стоимость участия в выставках в Республике Крым колеблется в пределах 20000 руб.

В настоящее время, к сожалению, слабо используются промо-акции. В реальной действительности интерактивные мероприятия, направленные на потенциальных клиентов, вовлекают их в действие и делают заинтересованными участниками Btl-акции, внушают доверие к фирме, которая не боится показать товар лицом.

Одним из наиболее популярных PR-инструментов, применяемых в нашей стране является спонсорство, его суть как PR-активности заключается в оказании туроператором

материальной помощи проводимым в регионе мероприятиям, способным привлечь внимание большого количества потенциальных потребителей, туристического истеблишмента или журналистов, в обмен на неоднократное «упоминание» и «выражение благодарности» оказавшим поддержку устроителями мероприятия. Разумеется, активность «упоминания» спонсоров, как в рекламе грядущего общественного мероприятия, так и во время самого мероприятия прямо зависит от размера спонсорской помощи. По этой причине количество рекламных сообщений о спонсорах и время их выхода строго регламентируется самим спонсором. Тем не менее эффект есть.

Проводятся в Республике Крым и корпоративные мероприятия, представляют собой организуемые менеджментом туроператора (или нескольких туроператоров) акции, направленные на участие в них членов своего коллектива. Основным предназначением корпоративных мероприятий (например, торжественное подведение итогов года, празднование корпоративных юбилеев и торжеств) является формирование столь необходимого для туризма и туристического бизнеса корпоративного духа. На наш взгляд, организуя крупные корпоративные мероприятия, могущие представить интерес для широкой и далекой от проблем туризма общественности, туроператор — организатор целесообразно прибегать к помощи со стороны СМИ в широком освещении данной акции.

В мировой практике на современном этапе активно используется стейкхолдерский подход в маркетинге, который предполагает широкое внедрение инноваций по всем направлениям и предполагающий синергетический эффект. Одна из ключевых проблем стейкхолдерского подхода – активно развивающегося направления современного маркетинга – состоит в сложности формального описания поведения стейкхолдеров, каждый из которых имеет и реализует собственные интересы и политики.

Выводы. На данный момент в Республике Крым маркетинговая коммуникационная деятельность в сфере туризма находится на начальном этапе развития. Большинство туристских агентств не имеют своего маркетингового отдела, а его функции выполняют сотрудники фирмы. Именно поэтому для эффективной работы, туристские агентства должны обратить внимание на инновации в коммуникационной политике и отойти от стереотипов. Только при разумном комбинировании ATL и BTL рекламы, турфирма сможет занять конкурирующие позиции на рынке туристских услуг.

Внедрение инноваций потребует не только готовности предприятий вкладывать финансовые средства в развитие, но и активной государственной поддержки, повышения национальной инновационной способности для превращения научных исследований в коммерческий продукт. Для осуществления инновационной деятельности также необходимо развитие инновационной инфраструктуры: инновационных, информационных, консультационных, учебных и других центров, инвестиционных, научно-технических бирж, организационных и других услуг по сопровождению всех этапов инновационной деятельности.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТИП ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ

Калькова Н.Н.

к.э.н., доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Обеспечение устойчивого социально-экономического развития России в условиях усиления конкуренции на глобальном рынке, влияния ряда негативных внешних факторов, возможно посредством технологической модернизации производственных комплексов, с целью повышения производительности труда и конкурентоспособности выпускаемых товаров, обеспечения инновационного вектора развития экономики, осознания значимости формирования высококвалифицированного человеческого капитала, как фундамента развития рынка наукоемкой продукции в том числе в области нано-, био- и информационных технологий, что, в конечном итоге, снизит зависимость экономики от многих традиционных факторов роста. Реализация данных масштабных изменений предполагает учета экологической составляющей, как одной из приоритетных, и требует формирование экологически сбалансированных производственных комплексов, а также исследование возникновения новых экологических потребностей.

Цель и задачи исследования. Следует отметить, что трансформационные процессы на энергетических, сырьевых, товарных и др. рынках влияют на формирование новых типов поведения потребителей, одним из которых является экологический. Таким образом, эффективное продвижение и реализация товаров в новых условиях требует исследования компонент и детерминант, обуславливающих экологический тип поведения потребителей.

Результаты исследования. Значимость повышения уровня экологического сознания потребителей подтверждается данными анализа мирового сектора производства экологических товаров и услуг, в котором за последние 10 лет наблюдается существенный рост: с 200 млрд долл. в 2000 г. до 6 трлн долл. в 2007 г. Ожидаемый прогноз объема рынка экологических товаров и услуг к 2015 г. должен составить около 8,8 трлн долл. Основными странами-участниками данного рынка являются США (37 %), страны Западной Европы (30 %), Япония (18 %).

Следует отметить, что поведение человека исследовалось в сфере физиологии, психологии, социологии и др. смежных науках и определялось учеными: Сеченовым И.М. как взаимодействие целостного организма со средой, Шибутани Т. как длинная цепочка действий, каждая из которых начинается с нарушения равновесия внутри организма и кончается равновесием, Ивановой Р.А. как система взаимосвязанных действий, совершаемых под воздействием как внешних, так и внутренних факторов, а также как имеющую природные предпосылки социально обусловленную деятельность. Таким образом, можно сказать, что в зависимости от системы побудительных факторов, а также от влияния прочих раздражителей в определенный временной период формируется тот или иной тип поведения потребителя (сложный, поисковый, неуверенный и т.д.). Т.е. возможно предположить, что наличие определенных компонент личности, ее отношение к экологичности продукции и окружающей среде, к состоянию своего здоровья и качества жизни, значимость экологических ценностей, может влиять на формирование экологического поведения потребителя.

Под экологическим поведением, по мнению Трофимой Я.В., следует понимать деятельность потребителей, нацеленную на максимальное удовлетворение потребностей путем осознанного выбора экологически чистых товаров, услуг, то есть произведенных с минимальным экологическим воздействием на окружающую среду, а также оказывающих наименьший экологический вред при их производственном и личном потреблении (эксплуатации). Действительно, экологический потребитель, в отличие от традиционного, более информирован, организован, активен: он понимает остроту глобальных экологических

проблем, участвует в их решении своим целенаправленным выбором экопродуктов, поддержкой экологических мероприятий.

В работе «Японский опыт исследования компонентов экологического спроса» выделяют следующие группы потребителей экологических товаров: истинно зеленые – потребители, принимающие участие во многих экологически направленных мероприятиях, от рециркуляции к осуществлению экологически направленных покупок и готовые платить более высокую цену за экологичность товаров; умеренно зеленые потребители, которые готовы платить нормально повышенную цену за экологические товары (на американском сленге их называют «доллар»); подобные зеленым, или «ростками» называют потребителей, которые по отношению к экологическим проблемам приближаются к зеленым, однако не осуществляют экологически направленных мероприятий, при этом, они очень обеспокоены состоянием окружающей среды, хотят улучшить, но не проявляют экологически направленного поведения, в том числе потребительского. Развивая представленную классификацию, ученый Ж. Оттман предлагает рассматривать следующие группы потребителей: настоящие «зеленые» (фанаты) – 20%, потенциальные «зеленые» (молодые) – 5%, пассивные «зеленые» (те, которые не определились) – 31%, недовольные – 9%, основная часть населения – 35%. Следует отметить значительный процент (31%) пассивных, т.е. неопределившихся потребителей, вследствие чего производителям экологических продуктов следует четко определить компоненты экологического поведения потребителей, с тем, чтобы побудительными воздействиями вызвать ответную реакцию в виде покупки экологического продукта. Также ученый Ж. Оттман в своих исследованиях отмечает гендерные различия в поведении потребителей: женщины более экологически осведомленные, чем мужчины, а самыми активными потребителями экологически чистой продукции является семьи с детьми. Это связано с тем, что женщины более доверчиво воспринимают экологические обращения и имеют хорошо развитый инстинкт к самосохранению и сохранению семьи. Таким образом, типичный «зеленый» потребитель, по мнению ученого, это образованная, богатая, политически либеральная женщина в возрасте от 30 до 49 лет с детьми, желающая сохранить свое здоровье и здоровье своей семьи, а также планету для будущих поколений. Уточняя представленные классификации, компания Roper Organization в результате проведенных исследований рассматривает следующие группы экологически осведомленных потребителей: в первую группу относят «зеленых активистов» (5-15% населения) – сторонников или членов экологических организаций; во вторую группу – «зеленые» мыслители включают 30% населения, учитывая 1-ю группу – это те потребители, которые ищут новые экологические товары и услуги, новые пути и возможности для усиления безопасности своей жизни и здоровья; третья группа – «зеленые» покупатели (45-60% включая первую и вторую группы) – те потребители, которые покупают и потребляют продукцию, которая имеет отношение к экологической и четвертая группа потенциальных потребителей (90% включая предыдущие группы), которые утверждают, что интересуются экологическими результатами.

Осуществление деления потребителей по указанным группам в современных условиях является крайне важным для производителей и продавцов экологических продуктов при формировании маркетинговой ценовой политики, а также политики продвижения товаров.

Выводы. Техническое переоснащение и модернизация экономики России, формирование новых «точек» роста направлено на преодоление кризисных явлений, формирование устойчивого социально-экономического роста с целью повышения уровня и качества жизни населения с одной стороны, однако в тоже время может привести к ухудшению экологической обстановки на территории. Данные тенденции приводят к постепенному осознанию потребителями в качестве приоритетных именно экологических ценностей, ориентации на экологический образ жизни, что требует исследование процесса формирования экологического поведения потребителей, выявление внутренних компонент личности, определяющих конкретный экологический тип поведения, а также внешних факторов, побудительно воздействующих на потребление экологических продуктов.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Кифяк А.В.

ассистент кафедры международной экономики факультета международного бизнеса и администрирования Института экономики и управления КФУ

Введение. Рассматриваются проблемы и специфика реализации регионального потенциала Республики Крым в сфере привлечения иностранных хозяйствующих субъектов.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является определение необходимости и востребованности поиска путей реализации регионального потенциала Республики Крым в условиях адресного расширения санкций.

Методика исследования. В работе использованы результаты социологических опросов руководителей отечественных предприятий различных форм собственности.

Результаты исследования. С момента вхождения Республики Крым и города Севастополь в состав Российской Федерации, против реализуемой региональной экономической политики со стороны ряда государств, международных институций и конкретных корпораций были введены адресные ограничения и санкции, препятствующие полноценному вхождению Крымского Федерального Округа в правовое поле РФ.

На фоне технических и организационных проблем, переориентацией элементов экономического потенциала территории на основе условия хозяйствования, любые банковские, информационно-коммуникационные инфраструктурные, инвестиционные и иные ограничения для ведения международного бизнеса в Крыму, несомненно способствуют замедлению темпов реализации экономического потенциала территории и ведут к нарастанию социальной напряженности, сокращению инвестиционной активности, падению темпов производства, росту безработицы и преступности, снижению деловой активности и росту имиджевых и репутационных рисков.

В этих условиях основным фактором, оказывающим негативное влияние на развитие бизнеса становится недоверие предпринимателей к экономической политике. Согласно 18-му Ежегодному опросу руководителей крупнейших компаний мира большинство наиболее значимых проблем для развития бизнеса допустимо сгруппировать по действующим факторам.

«Неопределенность экономической ситуации» расценивают как «сдерживающий развитие» 64 % респондентов. Второй группой факторов считают «высокий уровень издержек» (высокий уровень налогообложения, - 74%, неоправданно высокий процент коммерческого кредита, - 63%, высоких цен на энергоресурсы, - 60% и высокие издержки на оплату труда, - 54%). При этом высокий уровень налогообложения и высокий процент коммерческого кредита становится наиболее сильным «тормозом» в сфере малого и среднего бизнеса.

63% наших предпринимателей согласно тем, что за последний год число угроз для ведения бизнеса увеличилось. К наиболее значимым угрозам допустимо отнести: геополитическую неопределенность (86% опрошенных), увеличение налогового бремени (72%) и социальную нестабильность (69%).

Рост пессимизма в отечественной бизнес-среде (абсолютно уверенных в успехе своих компаний лишь 16%, по сравнению с 53% в прошлом году) намного превышает долю оптимистичных руководителей крупнейших компаний мира (39% из которых уверены в росте выручке своих предприятий в следующем году).

Попытки реализации имеющегося курортно-рекреационной, сельскохозяйственной и промышленной и иных составляющих потенциала Крыма, наталкиваются на отсутствие обоснованной экономической программы развития федерального округа, специфику территориальной и таможенной изоляции, правовых ограничений по признаваемости нормов целевые санкции по ограничению на банковские и платежные операции для крымских

субъектов хозяйствования, прямые затраты руководства европейских стран на инвестиции в регион и иные меры противодействия поступательному восстановлению крымской экономике.

Стремление лидеров ряда европейских (и не только) стран затруднить реновацию экономического роста Крыма ведут к росту административных, транспортных, инфраструктурных, энергетических и иных издержек, а, следовательно снижают конкурентоспособность крымской продукции. Целевые субсидии и инвестиции из федерального бюджета неспособны одномоментно преобразовать сложившийся правовой нигилизм, коррупционный характер бизнеса и патерналистский характер трудового менталитета. Преобразование практически каждой из сфер крымского общества требует иного подхода в муниципальном управлении, переобучения кадров государственных структур территории, перерегистрация субъектов налогообложения и множество иных организационно-распорядительных изменений в модели управления территории.

Столь масштабные преобразования требуют, на наш взгляд, колоссальных инвестиционных вливаний и концентрации федерального административного ресурса, а также обоснованный выбор приоритетных направлений. К таким приоритетам допустимо отнести курортно-рекреационную, санаторно-лечебные комплексы, исторические и краеведческие памятники и заповедники, расширение объемов производства сельскохозяйственной продукции, реализацию государственного заказа продукции на заводах Феодосии, Севастополя, Керчи, упрощение процедур открытия малого предпринимательства и активизация туристических потоков. Такое сознательное ограничение приоритетов экономического развития обусловлено ограниченностью финансовых и административных ресурсов, с одной стороны и максимальным позитивным мультикативным эффектом, с другой. Однако и такое сужение приоритетов наталкивается на целевое противодействие, связанное с ограничением потока авиаперевозок, на поставки воды для полива, электроэнергии, усиление процедурного характера таможенного оформления перевозок грузов автотранспортом, ситуационный рост преступности и иные.

Переломить сложившуюся за последние годы модель ведения бизнеса в Крыму возможно, на наш взгляд, только в результате усиления административного контроля, детенизации хозяйственной жизни и адресных гарантий малому и среднему бизнесу. С учетом того, что теневая составляющая экономики региона оценивается в пределах 25-45% ВРП, малые и средние предприятия не могут в полном объеме служить генераторами точек роста крымской экономике, а более крупные компании, - либо выводят свои активы за границу (включая оффшоры), либо сворачивают масштабы своей деловой активности в Крыму.

В таких условиях особенно значимым, на наш взгляд, является степень государственного надзора за крупными бизнес-проектами, инфраструктурными программами, в некоррупционности государственных закупок и мониторинг расходования средств федерального бюджета. Только такой подход позволит минимизировать первоначальные затраты и даст позитивный мультикативный эффект, служащий базовой точкой роста для экономики Крыма. Ориентация на иностранных инвесторов, заинтересованных в развитии крымского бизнес-сообщества не представляется целесообразной, в виду ограниченности ниш для инвестирования, имеющих проработанную правовую основу.

Выводы. Специфика реализации регионального потенциала Крыма связана со специфическими характеристиками не столько его экономики, сколько с неопределенностью правового статуса в глазах мирового бизнес-сообщества. Преодоление такой неопределенностью потребует длительных (не менее 3-5 лет) целевых усилий по информированию международной предпринимательской среды о потенциальных выгодах ведения бизнеса на этой территории. Создание экономической зоны с особым статусом (включая: льготный режим таможенного регулирования, специфических преференций по налогообложению и др.) способно сократить срок капитализации потенциала территории.

ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ МАРКЕТИНГА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Кузьмина М.И.

студентка кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: доцент Симагин В.И.

Введение. Учебная дисциплина «Маркетинг торгового предприятия» изучается студентами впервые в практике учебной работы кафедры Маркетинга и торгового дела Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского». Для одной группы студентов 3-го курса прочитан курс лекций по дисциплине, проведены семинарские и практические занятия. Студентами выполнены обязательные модульные задания и задания по самостоятельной работе. Студенты прошли учебно-технологическую практику на предприятиях розничной торговли. Успешно сдан экзамен по дисциплине.

Однако, в процессе проведения всех видов занятий у преподавателя дисциплины и у студентов возник ряд проблем, связанных, как с содержанием курса, так и с его материально-техническим обеспечением.

Цель и задачи исследования. Целью настоящего исследования является выяснение содержания учебной дисциплины, соответствующего специализации «Маркетинг в торговой деятельности». Цель может быть достигнута решением следующих задач:

1. Исследование содержания и объёмов маркетинговой деятельности разнообразных торговых предприятий, которые представляется возможным классифицировать по следующим направлениям:

- в зависимости от потребителей, на которых направлена деятельность;
- в зависимости от размеров товарооборота;
- в зависимости от специализации;
- в зависимости от реализуемых товаров;
- в зависимости от организационной структуры управления;
- в зависимости от степени мобильности и др.

При этом нельзя забывать, что маркетинг представляет собой вид деятельности направленной на удовлетворение потребностей потребителей торговых предприятий, независимо от направления их классификации. Следовательно, до изучения курса, студенты должны знать учебный материал по организации и технологии торговых предприятий.

2. Исследование объёма, структуры и организации маркетинговых исследований, которые должны проводить торговые предприятия. Приоритеты здесь должны отдаваться исследованиям потребителей, конкурентов и конъюнктуры.

3. Исследование содержания маркетинговых политик в торговой деятельности (товарной, ценовой, коммуникаций, распределения).

Товарная политика торгового предприятия преобразуется в ассортиментную, поскольку мало кто из предприятий торговли создает собственные бренды, хотя в развитых странах это устойчивая тенденция уже начиная с 90-х годов XX столетия.

Ценовая политика сводится к определению торговой надбавки, а коммуникации в торговле формируются факторами локации предприятия и навигации к нему. Распределения в торговом предприятии область торговой логистики и зависит от того, кто есть потребителями субъекта рынка.

Структура курса маркетинга торгового предприятия построена в настоящее время по типу структуры общего курса маркетинга и включает в себя особенности проведения маркетинговых исследований (общих вопросов, конъюнктуры, конкуренции), содержания и особенностей реализации маркетинговых политик в торговле (товарной, ценовой, коммуникаций, распределения), сервисного обслуживания товаров длительного пользования, основ организации маркетинговой деятельности в торговых предприятиях.

Структура, вероятно, требует совершенствования, но без изучения маркетинговых потребностей торговых предприятий такая работа практически не выполнима.

Методика исследования. Анализ содержания и практики проведенных занятий по дисциплине.

Результаты исследования, их краткий анализ.

1. Классификацию торговых предприятий необходимо изучать не в курсе маркетинга торгового предприятия и тратить на это довольно значительное время, а на втором курсе обучения, например в курсе организации и технологии торговых предприятий.

2. Учебной литературы по данной учебной дисциплине в библиотеке нет и перспективы её появления неизвестны. Источники информации, которые есть в Интернете, отличаются неконкретностью, повторами учебного материала из общего курса маркетинга и, во многих случаях, ценовой недоступностью.

3. Устойчивой и полноценной связи с торговыми предприятиями у кафедры нет и не будет до тех пор, пока соответствующая служба Института, наделённая административными и финансовыми полномочиями, не решит вопрос через региональные и муниципальные власти республики о предоставлении возможности кафедре маркетинга и торгового дела (смежным кафедрам) для проведения практических занятий, учебной, учебно-производственной, преддипломной практик и стажировок преподавателей на предприятиях торговли. В текущем году такая работа проводилась исключительно на энтузиазме и личных связях преподавателей кафедры в торговом мире. Такое положение не может продолжаться в дальнейшем, так как торговые предприятия основаны на частной собственности, они не желают разглашения конфиденциальной информации об их деятельности и материально не заинтересованы в присутствии на их поле деятельности ни студентов ни, тем более, преподавателей. Использование личных возможностей студентов по их размещению для практики и сбора фактического материала для отчётов о практике, написания дипломных работ нельзя рассматривать как даже выход из положения. Государственное учебное заведение обязано иметь базы практики и использовать их практический опыт для качественного обучения студентов.

4. Учебная дисциплина «Маркетинг торгового предприятия» является одной из важнейших дисциплин для подготовки академического бакалавра специализации «Маркетинг в торговой деятельности» и совершенствование её теоретического и практического содержания является важнейшей задачей кафедры и потребностью студентов.

Выводы. В данном исследовании изложен первый опыт работы кафедры маркетинга Крымского экономического института после её трансформации в кафедру маркетинга и торгового дела Института экономики и управления Крымского федерального университета по преподаванию студентам учебной дисциплины «Маркетинг торгового предприятия».

Названная дисциплина в дальнейшем будет совершенствоваться по содержанию, методике преподавания, связи с практической маркетинговой деятельностью реальных торговых предприятий Крыма. Особое внимание должно быть уделено управлению маркетингом торговых предприятий и постепенному переходу на маркетинговое управление.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Кузьмина М.И.

студентка кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н., доцент Харичева Г.Я.

Введение. В настоящее время увеличился спрос на туристский продукт Крыма, многие россияне впервые приезжают в Крым и высоко оценивают разнообразие туристских ресурсов полуострова. Спросом пользуются различные виды ресурсов.

Для того чтобы сохранить и даже увеличить спрос необходимо устранить недостатки, связанные с человеческой деятельностью.

Цели и задачи исследования заключаются в выявлении и предотвращении проблем туристского продукта Крыма.

Методика исследования – аналитическая.

Результаты исследования. Анализ показал, что существует ряд факторов, которые негативно сказываются на имидже туристского продукта полуострова:

- антропогенное загрязнение атмосферного воздуха;
- загрязнение поверхностных и подземных вод, курортных ресурсов;
- накопление токсичных и бытовых отходов;
- неудовлетворительное состояние канализационных очистных сооружений;
- дефицит питьевой воды и ее загрязнение ввиду плохого санитарно-технического состояния водопроводных сетей;
- недостаточное количество транспортных средств, связывающих Крым с материковой Россией и др.

Среди этих проблем серьезную беспокойность вызывают экологические проблемы Крыма: таких как накопление отходов. На территории Крыма накоплено 10,6 млн. тонн токсичных отходов, в том числе 866,9 тонн непригодных, запрещенных и неопознанных пестицидов (по официальным данным). В Крыму имеется 28 официально зарегистрированных свалок (полигонов) твердых бытовых отходов, где накопилось 18,3 млн. тонн отходов. Большая часть свалок исчерпала свои санитарно-технические и территориальные возможности. Данная проблема не решается много лет ввиду отсутствия финансирования и дефицита свободных земель.

Неблагоприятная экологическая ситуация также ухудшает имидж полуострова, но тем не менее Крым может стать очень привлекательным для отдыха регионом, если решить следующие проблемы:

- устранение недостатков в обслуживании – маркетинговые исследования отдыхающих в Крыму показывают, что наиболее слабыми факторами конкурентоспособности крымского туристского продукта являются: недостаточно качественное питание, устаревшая материально-техническая база, требующее улучшения качество обслуживания;

- совершенствование коммуникационной политики;
- совершенствовать формирование имиджа полуострова.

Определенный опыт в Крыму уже есть, например, сакские санатории, использующие грязелечение, показывают уникальные свойства местных грязей, демонстрируют снимки детей и взрослых, значительно поправивших здоровье.

Гостиница «Ялта» в Крыму, имеющая спортивно-оздоровительный и развлекательный комплексы, бассейн, обустроенную пляжную и парковую зону, рестораны с полным обслуживанием, бары, кафе, помещения для проведения конференций и семинаров, позиционирует свой продукт в осенне-зимний период как систему для делового туризма.

Для многих Южный берег Крыма ассоциируется с изображением «Ласточкиного

гнезда», г. Судак – с Генуэзской крепостью. Несмотря на то, что стереотипы живут довольно долго, имидж страны, региона может эволюционировать, и осознание значения, которое он представляет, должно побуждать государства к проведению смелой политики повышения национального имиджа.

Превосходной иллюстрацией проведения такой политики является политика, проводимая государственными властями и предприятиями Японии. В случаях, когда приходится улучшать или даже полностью переделывать уже существующий имидж, который признан несоответствующим тому или иному рынку, возникают трудности, но они разрешимы.

Из зарубежного опыта можно привести пример Лас-Вегаса, который долгое время считался столицей свободных нравов и игорного бизнеса. Игорный бизнес и в настоящее время обеспечивает 60% местной экономики, однако наблюдаются следующие перемены:

- Лас-Вегас – это центр туризма для семей, которые увлекаются спортом, развлечениями, отдыхом и драматическими видами искусства;
- это университетский город, где расположен один из наиболее быстро растущих и самых престижных университетов Запада;
- это региональный центр услуг, основанных на высоких технологиях;
- Лас-Вегас один из наиболее развивающихся районов страны.

Мировая практика эффективного туризма показывает важность формирования имиджа не только на микромаркетинговом уровне (на предприятии), но и на мезомаркетинговом уровне (на уровне местных органов управления городов и поселков, являющихся туристскими центрами) и макромаркетинговом (на уровне отрасли, страны или региона). Положительный имидж, являясь чрезвычайно важным для страны, не менее необходим и для региона, местности, туристского учреждения.

Также необходимо:

- создать соответствующую структуру, контролирующую накопление и переработку токсичных и бытовых отходов;
- улучшить водоснабжение за счет использования подземных источников, опреснения воды для технических целей, использовать водных ресурс материковой части России.

Выводы. Отечественная реальность изобилует примерами проблем, связанными с необходимостью улучшения имиджа. Так, имидж туристического продукта Крыма пострадал под влиянием политической и экономической нестабильности, снижения уровня обслуживания с одновременным повышением стоимости услуг, плохого водоснабжения, угрозы инфекционных заболеваний и других неблагоприятных факторов, имеющих место в последние годы.

Устранение перечисленных недостатков приведет к увеличению спроса и улучшит состояние лояльности будущих клиентов.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Кучаева В.Г.

магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н., доцент Хохлов В.А.

Введение. Большинство исследователей вопроса конкурентоспособность торговых предприятий определяют как эффективность финансово-хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия на определенном сегменте рынка в определенный момент времени, при условиях непрерывного внедрения инновационных разработок, формирования лояльности потребителей и накопления конкурентных преимуществ, которые позволяют достичь рыночного превосходства над конкурентами без ущерба для окружающих. При этом единого подхода к составу показателей конкурентоспособности и сведению их в некий интегральный показатель не наблюдается.

Цель и задачи исследования. Определение методологических подходов к оценке конкурентоспособности предприятий розничной торговли является основной целью исследования.

Методика исследования. Основу методики исследований составляет анализ и обобщение теоретических и практических направлений оценки конкурентоспособности розничных торговых предприятий.

Результаты исследования. Предлагаемые модели оценки конкурентоспособности не отвечают сложившимся требованиям оценки эффективности конкурентного положения предприятия на рынке, так как не учитывают особенности торговых форматов торговых заведений и не отражают комплексный подход к оценке. Например, в России все сетевые продуктовые магазины делят на шесть форматов: супермаркеты, гипермаркеты, Кэш энд Керри, дискаунтеры, магазин у дома, гастрономы класса премиум и суперпремиум.

Маркетинговыми исследованиями всегда подтверждается высокий разброс покупательских предпочтений. Это касается как формата магазина, так и цены, и требуемого удобства покупки. Например, 68 % респондентов выбирают магазины с высоким уровнем комфорта и готовы за него переплатить. При этом для 32 % респондентов при выборе магазина наиболее важна экономия в цене, и они совершают покупки исключительно в дискаунтерах. Исходя из этого, для каждого формата необходимо предложить свои параметры оценки конкурентоспособности на конкретном рынке.

В исследованиях определен перечень показателей отражающих конкурентоспособность розничного торгового предприятия для каждого конкретного формата. Выявленные показатели конкурентоспособности выглядят следующим образом:

Показатели покупательских предпочтений:

1. Коэффициент удовлетворенности ассортиментом.
2. Коэффициент удовлетворенности качеством обслуживания.
3. Рейтинг торговой сети.

Показатели экономики предприятия:

4. Доля рынка, занимаемая предприятием в данном сегменте.
5. Рентабельность продаж.
6. Стоимость потребительской корзины.

Определение и расчет частных показателей конкурентоспособности и сравнение их с базовыми производится через относительные величины – баллы. Частные показатели находятся внутри следующих групп: а – конкурентоспособность товара; б – финансовое положение; с – бренд сети; d – количество магазинов; e – торговые площади; f – внешняя среда. При этом в группу «а» входят следующие подгруппы или подсистемы: цена, качество, широта ассортимента, товары под собственной торговой маркой, пакет услуг (опосредованные выгоды). Группа «б» включает подгруппы: розничная выручка, финансовая

устойчивость, величина оборота, оборот с 1 кв. м площади, средний чек, инвестиции. В группу «с» входят подгруппы, обозначенные, как близость к покупателю, качество обслуживания, ребрендинг, внедрение инноваций. Группа «d» состоит из следующих подгрупп: распределение по форматам, количество дискаунтеров, открытие новых магазинов, расширение деятельности в регионах, место размещения торговой точки. Группа «е» включает общую площадь магазинов сети, ставку арендной платы, площадь, занимаемую сопутствующими товарами. И, наконец, группа «f» объединяет показатели макроэкономических процессов.

В дальнейшем предлагаемые методики оценки конкурентоспособности предполагают различные системы сведения в интегральный показатель (коэффициент) указанных единичных показателей. При этом, показатели, выражающими потребительские предпочтения, предлагается определять на основании опроса мнения потребителей. Каждый показатель оценивается по 10 бальной шкале, который принимается за единичный коэффициент. Экономические показатели конкурентоспособности оцениваются путем отношения показателя оцениваемого предприятия к показателю эталонного предприятия.

На основании такого анализа – расчета можно вычислить границы, в которых могут находиться интегральные коэффициенты для торговых предприятий различных форматов: для гипермаркета, дискаунтера и других.

Выводы. Конкурентоспособность оптового торгового предприятия зависит от эффективности реализации возлагаемых на него функций. Для обеспечения конкурентного преимущества предприятие должно сосредоточиться на одной базовой конкурентной стратегии: стратегии лидерства по издержкам и стратегии дифференциации продукции, представляющей собой сосредоточение усилий на каком-либо рыночном сегменте с целью лучшего удовлетворения потребителей. Развитию оптовой торговли могут способствовать определённые тенденции в экономике региона и страны в целом: увеличение числа уровней промежуточных производителей и пользователей; необходимость адаптации товаров к нуждам пользователей с точки зрения количества, упаковки, ассортимента. Крупные оптовые предприятия способны влиять на закупочные цены, уменьшая количество конкурентов на целевом рынке в лице мелких и средних коммерческих оптовых структур торговли.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Лысенко В.О.

магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н., доцент Хохлов В.А.

Введение. Традиционный подход к ценообразованию предусматривает анализ всего спектра составляющих элементов цены: затрат, налогов, прибыли и т.д. При этом из аналитической работы обычно выпадает торгово-логистическая составляющая цены и особенности ценообразования, связанные с функционированием торговых предприятий. Предметом ценовой политики торгового предприятия выступает не цена товара в целом, а лишь один из ее элементов – торговая надбавка. Именно этот элемент цены товара характеризует цену торговых услуг, предлагаемых покупателю при его реализации торговым предприятием, только его торговое предприятие формирует самостоятельно.

Цель и задачи исследования. Несмотря на высокую степень связи с ценой производителя, уровень торговой надбавки далеко не всегда определяется уровнем цены на товар. Так, при низком уровне цены на товар, предложенном его производителем, может

быть сформирован высокий уровень торговой надбавки, и, наоборот, - при высоком уровне цены производителя торговые предприятия часто ограничиваются низким уровнем торговой надбавки. Обоснование факторов формирования торговой надбавки и ее связи с результативными показателями деятельности торгового предприятия составляет основную цель исследования.

Методика исследования. Для обоснования оптимальных пропорций издержек, надбавок и доходов торгового предприятия используется экономико-статистический метод, позволяющий проанализировать и формализовать причинно-следственные связи указанных экономических величин.

Результаты исследования. Торговая надбавка предприятия состоит из трех основных элементов: издержек обращения, связанных с реализацией товара; налоговых платежей, входящих в цену товара, т.е. уплачиваемых непосредственно за счет доходов торгового предприятия (к ним относятся налог на добавленную стоимость, акцизный сбор, таможенные сборы и пошлины и другие); суммы прибыли и реализации товаров (до вычета из нее налогов). По большинству товаров размеры надбавок предприятия торговли устанавливают самостоятельно. По некоторым социально значимым товарам местным органам исполнительной власти предоставлено право утверждать предельные размеры торговых надбавок.

На предприятиях торговли и общественного питания уровень торговых надбавок (наценок) дифференцируется в зависимости от качества товаров (продукции), культуры торгового обслуживания. Уровень торговых надбавок на высококачественные товары существенно отличается от уровня торговых надбавок на другие товары, имея в цене такого товара значительный удельный вес. Как свидетельствует опыт развитых стран, доля торговых надбавок в цене товара колеблется от 15 до 70%, а по товарам экстра-класса цена продажи превышает цену покупки более чем в 2-2,6 раза.

Важный аспект экономики торгового предприятия – правильное обоснование размера надбавки, который оказывает влияние на доходы торговой деятельности и конкурентоспособности товара на потребительском рынке. Чрезмерно высокие размеры торговых надбавок приводят к завышению розничной цены товара, а, следовательно, к уменьшению спроса и количества покупателей. С другой стороны, занижение размера надбавок на товары может повлечь за собой снижение рентабельности и ухудшение финансового состояния торгового предприятия.

При оценке сложившегося уровня торговой надбавки, основной целью является определение того минимального ее уровня, ниже которого она не может быть установлена исходя из требования самоокупаемости процесса продажи товаров. Ее размер должен позволить предприятию, одной стороны, покрыть затраты и получить прибыль от продажи, а с другой стороны, обеспечить конкурентоспособность розничных цен на товары. Таким образом, при обосновании размера торговой надбавки надо учитывать как конъюнктуру рынка на конкретный товар, так и издержки и потребности предприятия. От величины торговой надбавки зависит уровень и размер валового дохода. Фактически именно за счет валового дохода как реализованной торговой надбавки покрываются затраты и формируется прибыль, поэтому существуют объективные причины для определения минимального уровня надбавки. Математически связь между уровнем торговой надбавки и уровнем валового дохода (относительные показатели уровня издержек, рентабельности продажи) может быть представлена формулой 1:

$$U_{ТН} = \frac{U_{ВД} \times 100}{100 - U_{ВД}} \quad (1)$$

где $U_{ТН}$ – уровень торговой надбавки, %;

$U_{ВД}$ – уровень валового дохода, %.

В свою очередь, уровень валового дохода можно представить в виде зависимости 2:

$$Увд = Уи + Ур, \quad (2)$$

где $Уи$ – уровень издержек, %;
 $Ур$ – рентабельность продажи, %.

Выводы. При обосновании торговой надбавки важно учитывать не только уровень издержек в целом, но и их структуру в разрезе переменных и постоянных затрат: с ростом товарооборота происходит снижение уровня издержек за счет постоянных затрат и возникают объективные возможности для снижения уровня надбавки, что, в свою очередь, ведет к снижению цены, укреплению конкурентоспособности торгового предприятия, ускорению оборачиваемости, при этом за счет роста объемов продаж величина получаемого валового дохода может увеличиваться. Уровень надбавки зависит от вида товара, места реализации (универсальный или специализированный магазин), и даже в масштабах одного предприятия на различные товары устанавливают разную надбавку. В конечном итоге ее обоснование сводится к установлению дифференцированных надбавок и их увязке с объемом реализации с целью получения максимального размера валового дохода.

НАПРАВЛЕНИЕ ОПТИМИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В КРЫМУ

Майорова Н.И.

магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: д.т.н., профессор Сергеев Б.И.

Введение. Индустрия туризма является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики. Необходимым условием развития туризма в Крыму является эффективное функционирование гостиничной индустрии и туристско-оздоровительных комплексов, приносящих довольно большой процент дохода.

Цель и задачи исследования. Анализ развития туризма в Крыму и направления его оптимизации.

Методика исследования – аналитическая.

Результаты исследования. Туризм на современном этапе играет очень важную роль в жизни людей, регионов, государств и в международной жизни. Он является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Успешное развитие туризма оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, то есть является одним из эффективных направлений структурной перестройки экономики.

В современном мире туризм проявляется в различных формах и отношениях. Он может быть представлен как:

1. Процесс и результат передвижения людей по различным туристическим маршрутам – путешествиие.
2. Сфера занятости населения.
3. Сфера экономики, которая вошла в тройку лидеров наравне с нефтяным и автомобильным бизнесом.
4. Сфера деятельности людей в свободное время, отражающая одну из фундаментальных потребностей людей – в восстановлении и развитии их жизненных сил – физических, интеллектуальных и психических.

Поэтому туризм может быть определен как ряд явлений, структур, обеспечивающих туристический продукт, а также вспомогательных отраслей, необходимых для обслуживания туристов, сферы гостеприимства, администрации этих сфер и процесса привлечения.

Вопросы, которые затрагивают данную работу, крайне важны, но следует также отметить, что необходима разработка градостроительства каждой отдельно взятой территориальной единицы. Это обусловлено тем, что сейчас наблюдается перенасыщение строительными объектами, как стационарного, так и временного назначения, которые не вписываются в общий стиль того или иного курорта и зачастую на их возведение не имеется необходимых разрешений.

Крым подвержен воздействию «черного» PR, в результате чего он закрепляется в сознании потребителей как курорт с низким уровнем сервиса, грязным морем, перебоями в водоснабжении и с электричеством, сложной эпидемиологической ситуацией, а также межэтнической напряженностью. В современных условиях Крым является мало конкурентоспособным курортом.

В настоящее время в Крыму остаются нерешенными проблемы качества обслуживания, сервиса, подбора персонала на предприятия туристической сферы. Проблема эффективного сотрудничества между представителями властей и бизнеса. Но самое главное нет четкой детерминанты в развитии данной отрасли, которая бы опиралась на конкурентные преимущества Крыма.

Одним из очевидных конкурентных преимуществ Крыма является экологически чистая природная среда, поэтому экотуризм несомненно является перспективным направлением. В Крыму функционирует самая протяженная в Европе высокогорная междугородняя троллейбусная трасса, связывающая Симферополь с Алуштой и Ялтой, что прекрасно вписывается в концепцию экологического туризма. Необходимо отметить, что сектор транспорта Крыма набирает темпы своего развития. Так, например, проект по строительству мини-метро в городе Ялте уже внесен в Генеральный план развития Большой Ялты до 2025 года. Постепенно Правительство Крыма планирует обновить междугородний троллейбусный парк.

Конкурентоспособным в Крыму является и сектор транспорта. Близость Крыма к Малой Азии и Юго-Восточной Европе, создают благоприятные условия для развития транспорта и транспортной сети. Крым доступен для посещения туристами любой страны.

Планировалось строительство горнолыжного курорта, про который не нужно забывать, так как Крым может привлекать туристов не только в летний сезон, но и в зимний. Предусматривалось развитие пяти-шести горнолыжных трасс, а также строительство нескольких гостиниц.

Что касается индустрии гостеприимства, этот сектор не выдерживает конкуренцию со стороны Болгарии и Турции и находится на одинаковом уровне развития с Краснодарским краем.

По информации предпринимателей, в этом году цены на проживание в домах отдыха и гостиницах в Краснодарском крае не намного выше, чем в Крыму. Хотя некоторые оптимисты считают, что разница в цене еще позволяет крымчанам уверенно смотреть в будущее.

На наш взгляд, имидж любого места назначения находится под очень сильным влиянием его визуального образа, созданного кино, телевидением, музыкой, а иногда и знаменитостями.

Государственные инвестиции в медийные средства, целью которых является привлечение туристов, за последние годы значительно выросли.

Наконец, создание эффективного имиджа места назначения требует соответствия рекламы и самого места. Закаты, пляжи, здания и события, увиденные туристами в рекламе, должны соответствовать действительности.

Выводы. В целях повышения эффективности управления развитием туризма в Крыму можно рекомендовать:

- повышение имиджа туристического продукта Крыма;
- стимулирование бренда туристического продукта;
- внедрение новых туристических услуг: горнолыжного курорта, социальных гостиниц;
- внедрение гибкой системы ценообразования;
- повышение качества туристических услуг;
- создание условий для развития полуострова как общегосударственного курортно-туристического центра;
- улучшение экологической ситуации;
- совершенствование инфраструктуры туристического комплекса.

Определены стратегические векторы, затрагивающие экономический, социальный и экологический аспекты, а также механизмы их реализации. Самое главное, обеспечить динамическое и сбалансированное возрастание во всех сферах экономики и направить его результаты на улучшение качества жизни каждого крымчанина.

РОЛЬ ИМИДЖА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Майорова Н.И.

магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: д.т.н., профессор Сергеев Б.И.

Введение. Формирование имиджа предприятия играет важную роль в инновационном развитии туристической отрасли. От него во многом зависит инвестирование отрасли, реализация бизнес-проектов, конкурентное положение в государстве и в мире.

Цель и задачи исследования состоят в формировании составляющих имиджа конкретного предприятия туристической отрасли.

Методика исследования – аналитическая.

Результаты исследования. Формирование имиджа предприятия является инструментом реальных преобразований, повышения статуса и престижа субъекта и объекта туристической индустрии, инвестиционной привлекательности. Особенно чувствительны к этому многочисленные предприятия туристической отрасли Крыма, которые пострадали под влиянием политической и экономической нестабильности, снижения уровня обслуживания, развития инфраструктуры при одновременном повышении стоимости услуг и других неблагоприятных факторах.

В широком понимании имидж – это совокупность естественных и специально сконструированных свойств объекта. В узком смысле это сознательно сформированный образ объекта, наделяющий дополнительными ценностями об объекте, отношения к нему, которое необходимо его создателю.

Концепции инновационного развития в значительной мере опираются на принципы современного маркетинга. Целенаправленное и грамотное планирование имиджа становится инструментом реальных преобразований, повышения статуса и престижа субъектов и объектов туристической индустрии, его инвестиционной привлекательности.

В случаях, когда приходится улучшать или даже полностью переделывать уже существующий имидж, который признан несоответствующим тому или иному рынку, возникают трудности, но они разрешимы.

Среди основных видов имиджа выделяют такие как: желаемый, традиционный, реальный, благоприятный, позитивный, идеализированный и новый (обновленный) имидж.

Однако под этим названием следует понимать скорее отдельные характеристики, качества имиджа, а не его разновидности. Кроме того, в процессе жизни, если речь идет о

гостинице, имидж может переходить из одного качества в другое. В гостинице может быть одновременно несколько имиджей, которые становятся актуальными в зависимости от целей, преследуемых ею в данный момент; и от запросов целевой аудитории, с которой компания работает в определенный период времени.

На наш взгляд, имидж комплексное понятие, складывающееся из множества показателей, которые можно разделять на две группы: основные, связанные с главной деятельностью гостиницы и сопутствующие.

К основным относятся такие категории, как общая известность и репутация, скорость реагирования на изменения потребностей потребителей, инновационный потенциал, престиж оказываемых услуг, рекламная политика, зарубежные связи, финансовая устойчивость, конкурентные позиции.

Сопутствующие составляющие основываются на личностном, субъективном восприятии имиджа гостиницы, которые могут оказаться противоречивыми и непредсказуемыми. К ним можно отнести характер и стиль отношений с клиентами, корпоративную культуру, образ персонала гостиницы, представление о стиле гостиницы, внешней атрибутике (элементы имиджевой символики – миссия, герб, флага, традиции, цветовая гармония, форма), связь с общественностью.

Наиболее эффективными технологиями формирования имиджа являются специализированные форумы и выставки, тематические PR-компании, специальные события. Недостаточно используются возможности печатных и электронных СМИ, а также современные Интернет - технологии. Поскольку важным коммуникационным каналом продвижения позитивного имиджа является непосредственный опыт других клиентов.

Основным элементом формирования имиджа выступает коммуникативная информация, которая показывает определенные стороны и характеристики процесса создания восприятия туристской отрасли в восприятии целевой аудитории. Структура информации, которая формирует имидж, определяется функциональным качеством объектов и субъектов туристской индустрии.

Специфической функцией имиджа в управлении инновациями является конструирование и распространение образа желаемого будущего как необходимого этапа инновационных изменений. В качестве примера можно привести такие средства инновации как: управление имиджем субъекта туристской индустрии в восприятии потребителей данного продукта и имиджмейкинг.

Имиджмейкинг – это формирование желаемого имиджа. Эта технология требует от имиджмейкера теоретических и практических профессиональных знаний и навыков почти во всей сфере гуманитарных наук: психологии, философии, социологии, педагогики, культуры, менеджмента, этике и др., а также знаний связанных со спецификой отрасли.

Технология имиджмейкинга выступает как совокупность методов социологического исследования, способов психологического воздействия, методов управления общественным мнением с помощью вербальных приемов коммуникации, методов подобию, создания сценария, использование закономерности восприятия и других методов.

Выводы. В результате исследований отдельного бизнеса был предложен ряд мероприятий для устранения недостатков существующей репутации гостиницы «Звездная». Среди которых можно выделить: на основании проведенных гостиницей исследований и опроса потребителей, общественного мнения, устранение недостатков в работе сайта, путем организации группы по программированию деятельности гостиницы, разработка и усовершенствование созданной базы данных, а также расширение предоставляемых услуг и усовершенствование инфраструктуры гостиницы.

Создание высокого позитивного имиджа гостиницы это долгий процесс, который требует продуманных и компетентных действий в формировании и совершенствовании имиджевой деятельности от всех участников процесса. Таким образом, использование технологии имиджмейкинг в современной туристской индустрии открывает новые инновационные и конкурентные преимущества и успех для каждой организации.

СИСТЕМА ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Невинчанный В.В.

магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н. Бобарыкина Е.Н.

Введение. Интегрированные маркетинговые коммуникации – концепция, отталкиваясь от которой компания, продумывает и тщательно координирует каналы коммуникаций. Реклама, стимулирование сбыта, связь с общественностью, элементы прямого маркетинга, личная продажа, упаковка, незапланированные коммуникации – это те инструменты, которыми компания пользуется, чтобы представить себя и свои товары.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является анализ системы интегрированных маркетинговых коммуникаций и его роль в деятельности предприятия.

Результаты исследования. Реклама – это форма коммуникаций, которая предназначена для продвижения товаров и оплачена конкретным лицом. Существуют такие виды рекламы как: наружная реклама, радио, телевидение, газеты и журналы, упаковка.

Стимулирование сбыта – форма коммуникаций, которая в определенный момент времени увеличивает конечную ценность товара и популярность товара, напрямую стимулируя покупательную активность (примером может быть купоны или пробные образцы).

Паблик рилейшнз – двуличная коммуникация компании по созданию и внедрению определенного представления о товаре и компании в сознании населения. Реализация осуществляется путем поддержания некоторых программ и видов деятельности, не связанных напрямую с продажей товаров.

Прямой маркетинг – использование различных каналов и методов позволяющие потребителям получать информациях о товаре и приобретать его. Включает себя почтовую рассылку, прямую продажу в режиме он-лайн, сервисное обслуживание.

Личная продажа – основная цель, это продажа товара. Путем поддержания личного контакта и с покупателем. Передачей информации потенциальным клиентам через все остальные способы, называется незапланированными обращениями.

Сотрудничество элементов. Один из основного принципа создания интегрированных маркетинговых коммуникаций считают сотрудничество всех его элементов. Совместные действия приводят к эффекту большему, чем их суммированное действие.

Открытость в сотрудничестве. Основная идея этого принципа готовность поиска новых подрядчиков, партнеров оптимизирование работы со старыми. Такая коммуникация «горизонтальная» делает бизнес гораздо устойчивей. Таким примером может быть совместная работа «Кока-Колы» и «Макдональдса». На сегодняшний день все розничные торговцы создают рекламные носители с владельцами брэндов.

Оперативность в действиях. Подразумевается постоянная готовность инициировать как произвольные события, так и непроизвольные, для стратегических коммуникаций. Таким поводом может оказаться любая грамотно разложенная и оформленная информация. Часто такие события могут стать поводом для формирования комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Говоря из опыта, информация может исходить из всех подразделений внутренних информационных потоков. Часто она может быть специально инициирована. Например, «сегодня мы ждем нашего миллионного клиента, новости науки, производства техники. Компания будет значится социально ответственной и поднимать свою значимость, если будет поощрять деторождение у своих сотрудников.

Персонализация – идет речь об особенностях современных маркетинговых коммуникаций. С каждым клиентом выстраиваются личные отношения. Для этого требуется особые навыки персонал. Используются разные инструменты, коммуникативной стратегии. Это универсальные инструменты.

1. Использование PR-технологии. Обычное сопровождение любого маркетингового события информационной поддержкой, либо генерация поводов привлечения внимания.

2. Использование технологий прямого маркетинга. Построение интерактивных коммуникационных каналов, работа с адресными базами, программа лояльности, обработка информации работа с различными целевыми группами. Очевидно, что организация маркетингового мероприятия, требует использования директ-маркетинга, чтобы обеспечить присутствие необходимых гостей.

3. Использование технологии продаж. На сегодняшний период времени, выработано большое количество разных концепций, оптимизирующих продажи. Но самое важное учитывать культуру, знание стратегий и тактики продаж.

4. Использование технологии исследований. Каждый этап в создании интегрированных маркетинговых коммуникаций, является элементом программы и требует исследований. Часто исследования становятся тем самым способом выстраивания неформальных коммуникаций.

Выводы. В нынешних условиях, зачастую успешность маркетинговых коммуникаций это один из главных показателей процветания бизнеса. Для этого нужно четкое описание факторов, которые оказывают влияние на функционирование системы маркетинговых коммуникаций. Определение количественной и качественной оценки, даст возможность лидирующим фирмам, своевременно реагировать на изменившуюся ситуацию на рынке. И осуществлять те шаги, которые будут постоянно повышать эффективность деятельности предприятия.

ПРЕОБРАЗОВАНИЯ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКИХ СТАНДАРТОВ

Павлуненко Л.Е.

к.т.н., доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. В новых экономических условиях качество выступает главным конкурентообразующим фактором, как для сырьевых материалов, так и для выпускаемой продукции. Требования к его показателям регламентируются документами по стандартизации. Стандартизация способствует развитию малого и среднего бизнеса за счет применения уже разработанных технологий, а также сокращения расходов и сроков обновления ассортимента выпускаемой продукции.

В рамках действующей в Российской Федерации системы технического регулирования невозможно достичь максимальной эффективности работ в области стандартизации, поскольку объектами системы технического регулирования является только потенциально опасная продукция и процессы, влияющие на ее безопасность. В то время как стандартизация призвана решать более широкий круг задач, в который наряду с обеспечением качества и конкурентоспособности продукции (работ, услуг) также входят: социальная защита населения, охрана труда, защита окружающей среды, содействие внедрению инноваций и др.

Цель и задачи исследования. Учитывая социальную значимость стандартизации, ее влияние на качество и конкурентоспособность продукции и экономики страны в целом, на защиту окружающей среды, а также недостаточную эффективность регулирования в сфере стандартизации, актуальным является изучение проблем связанных, прежде всего, с унификацией видов используемых документов и планируемыми преобразованиями.

Методы исследования. При проведении исследований использовались теоретические методы познания, основанные на логических операциях анализа и синтеза информации полученной при изучении правовых и нормативных источников.

Результаты исследования, их краткий анализ. В ходе проведенных исследований установлено, что нормативная база системы стандартизации Российской Федерации до 1991 года была представлена следующими документами: стандартами, всесоюзными строительными нормами (ВСН), республиканскими строительными нормами (РСН), строительными нормами и правилами (СНиП), строительными нормами (СН), техническими условиями (ТУ) общегосударственного и местного значения, а также техническими условиями предприятий. Следует отметить, что, технические условия разрабатывались на вновь создаваемые и часто обновляемые товары (продукцию) при отсутствии на них стандартов, а также как документы, содержащие дополнительные требования к продукции, выпускаемой по стандартам.

Ранее в России действовали 4 категории стандартов: ГОСТ (государственные стандарты СССР); РСТ (республиканские стандарты), ОСТ (отраслевые стандарты), СТП (стандарты предприятий). Содержащиеся в СТП нормы и требования к основным деталям (узлам) продукции и технологии производства, утверждаемые предприятием, не распространялись на продукцию, поставляемую в торговую сеть.

Без изменений и дополнений в качестве государственных стандартов также применялись стандарты СЭВ (утвержденные при участии СССР). Международные стандарты, разработанные Международной организацией по стандартизации (МСО), носили рекомендательный характер.

Сегодня в Российской Федерации работы по стандартизации производятся в соответствии с Федеральным Законом «О техническом регулировании», который послужил началом преобразования системы российских стандартов, необходимой для полноценного участия России в международной торговле и вступления во ВТО. В соответствии со статьей 13 названного закона, к документам в области стандартизации, используемым на территории

Российской Федерации, относятся: национальные стандарты; правила стандартизации, нормы и рекомендации в области стандартизации; применяемые в установленном порядке классификации, общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации; стандарты организаций; своды правил; международные стандарты, региональные стандарты, региональные своды правил, стандарты иностранных государств и своды правил иностранных государств, зарегистрированные в Федеральном информационном фонде технических регламентов и стандартов; надлежащим образом заверенные переводы на русский язык международных стандартов, региональных стандартов, региональных сводов правил, стандартов иностранных государств и сводов правил иностранных государств, принятые на учет национальным органом Российской Федерации по стандартизации; предварительные национальные стандарты.

Со дня вступления в силу ФЗ «О техническом регулировании», национальными стандартами в Российской Федерации признаны действующие государственные и межгосударственные стандарты, введенные в действие до 1 июля 2003 г.

В настоящее время применение стандартов в России, как и в международной практике, не является обязательным. В связи с чем, в стандартах не могут устанавливаться требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке, этикеткам и правилам их нанесения, а также другие требования, которые относятся к категории обязательных и требуют единообразного регулирования в масштабах всей страны.

Очевидным также является факт выхода из правового поля отраслевых стандартов и технических условий (ТУ) - документов, определяющих требования, согласно которым сегодня осуществляется производство большинства видов продукции.

В новых экономических условиях обосновано сокращение прав в отношении предприятий и упразднение отраслевых министерств и ведомств. Следовательно, обоснована отмена отраслевых стандартов.

При проведении государственной политики в области стандартизации приоритетной задачей является повышение качества и безопасности отечественной продукции и ее конкурентоспособности на мировом рынке. Выполнение этой задачи должно базироваться на повышении требований к потребительским характеристикам товаров. Вместе с этим в п.4 ст.7 ФЗ «О техническом регулировании» указано, что требования к конструкции и исполнению изделий, традиционно входящие в технические условия, не должны включаться в технические регламенты. Таким образом, являясь интеллектуальной собственностью компании-разработчика, технические условия составляют неотъемлемую часть комплекта сопроводительной документации, заменяя или дополняя ГОСТ.

Отсюда вытекает необходимость реформирования системы документов, в области стандартизации, нашедшая отражение в проекте Федерального закона «О стандартизации в Российской Федерации».

Выводы. На данном этапе развития экономики России, цели стандартизации состоят в установлении как обязательных требований по безопасности продукции, так и рекомендательных требований по потребительским показателям, направленным на повышение качества продукции и экономию сырья.

Одно из направлений разработки проекта Федерального закона «О стандартизации в Российской Федерации» - уточнение видов документов, используемых в области стандартизации. В статье 16 названного законопроекта в числе документов по стандартизации, наряду с документами национальной системы стандартизации и стандартами организаций, предусмотрено использование технических условий.

Разработчики проекта предлагают сделать обязательными для применения основополагающие национальные стандарты, правила стандартизации, нормы и рекомендации по стандартизации, устанавливающие организационно-методические положения для определенной области деятельности

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОНДИЦИОНЕРОВ В КРЫМУ

Пастрама В.Л.

магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н., доцент Харичева Г.Я.

Введение. Нестабильные погодные условия Крыма порождают у местных жителей и гостей полуострова потребность в климатической стабильности в домах, гостиницах, офисах. Оборудованием, способным удовлетворить эту потребность являются кондиционеры. Это тепло во время зимы, и прохлада в летнее солнцестояние

Объем продаж на рынке кондиционеров непосредственно зависит от климатического колебания температуры. В преддверье и на протяжении летнего периода продажи резко возрастают в несколько раз по сравнению с более умеренным климатом. Как только температура начинает снижаться, спрос на кондиционеры падает.

Следующим влияющим фактором на рынок климатической техники является стабильность в экономике и материальное благополучие в регионе. В связи с нестабильной экономикой Крымского полуострова рынок кондиционеров стал развиваться не столь уверенными шагами. Тем не менее, все больше крымчан перестают считать кондиционер предметом роскоши и начинают осознавать, что кондиционер такая же необходимая техника, как, например, плита.

Цель и задачи исследования состоят в анализе нынешнего состояния и прогнозе перспективы развития рынка кондиционеров в Крыму, а также выработке рекомендаций по улучшению ситуации на рынке кондиционеров. Из поставленной цели вытекают следующие задачи:

- изучить потребительские свойства кондиционеров;
- выявить основные направления развития рынка кондиционеров в Крыму.

Методика исследования – эмпирический, метод сравнительного анализа, синтеза и обобщения научно-методической, научной литературы и СМИ (средства массовой информации).

Результаты исследования. На данный момент наблюдается рост популярности климатического оборудования, это обосновывается тем, что крымские потребители перестают считать кондиционер предметом роскоши и начинают осознавать свою потребность в этом необходимом в быту приборе. В 2015 году аналитиками отмечено, что покупатели более осведомлены о продукте, чем в прошлые годы. Потребители учитывают не только цены на кондиционеры, но и такие параметры, как уровень шума, экологичность, гарантийный период, сервис обслуживания и т.д. Директор одной из крымских компаний ООО «Ладомир – СК», реализующих кондиционеры отмечает: «Благодаря особенному климату в Крыму, рынок кондиционеров набирает обороты, рост популярности данного продукта неизбежен. Крымчане стремительно ищут продукт идеального соотношения цены и качества. Вследствие чего потребители останавливают свой выбор, в большей степени, на торговых марках «Cooper Hunter», «Midea» и «Haier». Стоит отметить, что в эксплуатации кондиционеры данных торговых марок имеют свои преимущества. Они решают не один ряд требований потребителей, например, дизайн, энергоэффективность, уровень шума, надежность, приемлемая цена, простота в эксплуатации и т.д. Также, данные товары будут пользоваться повышенным спросом высокотехнологичные модели с расширенной функциональностью и при этом – обладающие современным дизайном».

Покупка климатического оборудования для физических и юридических лиц стала необходимостью в поддержании и создании комфортных условий в помещении, заботе о здоровье, как собственном, так и родных или персонала, в некоторых случаях наличие оборудования обязано присутствовать по социальным нормам.

Проведя опрос населения путем анкетирования в социальных сетях, были выявлены и проанализированы потребности покупателей кондиционеров в Крыму. Выборка составила 800 человек.

В ближайшие пол года 59 % чел. не планируют приобретать кондиционер, 21 % - приобретут, если лето будет жарким, 20 % в ближайшее время планируют приобрести кондиционер.

45 % опрошенных могут позволить себе кондиционер стоимостью до 20 тыс. руб. 30 % - от 20 до 25 тыс. руб. и у 25% чел. нет возможности для приобретения кондиционера

Самой популярной функцией среди респондентов стал ночной (тихий) режим. Далее следующим образом: из 800 анкетированных, кондиционер присутствует у 300. Из 300-та чел.: 110 чел. отдали свое предпочтение торговой марке «Midea», «Cooper Hunter» - 40 чел., «Haier» – 56 чел., «Mitsubishi» – 20 чел., «Kentatsu» – 20 чел., «Daikin» – 14 чел., «Samsung» – 18 чел., «LG» – 12 чел., «Erisson» – 10 чел.

Анализ показывает, что 70% потребителей приобретают кондиционеры на сумму до 25 тыс. руб. Диапазон цен на кондиционеры, представленные в рознично-оптовой продаже Крыма от 12 до 200 тысяч рублей. Самые популярные модели 3-х лидирующих торговых марок в Крыму – «Cooper Hunter» (AIR MASTER, EVOLUTION, CLASSIC R410), «Midea» (Oasis, Mission, Neola), «Haier» (HSU-HEK303/R2, HSU-HEK303/R2(DB), HSU-HNH03/R2).

Выводы.

1. Большая часть населения Крыма отдает свое предпочтение бюджетному – классу – это связано с тем, что доходы населения не предоставляют возможности приобретать более дорогие товары.

2. Несмотря на то, что на рынке и присутствуют кондиционеры отечественного производства, основную часть покупок в целом в России, в частности в Крыму, составляет продукция зарубежных производителей.

На наш взгляд, целесообразно привлечь внимание покупателей к кондиционерам отечественного производства, например: Artel, Rolsen, Купол, ЕВГО и другие. Это поддержит российскую экономику, и наукоемкие отрасли.

Рынок климатической техники в России, благодаря расширению ассортимента в последние несколько лет, ежегодно увеличивается. Потребителями климатической техники являются квартиры, дома, офисы, предприятия, гостиницы, рестораны и т.д. Поэтому продажи непосредственно идут, как и в офисах, так и в жилом секторе, имея при этом все предпосылки к дальнейшему развитию и увеличению спроса данного сегмента. Для увеличения объема продаж на данном сегменте рынка необходимо улучшать профессиональную подготовку специалистов, путем различных тренингов в области климатического оборудования для того чтобы они смогли провести более профессиональную консультацию потребителя. Для потребителей проводить различного рода презентации нового товара, развивать рекламные акции и т.д.

«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ВЕКТОР ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Реутов В.Е.

д.э.н., проф., и.о. заведующего кафедрой маркетинга, торгового и таможенного дела, зам. директора по научно-исследовательской работе Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Согласно «Целями развития тысячелетия» задачи экономического, социального и экологического развития должны быть взаимосогласованным и должны определяться с учетом основных принципов устойчивого развития.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является изучение «зеленой» экономики как современного вектора глобальных трансформаций в условиях устойчивого развития.

Результаты исследования. Сегодня общество имеет реальную возможность переломить негативные тенденции и начать радикальные трансформационные процессы с учетом экологического фактора. Это предполагает реализацию политики целенаправленного содействия развитию эффективных отечественных производств; становления национального экологического капитала; активную поддержку создания в России современной конкурентоспособной экологически безопасной экономики.

Ее формирование на современном этапе возможно только с учетом принципов «зеленой» экономики, что требует повышения роли государства с привлечением всего арсенала рыночных инструментов при одновременном активном осуществлении институциональных преобразований, направленных на повышение эффективности и конкурентоспособности отечественных предприятий за счет поощрения их экологических программ на внутреннем рынке и стремление выйти в лидеры на мировом; контроля деятельности естественных монополий, содействие адаптации международных требований по оздоровлению окружающей природной среды и воплощение их в национальных природоохранных стандартах.

ЮНЕП определяет «зеленую» экономику как такую экономику, которая повышает благосостояние населения и обеспечивает социальную справедливость, и при этом значительно снижает риски для окружающей среды.

Такой путь развития должен сохранить, увеличить и, где это необходимо, восстановить природный капитал как важный экономический актив и источник общественных благ, особенно для бедных слоев населения, источники дохода и защищенность которых зависят от природы. Концепция «зеленой» экономики не подменяет концепцию устойчивого развития, однако сейчас распространяется взгляд что достижение устойчивости почти полностью зависит от создания экономики, в которой будут учтены эти принципы. За годы, когда новые богатства создавались с использованием модели «коричневой» экономики, общество не решило таких проблем, как социальная стабильность и исчерпания ресурсов, а человечество еще далеко от достижения Целей развития тысячелетия. Постоянство остается важнейшей долгосрочной целью, но для ее достижения необходимо сделать экономику «зеленой».

Российские промышленные предприятия заинтересованы в реализации актуальной в настоящее время концепции «зеленой» экономики и нередко проводят мероприятия по снижению выбросов вредных веществ в окружающую среду, лидируя в этом направлении среди других стран постсоветского пространства. На пути внедрения «зеленой экономики» качественным примером может стать Норвегия - страна, которая еще недавно считалась одной из самых загрязненных в Европе, а сейчас входит в рейтинг самых экологически чистых стран мира.

Сложившаяся концепция «зеленой» экономики призвана обеспечить более гармоничное согласование между экономическим, социальным и экологическим

компонентами развития стран. Однако на региональном уровне в нашей стране есть еще много проблем с реализацией этой идеологии.

По мнению генсека ООН Пан Ги Муна, зеленая экономика – это решение проблем глобального экономического кризиса и климатических изменений. Для противодействия изменению климата нужна энергетическая революция. В свою очередь, развитие инфраструктуры по внедрению возобновляемых источников энергии даст новые рабочие места и обеспечит экологически безопасное функционирование экономики. Другими словами это переход на экологически чистое хозяйствование, переход от эксплуатационного использования даров природы к заботливому отношению к ней.

Выводы. С нашей точки зрения, для решения указанных проблем необходимы новые комплексные подходы, которые позволят государствам и гражданскому обществу понять, во-первых, что проблемы окружающей среды не могут эффективно решаться изолированно от остальных проблем, и, во-вторых, что при решении любых проблем должны быть учтены факторы, влияющие на изменения социальных, экономических и экологических компонентов устойчивого развития.

Таким образом, переход на «зеленую» экономику должен быть приоритетным для всех стран мира, в том числе и для России.

ГЕНЕРИРОВАНИЕ НОВЫХ ИДЕЙ ТОВАРОВ, УПАКОВКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА ПРИРОДНОЙ ЭВРИСТИКИ

Сергеев Б.И.

д.т.н, профессор кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Главной причиной, заставляющей предприятия вкладывать большие средства в инновации является получение прибыли. Инновация является результатом достижения научно-технического процесса на современном этапе.

Важным этапом в этом процессе является поиск новых идей товаров, упаковки с помощью метода природной эвристики.

Цель и задачи исследования. Генерирование новых идей товаров (упаковки), услуг с использованием метода природной эвристики.

Методика исследования. Анализ основных принципов создания органического мира, синтез.

Результаты исследования. Новые идеи товаров, упаковки, услуг.

Согласно австрийскому ученому И. Шумпетеру, инновации являются главным источником прибыли: «... прибыль, по существу, является результатом выполнения комбинаций», «... без развития нет прибыли, без прибыли нет развития».

Американский ученый по проблемам управления П. Друкер дает определение: «Нововведение(инновация) – это особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг» т.е. И. Шумпетер теоретически обосновал важность нововведений для рыночной конкуренции, то П. Друкер прямо указал на важность нововведений в развитии бизнеса.

Общая схема разработки нового товара, услуги осуществляется в несколько этапов:

- 1) цель разработки нового товара;
- 2) разработки идей;
- 3) отбор идей;
- 4) разработки дизайна товара;
- 5) разработка упаковки товара;

- 6) создание товарной марки;
- 7) обеспечение качества товара;
- 8) пробный маркетинг;
- 9) обеспечение конкурентоспособности товара.

Важным этапом в этой схеме является разработка новых идей товаров, упаковки, услуг. Есть более двух десятков методов генерирования новых идей товаров, конструкций, которые широко используются. Метод природной эвристики давно известен, но он до конца не оформлен и, на наш взгляд, недостаточно применяется, особенно для пионерных решений товаров, услуг, конструкций.

Самой благодатной почвой для генерирования новых идей товаров является растительный мир. Рассматривая растения как биологические конструкции, следует отметить, что многие из них устроены таким образом, что они выдерживают воздействие внешних нагрузок окружающей среды без разрушения. Классическим примером может служить стебель пшеницы и Останкинская башня, построенная по образцу и подобию стебля пшеницы, т.е. отношение диаметра стебля к его высоте составляет $1/500$, а в Останкинской башне только $1/33$. Техническая мысль пока отстает от природы на порядок.

Наиболее часто встречаются биоконструкции с поверхностью переменной кривизны (эластики Эйлера), большинство провисающих биоконструкций описываются цепной линией. Логарифмическую, гиперболическую или спираль Архимеда можно обнаружить в форме закрученных лепестков цветов, в оболочке улитки, в упаковке семян, плодов, растений, молекуле ДНК.

Исследователями давно замечена закономерность строения биоконструкций, обусловленная принципом симметрии. Первым видом симметрии (зеркальной) обладают бабочки, жуки, рыбы, птицы, млекопитающие, человек и все то, что растет или движется по вертикали.

Вторым видом симметрии (поворотной) обладают низшие животные (морские звезды, морские ежи, медузы) и все то, что растет и движется горизонтально и наклонно.

Цилиндрическая симметрия третьего порядка наблюдается у цветка ириса, пятого порядка – у многих цветов, например, из семейства розоцветных, у шиповника, яблока в поперечном сечении и т.п.

Можно сформулировать некоторые принципы природной эвристики: аэрогидростатики (тургора); отверждение; инактивации, реакции на воздействия окружающей среды; специализации, гидробионики; гиперболизации, самореализации, солидаризации функционирования материалов, структуризации, унификации, консервирования, качественного скачка, регенерации, симбиоза, диффузии, скрещивания, концентрации и нейтрализации и т.д., с помощью которых можно сформулировать фонд приемов технической эвристики, впервые сформулированный в 90 годах проф. Половинкиным А.И. и позднее дополненный нами, насчитывающий более 500 приемов и тысячи поисковых процедур: количественные изменения, преобразования формы, преобразование в пространстве, преобразования во времени, преобразования движения, преобразования материала, преобразования путем исключений, преобразования путем добавления, преобразования путем замены, преобразования путем дифференциации, преобразования путем интеграции, преобразования путем аналогии, комбинированные, преобразования путем использования фонда физических эффектов и др.

Анализируя некоторые принципы творчества природы, можно сделать вывод, что все они являются ничем иным, как способами единого метода природной эвристики, являющимся одним из замечательных средств природного творчества, состоящего в том, что в ходе эволюции природа не создавала абсолютно новые биоконструкции с целью преодоления различных запретов, накладываемых различными ограничениями обстоятельств, а совершенствовалась подходящие биопрототипы посредством незначительных типовых операций: изгиба, сжатия, растяжения, деления, складывания, образования поверхностей, колебания, диффундирования, перемешивания, скрещивания, изолирования,

прокальвания, тургора, синтеза, завивания, разбухания, обесцвечивания, соударения, дробления, вибрирования, экранирования, сплетения, размножения, подобия, нагнетания и.т.д.

Выводы. Таким образом, среди инженерных закономерностей природного конструирования, сформулированных выше, можно встретить практически все приемы технической эвристики, позволяющие обосновать генерирование идей нового товара, упаковки.

Очевидно, есть бесконечное множество способов изменения прототипа. Однако далеко не все из них приведут к желаемому результату. Есть основания полагать, что собранное множество приемов на данный момент времени имеет довольно высокую полноту в смысле получения с их помощью любого преобразования товара, упаковки.

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ ХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Сильченко Ю.О.

*студентка кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и
управления КФУ им. В.И. Вернадского*
научный руководитель: доцент Симагин В.И.

Введение. В современных условиях непрерывного развития рынка и увеличения конкуренции торговым предприятиям постоянно приходится выживать и бороться за потребителя. Для этого им необходимо эффективно организовывать свою деятельность, связанную с планировкой, размещением товаров и созданием благоприятного имиджа торговых помещений.

Цели и задачи исследования. Изучить организацию работы магазина «Shen», на основе анализа предложить мероприятия по совершенствованию деятельности данного торгового предприятия. Задачи исследования:

- согласование с менеджментом магазина направлений исследования, ограничений при проведении исследований, временных рамок исследований, назначения исследования и области применения полученных результатов;

- исследовать существующую планировку магазина, систему выкладки товаров, существующие элементы атмосферы магазина и при этом не создавать помех для работы персонала;

- разработать мероприятия по совершенствованию планировки магазина, системы выкладки товаров и кардинальным образом модифицировать атмосферу магазина.

Методика исследования. С целью изучения магазина автором были использованы методы исследования: наблюдение, изучение и обобщение, системный анализ, выделение и синтез главных компонентов, изучение литературы.

Результаты исследования, их краткий анализ. Исследования проводились в магазине «Shen», который находится по адресу: г. Симферополь, ул. Пушкина, 23. Деятельность торгового предприятия ориентирована на торгово-закупочные операции. В ассортименте представлены: высококачественная фарфоровая посуда, посуда из кристаллического стекла, столовые приборы, кухонный инвентарь, предметы сервировки, принадлежности для ванных комнат, хозяйственный инвентарь и многое другое.

В ходе анализа организации работы магазина «Shen» были рассмотрены планировка торговых залов, размещение товаров на торговом оборудовании; оценены торговые оборудования, наличие рекламы продукции в торговых залах, а также персонал и качество обслуживания клиентов.

В результате исследования были выявлены следующие преимущества торгового

предприятия:

- торговые помещения магазина непосредственно связаны с помещениями для хранения и подготовки товаров к продаже;
- за каждым товаром закреплено постоянное место;
- представлен широкий ассортимент товаров;
- к товарам обеспечен свободный доступ покупателям;
- соблюдается принцип товарного соседства;
- рационально используются площади торгового зала;
- руководство работает над атмосферой магазина;
- создан положительный имидж персонала.

Однако, кроме достоинств, в ходе проведенного исследования были выявлены и недостатки:

- расположение узла расчета не обеспечивает беспрепятственное направление движения покупательских потоков и способствует образованию встречных;
- отсутствует внутримагазинная реклама;
- атмосфера магазина требует совершенствования (общее и местное освещение, выделение светом отдельных видов товаров, использование запахов, изменение содержания ценников, изменение спецодежды продавцов, в т.ч. и использование бейджиков);
- недостаток: план эвакуации мелкий, находится только напротив входной двери магазина, над товаром, что затрудняет его просмотр количества персонала в торговых залах.

По итогам проведенного изучения устройства, планировки, оборудования и атмосферы магазина вносятся следующие предложения по их совершенствованию:

1. Выполнить перепланировку торговых помещений. В магазине присутствует проблема с беспрепятственным движением покупательских потоков. Перепланировка магазина может решить данный вопрос. Войдя в торговый зал, покупатель должен получить максимальную информацию о размещении товаров и выбрать наиболее рациональный маршрут своего движения.

2. Оптимизировать выкладку товаров в торговом зале, что позволит сократить перегруженность торгового зала установочным оборудованием.

3. Организовать размещение рекламы внутри и на территории магазина. Магазины не хватает привлекательной вывески и рекламы на витринах, которые будут обращать внимание клиентов. Внутримагазинная реклама будет побуждать покупателя к приобретению товара, совершению импульсных покупок.

4. Добавить количество персонала в торговые залы, чтобы клиенты меньше тратили время на ожидание консультаций.

5. Провести с персоналом теоретические и практические занятия по содержанию личной продажи.

6. Разработать следующие элементы атмосферы магазина: театральные эффекты, музыку, запахи, внешнее оформление магазина, общее, местное и выделяющее отдельные виды товаров освещение, изменить фирменную спецодежду, ввести для персонала бейджики.

7. Магазин пользуется большой популярностью у домохозяек, поэтому для улучшения имиджа целесообразно проводить что-то вроде семинаров по технологии использования в домашнем хозяйстве товаров магазина.

8. Целесообразно организовывать при входе в магазин выставку новых товаров, организовать радиотрансляцию или телетрансляцию о товарах, о способах их использования

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что магазин «Shen» не совсем соответствует требованиям по планировке и размещению торгового оборудования. Предлагаемые мероприятия по совершенствованию работы магазина «Shen» будут направлены на привлечение клиентов и увеличение объемов продаж.

Менеджмент магазина не использует популярность магазина среди населения города. Популярность должна побудить владельцев к строительству новых торговых предприятий и, желательно, в местах наибольшего скопления людей (рынки, крупные торговые центры,

узловые остановки общественного транспорта). Необходимо использовать ситуацию, которая складывается в связи с политикой городской администрации по сносу незаконно построенных зданий торгового и иного назначения.

Мало используется, практически её нет, имиджевая реклама предприятия и товарная реклама предлагаемой покупателям продукции.

ОТ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ К МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТОРГОВЛЕ

Симагин В.И

доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Управление маркетингом рассматривается как набор действий, направленных на организацию маркетинговой деятельности на предприятии. К таким действиям относятся: разработка планов маркетинга, проектирование и развитие организационных структур маркетинговых подразделений, разработка документов, регламентирующих их деятельность, подготовка и планирование маркетинговых исследований и другие процедуры, вытекающие из функций маркетинга. Вне всякого сомнения, в управление маркетингом следует включать мероприятия по согласованию деятельности функциональных и линейных подразделений, направленной на достижение целей предприятия. Отсюда вытекает главенствующая роль службы маркетинга в управлении предприятием. К тому же маркетинг один из важнейших объектов менеджмента предприятия, который в наибольшей степени обеспечивает выполнение заданий по сбыту продукции с необходимыми потребителям параметрами.

Цели и задачи исследования. Целью исследования является объективная необходимость постепенного перевода торговых предприятий на маркетинговое управление. Для достижения цели потребуются решение ряда задач:

1. Координация деятельности подразделений предприятия.

Требования потребителей величина переменная и требует своевременной реакции не только службы маркетинга но и других подразделений предприятия. Объективно возникает необходимость тесной координации работы отделов, служб по реализации важнейшей цели предприятия -достижению запланированных объёмов продаж и решению вытекающих из неё других задач предприятия.

Координация, с одной стороны, сама по себе не возникнет по причинам не достаточного знания важности функций маркетинга работниками немаркетинговых подразделений и отсутствия единого маркетингового руководства на предприятии.

С другой стороны, маркетинг исследует неподконтрольную предприятию внешнюю среду предприятия, а приспособление внутренней среды к изменениям во внешней есть задача менеджмента предприятия

Таким образом, возникает необходимость управления предприятием с позиций маркетинга или, другими словами, внедрение маркетингового менеджмента на предприятии.

2. Уяснение сущности маркетингового управления.

Американская ассоциация маркетинга, по свидетельству Ф. Котлера, под маркетинговым менеджментом понимает процесс планирования и реализации политик ценообразования, продвижения и распределения продуктов и услуг, направленный на осуществление обменов, удовлетворяющих как индивидов, так и организации. Автор предлагает следующее определение маркетингового менеджмента:

«Маркетинговый менеджмент-вид управления предприятием при котором любые управленческие решения (финансовые, производственные, кадровые, конструкторские, по

закупкам исходной для производства продукции, сбытовые и иные) принимаются только после их детальной проработки и определения эффективности в службе маркетинга с задачами наилучшего удовлетворения потребностей потребителей продукции предприятия и достижения предприятием на этой основе запланированных целей».

3. Разработка процедур перехода на маркетинговое управление. Переход предприятия на управление с позиций маркетинга представляется как долгосрочный процесс, требующий решения множества вопросов различной степени сложности.

1) Принятие концепции маркетингового менеджмента. Вид концепции зависит от большого количества переменных величин: товара, спроса, цены, качества ит.д. Выбор концепции является прерогативой менеджмента предприятия, а её вид определяет уровень расходов на маркетинговое управление

2) Создание (модификация) на предприятии службы маркетинга с высококвалифицированными специалистами, имеющими значительный опыт практической маркетинговой деятельности. Организационная структура службы маркетинга определяется менеджментом предприятия, но предпочтение отдаётся функциональной структуре, как наиболее эффективной, несложной в управлении и экономичной.

3) Внедрение в сознание всех работников предприятия маркетинговой идеологии. Этот элемент процедуры внедрения маркетингового управления представляется наиболее продолжительным по времени и затратным, так как требует обучения разных категорий работников основам маркетинга и дополнительного материального стимулирования.

4) Введение в штат на институциональном уровне управления должностного лица по координации маркетинговой деятельности всех линейных и функциональных подразделений (маркетинг-директора или должностного лица с другим наименованием) с соответствующими обязанностями, правами и полномочиями.

Методика исследований. Аналитический обзор опыта автора в преподавании учебной дисциплины «Маркетинговый менеджмент».

Результаты исследования, их краткий анализ. У современных менеджеров промышленных предприятий в РФ уже есть понимание важности маркетингового управления, его задач, функций, методов реализации. В больших торговых сетях созданы и работают службы маркетинга. В других торговых предприятиях есть, как минимум, отдельные специалисты-маркетологи. Специалисты принимаются на работу в службу маркетинга на конкурсной основе и, в большинстве своём, это работники с дипломом маркетолога и имеющие навыки преподавательской работы в области экономики. Внедрение маркетинговой идеологии в сознание работников немаркетинговых подразделений предприятия могут вести, в том числе и вышеназванные специалисты, по нескольким направлениям:

- организация на предприятии курсового обучения, дифференцированного в зависимости от образования, занимаемых должностей или по иным демографическим или социальным признакам;

- введение в должностные инструкции квалификационных требований по знанию основ практического маркетинга;

- организация стажировки специалистов немаркетинговых подразделений предприятия в службе маркетинга своего или родственного предприятия;

- учёт маркетинговой подготовки специалистов при очередной переподготовке и при выдвижении на вышестоящую должность и др.

Выводы. Для торговых предприятий маркетинговое управление может быть надёжным инструментом улучшения качества обслуживания покупателей, увеличения товарооборота, повышения уровня рентабельности, а для бюджетов разных уровней источником дополнительных поступлений денежных средств.

Маркетинговое управление в торговле малоизученный процесс и опыта работы по его внедрению практически не существует. Работа должна начинаться с поиска промышленных

предприятий, на которых маркетинговый менеджмент является системой управления и которые прошли все этапы его внедрения. Такого рода работа может оказаться довольно продолжительной и может потребовать модификации организационных структур торговых предприятий, как оптовых, так и розничных. Собственники торговых предприятий вынуждены будут перестраивать своё отношение к работе в сфере торговли. Процесс этот требует изучения основ маркетинга, методики формирования организационных структур, переподготовки персонала и др.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ

Хамидова О.М.¹, Геворгян Д.Е.².

¹ *к.э.н., доцент, кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

² *магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. На сегодняшний день существует множество больших и малых проблем в социально-экономической сфере, которые мешают отраслям и регионам стремительно расти. Однако мало, кто отмечает такой важный фактор, в развитии страны как экология, который, по-нашему мнению, должен стать, основополагающим в законодательном регулировании и в формировании концепции развития регионов России.

В наше время негативным примером накопления экологических проблем является Китай, который расплачивается за невиданные темпы экономического роста и необузданное потребление.

Подтверждением этого мнения является статья 8 «Монреальской декларации по туризму» (1996 г.), которая гласит: «Защита окружающей среды должна устоять перед давлением со стороны организаций или лиц, озабоченных только коммерческим успехом или личным обогащением». Одной из целей развития экономики региона декларация считает гармоничное объединение бизнеса с охраной окружающей среды и активным использованием средств маркетинговых коммуникаций для популяризации экологического поведения населения.

Цель и задачи исследования состоят в том, что бы показать возможности маркетинга, как вида деятельности, в формировании экологического поведения. Суть и задачи его в том, что он может быть использован не только для продвижения товаров (услуг), преследуя чисто коммерческие цели предприятий, но и способствовать социально-ответственному поведению населения и предприятий.

Методика исследования – наблюдение и сбор фактов, метод научных абстракций, логический и исторический.

Результаты исследования. Современные ученые разработали методику формирования эколого-сбалансированного портфеля проектов и инвестиционной стратегии, которая предусматривает, в том числе, и использование экологического маркетинга. Ценность этих предложений в том, что процесс создания бизнеса, производства, продажи и утилизации, рассматривается как единый проект, принципиально отвечающий экологическим требованиям, что делает продукты (услуги) предприятий еще более привлекательными для потребителей.

Однако все эти научные работы носят или методолого-теоретический характер, либо позволяют решать лишь локальные проблемы бизнеса, тогда как во многих регионах созрела

ситуация, когда экологический маркетинг должен использоваться для формирования экологического мировоззрения населения, власти и туристов.

Производство и туризм угрожает экологии, как правило, из-за недостаточного количества специально оборудованных свалок и устаревших водоочистных сооружений. Возникают проблемы утилизации отходов и водоснабжения. Ситуация усугубляется и тем, что туристы привозят с собой товары, экологическая переработка которых на местах, порой, бывает просто невозможна. Это полимерная упаковка, аккумуляторы и батарейки бесперебойного питания электроприборов. Гостиницы, кафе и рестораны используют в большом количестве ртутные лампы. Они же осуществляют стирку, уборку и мытье посуды с применением большого количества дешевых фосфатных моющих средств, основная часть которых попадает в окружающую среду, минуя канализационные системы.

Пока еще ни местные жители, ни туристы в достаточной мере не осознают, насколько разрушительны их действия по отношению к конкретной территории. Ведь если экология района будет подорвана, то пострадает от ущерба, не только окружающая природная среда, но и экономика.

Прежде чем разрабатывать меры по стимулированию, были исследованы поведение и степень осведомленности населения – объекта экологического маркетинга. Для этого была разработана анкета и проведено интернет-опрос 100 респондентов – жителей и гостей Крыма

Результаты опроса показали достаточно высокий уровень осведомленности людей относительно вредности мусора, особенно батареек и ртутных ламп (59%). Однако видно, что маркетинговому влиянию (информированию, предупреждению, стимулированию) следует подвергать значительное количество людей – около 41%.

Готовность к утилизации в специальные контейнеры или упаковки проявили 64 % опрошенных, но значительная часть граждан (36 %) еще не определилась, поэтому их также нужно побуждать к экологическому поведению.

Выводы. Таким образом, можно утверждать, что опрос подтвердил гипотезу о том, что организация качественного сбора мусора требует не только упорядоченных действий по разработке самого процесса, но и применение приемов экомаркетинга для информирования, побуждения и поощрения социально-ответственного и экологического поведения населения и прибывших на отдых туристов.

Разработанная нами маркетинговая часть проекта представляет собой комплекс мероприятий по стимулированию сбора и экологическому воспитанию.

Предлагается следующее:

1. Размещать информацию с описанием того, как утилизировать опасные бытовые отходы: в местах установки мусоросборочных контейнеров, в пунктах продажи данных изделий, на самих контейнерах, в подъездах и лифтах, на упаковке ламп или приборов с гальваническими элементами питания.

2. Обеспечить возможность сбора батареек в торговых центрах, детских парках, пионерских лагерях, школах, колледжах ВУЗах со стимулированием (скидочные купоны, призы, благодарность организации, победителям,).

3. Организовать лотерею по номеру, который высечен на батарейке или утилизационной упаковке. И провести ее на телевидении и в Интернете.

4. Ввести в школьную программу уроки по культуре сортировки, сбора и утилизации бытовых отходов.

5. «Экологический дневник». Ежедневно освещать в новостях местных, региональных, национальных СМИ события об экологической обстановке.

6. Подключать к реализации экологических программ спонсоров и филантропов для популяризации их имени и/или брендов.

7. Ежегодно награждать победителей конкурса по решению экологических проблем города (области) в различных номинациях: лучший проект, лучший спонсор, лучший исполнитель, лучший сборщик т.п. Учредить экологическую награду победителя (с указанием года) и разрешить ее использовать в фирменной символике (корпоративном

стиле) предприятия или организации, наносить такую маркировку на свои товары, форму, здания и сооружения.

В европейских странах эти проблемы давно успешно решают, прибегая к различным способам мотивации населения и бизнеса. Концепция социально-ответственного маркетинга в развитых странах уже не новинка, а традиция. Надеемся, что и в нашей стране с ведением комплекса жестких мер и с использованием социального маркетинга мы сможем добиться желаемой цели.

НЕОМАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕОРИЯ ЦЕЛОСТНОГО ПОДХОДА ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Хамидова О.М.¹ Шаталов Д.С.²

¹к.э.н, доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

²магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Эволюционные процессы в экономике, политике и социуме диктуют необходимость появления новых экономических теорий. Это признают как практики, так и передовые ученые, такие как сам Ф. Котлер, который в своей новой работе «Латеральный маркетинг». говорил о том, что старый классический маркетинг должен быть сегодня заменен новой, холистической парадигмой.

Цель и задачи исследования. Данное исследование преследует цель доказать необходимость применения комплексного подхода к построению стратегии маркетинга любого предприятия или проекта. Задача холистической парадигмы неомаркетинга сугубо практическое – указать границы практической применимости тех или иных концепций маркетинга и заполнить пробелы между ними.

Методика исследования – наблюдение и сбор фактов, метод научных абстракций, логический и исторический.

Результаты исследования. Ф. Котлер в своей работе выделяет ключевые особенности неомаркетинга, что отличает его от маркетинга, основанного на разработке комплекса элементов (таких как, например, как «4-Р»):

1. Маркетинг должен быть стратегическим, быть движущей силой бизнес-стратегии компании;

2. Компании должны более целостно (холистически) учитывать:

–жизненный стиль и социальное пространство целевой группы;

–организацию каналов сбыта и поставок;

–коммуникации компании;

–интересы владельцев компании.

Современные ученые и экономисты, и практики в современный период испытывают главный недостаток классического маркетинга - его стремление все дробить на элементы и блок-схемы, которые, часто бывают оторваны от реалий и не отвечают текущим условиям. Классический маркетинг, более аналитический и схематический, становится малоэффективным в современной сложной и быстро меняющейся экономической среде.

Примером успешного воплощения новых идей к маркетингу может служить холистическая парадигма, в основе которой не отдельные элементы модели, а особая целостная логика и образ мышления.

Сущность холистической парадигмы неомаркетинга становится понятным, если рассмотреть, из чего он состоит. Соединение в единую систему когнитивной психологии,

теории сложных систем и классического маркетинга позволяет получить новые методы анализа социальных систем и целенаправленного воздействия на них.

Практика вносит неизбежные коррективы в теорию маркетинга. Знакомство с тем, что есть на сегодняшний день, можно начать с его основных понятий: когнитивного эфира, которое заменяет понятие рынка и идентичности марки, заменяющее понятие бренда.

Когнитивный эфир формируется сигналами, исходящими от каждого человека, складываются в общую эфирную волну, в один общий сложный сигнал. Этот сигнал зависит от того, что передает во внешний мир каждый человек. В результате сигналами от очень многих людей образуется волна (синергетический эффект) и она, уже как нечто уже самостоятельное, начинает влиять на сознание людей, хотя сама является лишь суммой сигналов. Отсюда, всем знакомый эффект, когда одна и та же идея возникает у многих лиц в разных частях света одновременно.

Неомаркетинг делает акцент не на том, что происходит в голове отдельного потребителя, а на том, что «созревает» в общем когнитивном эфире. Это значит, что современный маркетолог, должен быть осведомлен о том, что происходит в обществе в целом и куда этот процесс развивается. Если маркетолог, используя знания социально-экономических тенденций, закладывает «правильную волну», то она обеспечит компании нужный уровень продаж и любви потребителей к своим товарам (услугам).

Поэтому практикующий маркетолог должен на основе маркетинговых исследований постоянно формировать и корректировать такой набор инструментов и форм воздействия, который на данный момент адекватен и эффективен с точки зрения возвратного влияния на окружающую бизнес среду.

Фундамент, на который опирается компания в когнитивном эфире и называется идентичностью.

Идентичность – это все проявления компании, которые прямо или косвенно попадают в поле зрения социума. Сюда можно отнести: оформление торговой марки (бренда), фирменный стиль, корпоративную культуру персонала, уровень обслуживания и много других факторов, которые локализуют места присутствия компании в когнитивном эфире. При этом часто присутствие образа бренда локализовано сразу в нескольких зонах когнитивного эфира. Подтверждением этого служат технологии древности, которые развивались самостоятельно примерно в одно и то же время на территориях отдаленных друг от друга значительными расстояниями или непреодолимыми препятствиями.

И в то же время, в зависимости от того, какие когнитивные конфигурации создаются, идентичность может быть положительной или отрицательной.

Из выше сказанного вытекает, что фирма должна как можно быстрее запатентовать идею и воплотить в жизнь свой новый проект, пока это же не делали конкуренты.

Выводы. Таким образом, неомаркетинг предлагает следующие принципы.

1. Сегментация и ставка на «узкий фокус» теряет смысл, если потребитель фирмы находится под влиянием общего когнитивного эфира. Это следует учитывать на практике.

2. Все проявления компании - реклама, офис, персонал, товар, организация дела являются источниками трансляции ее образа в когнитивный эфир, что в равной степени влияет на дело. Точно также, для формирования образа компании одинаково важны сигналы, которые передают руководство, персонал и вообще все люди, имеющие хоть какое-то отношение к компании или хоть что-то знающие о ней.

3. Прогрессивные фирмы должны использовать в формировании стратегии не только пассивный маркетинг, отталкивающийся от существующих потребностей, но активный - формирующий новые, более стабильные и современные.

4. Коммуникации должны быть не столько массовыми, сколько рациональными и комплексными. Они должны «вести» потребителей от места их проживания (работы, учебы, отдыха) к месту потребления товаров, услуг, зрелищ. При этом быть правильно ориентированными (позиционированными) на нужный сегмент, что бы не вводить потребителей в заблуждение ни по поводу цены, ни по поводу качества предлагаемого

товара.

5. Стратегически ориентированный бизнес должен быстрее переходить к использованию концепции социально-ответственного маркетинга. Это все больше становится популярным среди молодых потребителей и вызывает доверие к производителю.

Таким образом, понимая маркетинг как систему методов по исследованию рынка, целевых клиентов и эффективности средств коммуникаций, можно создать целостный комплекс, имеющий целью воздействовать не на узкий круг потребителей, а на целевую аудиторию социума.

АНАЛИЗ РЫНКА ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Хохлов В.А.

доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Первичный рынок недвижимости в основном формировался из объектов приватизации государственной и коммунальной собственности. Объекты, которые вновь вводятся в эксплуатацию, составляют не более 5% от их общего числа. С развитием предпринимательства спрос на нежилую недвижимость существенно поднимается. Приобретает развитие вторичный рынок, который существенно влияет на величину спроса и предложений, их структуру, а также на уровень цен на первичном рынке.

Цель и задачи исследования. Целью настоящего исследования является анализ рынка коммерческой, в первую очередь торговой недвижимости, для целей предпринимательской деятельности на условиях аренды или купли-продажи.

Методика исследования. Методическую основу стоимостной оценки рынка недвижимости для коммерческих целей представляет метод выборочного анализа ценовых параметров договоров аренды, фактически действовавших в период исследования (2013-2014 гг.). Предметом анализа также являлись ценовые предложения собственников коммерческой недвижимости в средствах массовой информации и интернет-рекламе.

Результаты исследований. Вся недвижимость в сегменте офисной недвижимости делится на профессиональную (бизнес-центры различного класса), полупрофессиональную (помещения в зданиях муниципального и ведомственного нежилого фонда) и квартирную (помещения в жилых домах). Особенностью рынка офисных помещений в г. Симферополе является значительное количество офисов, расположенных в помещениях жилого фонда, переведённых в нежилые. Однако арендаторы постепенно теряют интерес к таким помещениям, так как хороших предложений в жилом фонде практически не осталось. Офисы в административных зданиях, расположенных в промзонах, для использования по профилю практически не востребованы, но могут передаваться в аренду в составе имущественных комплексов или с целью дальнейшего перепрофилирования, или опять таки, под торговые или складские помещения.

Арендные месячные ставки на рынке офисной недвижимости г.Симферополя имеют разброс от 5 до 50 долларов США за квадратный метр полезной площади, в зависимости от технического состояния объекта и месторасположения:

- центр и приближённые к центру районы – 20-30;
- локальные центры (Москольцо, автовокзал, районные рынки) – 8-20;
- спальные и промышленные районы – 5-15.

Риэлторы по цене выделяют из общей массы офисные помещения, расположенные в бизнес-центрах, административных зданиях. Возрастает потребность в высококлассных офисных зданиях. Для элитного сегмента аренды офисных помещений характерна максимальная цена аренды, для помещений, приспособленных под офис – минимальная цена

аренды.

Сегмент торговой недвижимости стал самым активным в рынке нежилой недвижимости г. Симферополя. Учитывая существующую потребность в современных центрах розничной торговли и понимая, что эта потребность не может быть удовлетворена уже существующими помещениями, местные инвесторы разрабатывают проекты застройки новых помещений. Чаще всего такие проекты носят восстановительный, реконструкционный характер, рассчитаны на качественное улучшение существующих зданий (например, здание цеха завода «Сельхоздеталь»), реже представлены проектами полностью нового строительства. Арендные ставки на рынке торговой недвижимости г. Симферополя имеют большой разброс от 8 до 40 долларов США за квадратный метр полезной площади, в зависимости от технического состояния и месторасположения объекта: центр и прилегающие к центру районы – 15-40; локальные центры (Москольцо, автовокзал, районные рынки) – 9-25; спальные и промышленные районы – 8-15.

Самые высокие ставки сложились при аренде помещений небольшой площади в центре города и районах прилегающих к центральным рынкам. В районах, примыкающих к центру, арендные ставки за торговые помещения сопоставимы с арендными ставками центра, но могут колебаться в зависимости от местоположения и конструктивных характеристик здания. В менее престижных районах арендные ставки значительно понижаются в зависимости от месторасположения и конструктивных характеристик здания.

Следует отметить и расширение сети объектов общественного питания (кафе, бары, рестораны). Арендная ставка для помещений пунктов питания (кафе, буфеты, рестораны) по городу колеблется от 8 до 30 долларов США за кв.м. в зависимости от технического состояния объекта и месторасположения. В центре города в элитных современных зданиях для помещений ресторана аренда может достигать 50 долларов США. Арендная ставка для пунктов питания, расположенных в общественных зданиях колеблется от 8 до 10 долларов США за 1 м², в зависимости от предполагаемых ограничений в функциональном использовании.

Ставки арендной платы на рынке складских помещений сильно дифференцированы в зависимости от степени оснащённости склада, его месторасположения и удалённости от транспортных узлов. По Симферополю арендная ставка по оборудованным складам находится в пределах 1,5-5,0 по необорудованным складам на уровне 1-2,0 в районе Центрального и вещевого рынка колеблется от 5 до 10 долларов США за 1 кв.м.

Выводы:

- рынок продажи и аренды недвижимости находится в процессе развития и характеризуется отсутствием сформированной информационной и коммуникационной сети;
- на рынок недвижимости оказывают влияние кризисные макроэкономические факторы: отток внешних инвестиционных ресурсов, дефицит в банковской системе средств для кредитования, в частности для операций с недвижимостью;
- формируются сегменты рынка по видам доходной недвижимости, величина единичного показателя падает в зависимости от удаления объектов от центральных районов;
- на рынке недвижимости наблюдается отложенный спрос, спад количества продаж объясняется отсутствием инструментов для финансирования и ожиданием падения цен; по некоторым сделкам наблюдается большой дисконт и уступки при торге, как на продажу, так и на аренду помещений.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА, ВЫРАЩЕННОЙ В КРЫМУ

Чистякова С.А.

студентка кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: доцент Симагин В.И.

Введение. Актуальность темы заключается в том, что в Республике Крым скопилась значительная масса нереализованного по разным причинам зерна пшеницы урожая 2014 года. Нереализованное зерно создает массу проблем аграрному сектору Крыма.

К ним относятся:

- расходы, связанные с хранением нереализованного зерна;
- материальный и моральный ущерб для работников сельхозпредприятий;
- уменьшение доходов федерального и регионального бюджетов;
- подрыв доверия работников сельхозпредприятий к федеральным и региональным органам, управляющим отраслью;
- простой зерновых терминалов в Черноморских портах;
- возможно, неосознанность руководителями сельскохозяйственной отрасли в Крыму сложностей со сбытом крымской пшеницы;
- планирование объемов производства пшеницы в последующие годы.

Цели и задачи исследования. В связи со сложившейся ситуацией целью настоящего исследования является попытка выяснения:

- 1) причин падения реализации пшеницы;
- 2) снижения уровня их влияния в будущем;
- 3) возможных путей вывода сельскохозяйственного производства (растениеводства и животноводства) на приемлемый для Крыма уровень.

Крым значительно отличается от других регионов Российской Федерации по:

- площади территории, по численному и национальному составу населения, по природным и климатическим условиям, по развитости промышленной, сельскохозяйственной, обслуживающей отраслей и инфраструктуры. Сельское хозяйство Крыма в недалёком прошлом самостоятельно справлялось с обеспечением питанием своих постоянных жителей и многочисленных отдыхающих (в современной терминологии – туристов). Объём производства продукции сельского хозяйства был рассчитан на примерно одинаковый среднегодовой объём потребления, за исключением продукции садоводства и виноградарства, которая в больших количествах экспортировалась на материковую часть страны. Аграрные предприятия имели устойчивые хозяйственные связи с организациями-потребителями их продукции и проблем со сбытом практически не возникало. Многие аграрные предприятия;

- располагали собственными перерабатывающими мощностями, продукция которых потреблялась в основном внутри Крыма. Из этого следует, что сельхозпредприятия практически не нуждались в специалистах по сбыту и всякого рода посредниках.

Посредники появились после деколлективизации сельского хозяйства, их интересы никак не связаны с интересами сельхозпроизводителей, внешнюю среду в силу неграмотности в области маркетинга они не исследуют и ситуация с санкциями США и Евросоюза в отношении Российской Федерации застала их врасплох. Экспорт пшеницы остановился, так как зерновые терминалы расположены в Севастопольском и Феодосийском морских портах, которые находятся под санкциями.

Потенциальных покупателей и запасных вариантов вывоза пшеницы у зерновых посредников попросту нет. Другая причина падения реализации – несбалансированность спроса и производства зерна в силу разных интересов посредников и производителей.

Санкции Евросоюза, рано или поздно будут сняты и они должны послужить

посредникам хорошим уроком и стимулом к повышению маркетинговой грамотности. Что касается снижения влияния других причин на сбыт, то возможны следующие меры:

1. Создание региональной посреднической оптовой организации по закупке-продаже сельхозпродукции и, целесообразно, с участием в ней государственного капитала. Такая организация сможет создать мощную материально-техническую базу (склады, перерабатывающие комплексы, транспортные организации).

Это позволит управлять процессом, маневрировать ресурсами, исследовать рынок, использовать результаты исследования, поддерживать устойчивые хозяйственные связи с производителями. Производители смогут планировать объёмы производства, повышать качество продукции и снимут с себя заботу о хранении продукции. В целях защиты внутренних потребителей целесообразно установить предел рентабельности при продаже продукции на внутреннем рынке.

2. Крымская пшеница всегда славилась высоким качеством, что очень важно для хлебопечения и производства макаронных изделий. Объём производства такой пшеницы должен полностью удовлетворять потребности постоянного и переменного населения Крыма (это примерно 300 тыс. тонн) и быть достаточным для спрогнозированных экспортных поставок. Производство такой пшеницы необходимо вести на землях, пригодных для этой цели и с использованием современных технологий.

3. Менее ценные сорта пшеницы можно использовать как кормовую базу для животноводства и как сырьё для перерабатывающей промышленности (корм для сельскохозяйственных животных, производство пива, спирта и иных продуктов).

4. Земли, непригодные для растениеводства (значительная часть северной части Крыма) целесообразно использовать для возрождения животноводства. Республика Крым многонациональна и этот фактор требует значительного количества говядины, баранины, свинины, конины, мяса птиц, яиц, как для непосредственного использования, так и для переработки.

5. Для производства сельскохозяйственной продукции и её эффективного сбыта необходимо кроме высокоорганизованного регионального посредника наличие многопрофильных и специализированных сельскохозяйственных предприятий, способных обеспечивать производство продукции в объёмах и с качеством, диктуемых внутренним потреблением и потребностями экспорта.

6. Нуждается в реорганизации система управления отраслью. За годы нахождения Крыма в составе Украины, высокоразвитый аграрный комплекс Крыма разрушен до основания. Практически исчезла перерабатывающая промышленность. Мощные сельскохозяйственные предприятия, которые были образцами в отрасли, «реструктуризированы» и прекратили своё существование. Крым превратился в потребителя сельхозпродукции, производимой в смежных регионах. Выросли цены на все продукты питания, значительно снизился жизненный уровень населения.

Методика исследования. В процессе исследования использовался анализ вторичной маркетинговой информации.

Результаты исследования, их краткий анализ. Проведенное исследование может быть использовано в качестве начальной точки для более глубокого изучения проблем сбыта сельскохозяйственной продукции, совершенствования систем управления, как отдельными предприятиями, так и отраслью в целом, вывода отрасли на качественно новый уровень.

Выводы. В процессе работы с данным материалом выявлено значительное количество важнейших проблем, имеющих значение не только для совершенствования управления сбытом пшеницы, других сельскохозяйственных культур, но и для восстановления отрасли в целом. Комплексное изучение стоящих перед отраслью проблем, выработка рекомендаций по их разрешению, экономическое обоснование рекомендаций под силу (как вариант) нескольким учебно-научным подразделениям Крымского федерального университета.

КЛАСТЕРИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Чудаков Д.В.

ст. преподаватель кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Основные теоретические положения формирования и развития экономических кластеров осуществлены зарубежными учёными Е. Дахменом, Е. Лимером, М. Портером, И. Толенадо, П. Фишером, М. Фельдманом, Д. Якобсоном. Возросший в последнее время в России интерес к кластерной тематике способствовал появлению целого ряда отечественных работ, среди которых отметим работы Е.В. Акинфеевой, Г.Б. Клейнера, В.Б. Кондратьева, Л.С. Маркова, А.А. Миграняна, И.В. Пилипенко, А.Н. Праздничных, В.П. Третьяка, Т.В. Цихана, М.А. Ягольничера и др.

Главный вывод, который можно сделать из анализа сложившихся теорий, – основные преимущества создаются на региональном уровне, и они выражаются в таких формах организации производства как кластеры. При этом регион при разработке своей стратегии должен делать ставку на собственные абсолютные преимущества.

В настоящее время кластерное развитие – очень популярная концепция, но попытки дать определение кластера вызывает множество проблем. И, как показывает анализ последних публикаций ведущих специалистов в области кластерного развития, никто уже не пытается дать единое определение этому явлению. Впрочем, по мнению И.Пилипенко, есть «плавающие признаки», определяющие кластеры. Это наличие связей между фирмами, инновационность, критическая масса малых компаний.

Резюмируя определения ведущих специалистов, можем сказать, что кластеры – это интегрированные группы фирм, организаций и учреждений, деятельность которых находится в одной сфере бизнеса.

Цель и задачи исследования. Кластерная политика в ведущих странах мира рассматривается в настоящее время как ключевая – для повышения конкурентоспособности. Целью работы является использование опыта кластеризации и теоретических разработок для сферы туристических услуг. Для этого необходимо решить задачи: обозначить круг специалистов, исследующих этот вопрос; выявить особенности функционирования туристических кластеров; отметить интересы участников туристических кластеров. сформировать определение кластера (для сферы туристических услуг).

Результаты исследования. Проблемы функционирования и развития туристических кластеров получили прикладное развитие в работах зарубежных учёных, в частности Ф. Гоу и Э. Вильямса, Дж. Джексона и П. Мерфи, А. Макиавелли, И. Майкла, Т. Холла, М. Монфорта, М. Бени, А. Родригеса, М. Новелли, Б. Шмитца, Т. Спенсера, С. Нордин и других, а также в исследованиях, проводимых Всемирной туристической организацией (ЮНВТО). Среди отечественных учёных, концентрирующих своё внимание на проблемах туристических кластеров, можно отметить работы А.Ю. Александровой, Н.В. Зигерн-Корна, В.И. Кружалина, В.С. Новикова.

В туристском кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек создания добавленной стоимости поставщиков (прежде всего транспортных компаний), средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов (туроператоры, турагенты), а также самих покупателей-туристов.

По данным Всемирной туристской организации, во время семидневного пребывания посетителя в отдаленном туристском центре работает от 10 до 20 цепочек. В них задействовано 30-50 разных фирм, начиная с экскурсионного бюро, специализированных магазинов туристской литературы и страховых компаний до сувенирных лавок, пунктов обмена валюты, такси и др.

В настоящее время туристические кластеры стали глобальным явлением. Так, в США, в долине Напа функционирует кластер винного туризма; в Австралии сформировался

экотуристический кластер штата Квинсленд; в Мексике туристическим кластером является курорт Канкун, в Индонезии – курорт на о. Бали; Хорватия и Словения договорились о создании трансграничного туристического кластера; в ЮАР в 1999 году была принята национальная стратегия развития туристических кластеров; о создании туристических кластеров объявили Македония и Ямайка, Шри-Ланка и Казахстан. Заметим, что в 2008 году и правительство РФ приняло Концепцию кластерной политики.

Как показал международный опыт функционирования туристических кластеров, каждый из его участников достигает своих интересов (таблица 1).

Таблица 1 – Система интересов участников туристического кластера

Участник туристического кластера	Интерес участника
Администрация региона	<ul style="list-style-type: none"> - рост налоговых поступлений в бюджетную систему (рост числа налогоплательщиков и налогооблагаемой базы); - появление новых форм взаимодействия с бизнесом на основе принципов государственно-частного партнёрства; - появление реальных условий для диверсификации экономического роста в регионе; - социально-политическая значимость: туристический кластер как форма социальных обязательств перед населением; - способность реально эффективно управлять социально-экономическими процессами в туристической сфере региона;
Предпринимательский сектор	<ul style="list-style-type: none"> - появление новых хозяйствующих субъектов предпринимательского сектора; - рост конкурентных сил и деловой активности предпринимательского сектора; -повышение социальной ответственности предпринимательского сектора туристической сфере в регионе;
«Третий» сектор	-рост удовлетворённого спроса потребностей социального маркетинга в туристической сфере региона;
Сектор домохозяйств	-рост удовлетворённого спроса на туристические услуги населения в регионе и за его пределами;
Все участники туристического кластера	обеспечение синергетического эффекта, эффекта масштаба, стимулирование инноваций, инвестиций, роста социально-экономической эффективности турбизнеса, развитие внешнеэкономической деятельности субъектов турбизнеса.

В тоже время надо понимать, что туристический кластер – это открытая динамичная система, в рамках которой характер отношений между участниками может изменяться под воздействием факторов внешней среды.

Выводы. С учетом мнений специалистов, предложим для туристической отрасли следующее определение – кластер представляет собой добровольное объединение географически сконцентрированных, не зависящих друг от друга субъектов хозяйствования (предприятий, учебно-научных учреждений, банков, страховых компаний и т.д.) и органов государственной власти без создания отдельного юридического лица для совместной деятельности в сфере предпринимательства в туризме, для более эффективного использования ресурсов, стимулирования инноваций, а также получения синергического эффекта.

ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ И СРЕДСТВА ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Чуприна О.А.

магистрант кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н., доцент Харичева Г.Я.

Введение. В условиях быстрой сменяемости рыночной ситуации для правильной ориентации покупателей в многообразии товаров, особенно принципиально новых, необходима объективная информация об их потребительских характеристиках, а также о местах и формах продажи, т.е. реклама товаров и услуг.

С помощью рекламы повышается информированность населения, увеличивается число покупок, усиливается ее воздействие на формирование потребностей и спроса.

На современном этапе многие руководители понимают необходимость в эффективном планировании рекламной деятельности. Однако, на наш взгляд слабо используются эффективные методы и средства планирования рекламной деятельности.

Цель и задачи исследования заключаются в обосновании необходимости эффективного планирования рекламной деятельности предприятия, с помощью грамотного набора методов и средств рекламной кампании.

Результаты исследования. Проведенный анализ планирования рекламной деятельности на ряде предприятий, например, ООО «НПО Консультант», ООО «Агроинтеграция» и других показывает, что планирование осуществляется спонтанно, без использования эффективных методов и средств планирования,

Планирование рекламной деятельности, на наш взгляд, должно происходить в сочетании со всеми разделами бизнес-план предприятия, что поможет четко определить место рекламы в комплексе маркетинга, исходя из конкретной ценовой и товарной политики и деятельности по организации продажи товаров. В таком случае, процесс планирования рекламной деятельности будет осуществляться согласно логике иерархии целей предприятия.

Наличие маркетингового плана позволит получить целый ряд важных преимуществ:

- без трудностей анализировать, оценивать и контролировать, как рекламную деятельность, осуществляемую системно, так и работу всей компании;
- четко опередить место рекламы в комплексе маркетинга в тесной увязке с товарной, сбытовой и ценовой стратегией;
- концентрировать затрачиваемые ресурсы рекламы на важнейшие направления их использования;
- с большей вероятностью определить перспективы рекламы на долгосрочном уровне;
- создаст предпосылки более четкого и многогранного контроля рекламного бюджета.

Планирование, в таком случае, предстанет полноценной частью управленческого процесса и позволит четко определить цели предприятия и пути их достижения. Управление рекламой позволит объединить и организовать процессы развития и взаимодействия участников рекламной деятельности, планирования и осуществления соответствующих управленческих решений.

Планирование даст возможность фирме эффективно решать ее важнейшие проблемы и демонстрировать свою индивидуальность, как собственным сотрудникам, так и ее потребителям, партнерам и т. п.

Именно в рекламной деятельности к планированию относятся достаточно поверхностно и не осуществляют его строго в соответствии с этапами планирования, выработанными практикой и сформулированными в теории. Так, Ф. Котлер считает, что планирование рекламных мероприятий включает следующие этапы.

1. Выявление целевой аудитории.

2. Определение целей коммуникаций и ресурсных ограничений.
3. Разработка концепции рекламы.
4. Выбор средства передачи рекламного обращения.
5. Разработка рекламного обращения.
6. Разработка графика воспроизведения рекламы.
7. Формирование бюджета.
8. Оценка эффективности рекламы.

Также, необходимо отметить, что планирование рекламной деятельности тесно связано с её организацией, представляющей собой комплекс мер для обеспечения устойчивости процесса рекламы, организации связанных элементов. Сложность и многоцелевой характер рекламы определяет необходимость многоуровневого планирования рекламного процесса.

Основной формой реализации планов рекламной деятельности, на наш взгляд, может являться рекламная кампания, то есть комплекс рекламных методов, которые разработаны согласно стратегии и программе маркетинга для стимулирования сбыта потребителей товара на соответствующих сегментах рынка.

Целью рекламной компании должны являться формирование определенных реакций целевой аудитории, которые помогут рекламодателю в достижении своих стратегических или тактических задач.

Рекламные кампании предприятий необходимо реализовать по трем главным признакам: обеспечение комплексного подхода к рынку, творческая ориентация, экономически обоснованный выбор способов и методов распространения рекламы.

Выводы. Самое главное при планировании рекламной деятельности – разумно выбрать методы и средства. На выбор средств распространения рекламы и характер принимаемых при этом решений оказывает влияние следующие факторы: цели рекламы, специфика рекламируемого продукта, желаемая широта охвата и сила воздействия рекламы, рекламная деятельность конкурентов, наличие соответствующих средств, а также особенности, достоинства и недостатки отдельных средств распространения рекламы.

По словам американского специалиста в области рекламы А. Политца эффективное планирование рекламной деятельности дает возможность рекламе стимулировать продажу хорошего товара и ускоряет провал плохого; она показывает, каких качеств товар не имеет, и помогает потребителю в этом быстро разобраться; реклама, называющая тот отличительный признак товара, который содержится в незначительных количествах и который сам потребитель не в состоянии обнаружить, помогает установить, что данный признак практически отсутствует, и тем самым ускоряет провал товара.

Планирование рекламы должно стать важным компонентом плана маркетинга. Таким образом, планирование рекламной деятельности на предприятии будет находиться в тесной связи с развитием маркетингового плана. Отсутствие внимания к этой взаимосвязи может привести не только к бесполезным финансовым затратам, но и стать причиной неэффективности всего маркетингового плана.

СОВРЕМЕННЫЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КРИЗИС В СВЕТЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ

Ярош О.Б.¹, Кобечинская В.Г.²

¹к.э.н., доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского,

²к.б.н., доцент кафедры экологии и зоологии Таврической академии КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. На протяжении значительного времени экономический рост в мире происходит одновременно с деградацией всех природных систем жизнеобеспечения, а также расширения зон экологической и гуманитарной катастроф, затрагивающих все без исключения страны. В настоящее время эволюция природы и общества столь сильно переплетены, что пройдя долгий путь от решения локальных вопросов до мировых, появилась общая цель – совместное выживание. Понимание этого факта привело к смене парадигмы взглядов общественного сознания в конце XX столетия с переходом от антропоцентризма к биоцентризму. Изменение акцентов в структуре самой метатеории актуализировали вопрос о том, что необходимо менять представления общества о том, какой должен быть социально-экономический прогресс и какие должны быть отношения с природой, каковы принципы их построения? Попытки определиться с направлением основного вектора для социально-экономического развития в 21 веке привели к активному обсуждению новых подходов о создании принципиально нового типа хозяйствования, направленного на сбалансирование социально-экономического роста и оптимизацию взаимоотношений между обществом и природой. Каким будет, данный вектор развития вопрос открытый и дискуссионный.

Цель и задачи исследования. Целью работы является определение теоретико-концептуальных основ институциональных исследований и возможностей применения неинституциональной экономики при исследовании проблемы глобального экологического кризиса. Реализация поставленной цели определила необходимость решения следующих задач, среди них: развитие теоретико-методологических основ неинституциональной теории и поиск пределов ее применения в природопользовании; оценка эвристического потенциала неинституциональной теории общественного выбора и неинституциональной теории прав собственности в исследовании проблем кризисного развития общества и природы.

Методика исследования. Данное исследование базируется на теоретических положениях экономики природопользования, теориях институциональной экономики, концепции сбалансированного гармоничного развития общества и природы.

Результаты исследования. Эволюция взглядов на проблему устойчивого развития к концу 20 века претерпевает значительные метаморфозы. Главным образом это связано с тем, что несмотря на принятые соглашения, в мире происходит дальнейшее ухудшение экологической обстановки и обострение социальных проблем. Попытка объяснить эту ситуацию привела к выводу о том, что она порождена структурными и стоимостными диспропорциями: неравномерностью размещения природных богатств по странам, регионам, континентам. Реализация стратегии устойчивого развития зависит не только от физических и политических факторов, сколько от социальных и институциональных. Таким образом, к началу 21 века возникла гипотеза о значимости институционального регулирования.

В настоящее время решение проблем глобального экологического кризиса, зачастую связывают с институциональными преобразованиями. Благодаря чему, в последнее время происходит широкое оперирование такими словосочетаниями как: «институциональное обеспечение», «институциональная поддержка», «институциональное регулирование». Они появляются повсеместно в программах социально-экономического развития, схемах-прогнозах т.д. Самым парадоксальным фактом является то, что в самой институциональной

теории данные инструменты как ее составляющие неопределенны, а круг задач, которыми она занимается, не сводится к решению вопросов, связанных с «обеспечением», «поддержкой» или «регулируемостью» и производными от этих характеристик. Это происходит из-за отсутствия правил применения отдельных инструментов к конкретным ситуациям. Во многом это объясняется тем, что большинство институциональных исследований проводятся на некоторых уровнях абстракции, из-за чего происходит недостаточная конкретизация экономического анализа. В результате институциональные исследования проблем природопользования являются очень малоизученной темой. Хотя по нашему мнению, именно данное течение современной экономической мысли может ответить и разрешить массу противоречий, существующих в моделях социально-экономического и экологического развития. Определим круг тех теоретических положений институционализма, который можно применить для анализа проблем природопользования.

1. Первоначально неоинституциональный подход к исследованию проблем загрязнения был предложен российскими учеными А. Голубом и Е. Струковой и он касался теории прав собственности. Данная работа была пионерной и основывалась на двух составляющих: институциональной теории прав собственности и стоимостных оценках природных ресурсов. Первая была сориентирована на понимание и интерпретацию к отечественным реалиям «теоремы Коуза». В Украине специализированные исследования в сходных областях появились несколько позже. Это работы Ю.А. Мосийчука и Н.Б. Малаховой по исследованию проблемы собственности в природных монополиях и выявлении трансакционных издержек, связанных с нечетким закреплением вышеупомянутых прав. Данные труды можно отнести к экономико-правовому направлению неоинституционального анализа, занимающегося как изучением влияния различных норм и правил на официальную (легальную) и нелегальную (незаконную) деятельность.

2. Следующее направление неоинституциональных исследований, методологию которых, на наш взгляд, можно в перспективе использовать для анализа проблем окружающей среды, является теория общественного выбора. Интерес к ней достаточно широк, поскольку она ставит вопрос о «провалах государства» они, являются случаем, когда держава не в состоянии обеспечить эффективное распределение и использование общественных ресурсов.

Выводы. Можно прийти к заключению, что обеспечение социально-экономической безопасности общества, его социальное развитие имеет прямое отношение к качеству окружающей среды. Особенно это проявляется на локальном и региональном уровнях, когда поведение индивидуума, его адекватность сказывается на отношении к внешнему миру, природе и стремлении ее сохранять. Обратная реакция получается в результате своеобразного „ответа” окружающей среды по отношению к обитающей в ней человеческой популяции в виде ухудшения условий для существования искомого вида. В свете этих мыслей особое внимание заслуживает идея, высказанная М. Вебером о том, что: «экономика является производной от культуры, нравственности, религиозных и этических установок. Все это может быть фактором как устойчивого, так и неустойчивого развития». При формировании механизмов упреждения и компенсации негативного влияния от хозяйственной деятельности на окружающую среду, наряду с важностью институтов выдвигается роль государства. Оно может быть посредником между группами с различными интересами. Поэтому институциональная экономическая теория в принципе может использоваться для создания «обеспечения» в решении проблем, сложившихся в экосистемах. Данный вывод позволяет прийти к мысли, что нивелирование кризисных явлений в природопользовании России сильно зависит от экономико-правового регулирования этой сферы.

**СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОИСКА И ПОДБОРА КЛЮЧЕВЫХ СОТРУДНИКОВ
ОРГАНИЗАЦИИ**

Аметова Э.И.

*к.э.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда
Институт экономики и управления КФУ им. Вернадского*

Введение. Рынок рекрутинговых услуг в России начал развиваться в начале 90-х годов вследствие формирования различных видов бизнеса и возникновения необходимости в персонале, способном работать в новых рыночных условиях. Перспективность развития данной деловой сферы обусловлена высоким и стабильным ростом спроса на услуги кадровых агентств.

Вопросам исследования рекрутмента посвящено большое количество работ как зарубежных, так и отечественных авторов: Э. Флиппо, Г. Робертса, У. Паундстоуна, Баскиной Т.В., Кибанова А.Я., С. Ивановой, А. Иванова, А.Боярского, Долженковой Ю.В. и другие.

Современные тенденции, рассмотренные в научных трудах и существующие на рынке отечественного рекрутмента, отражают необходимость глубоких трансформационных изменений и сдвиг парадигмы поиска и привлечения кандидатов в направлении компетентностного подхода, основанного на выявлении и использовании личных, профессиональных и деловых качеств человека с целью повышения эффективности деятельности организации.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является отражение существующих направлений рекрутмента персонала предприятий и определение содержания поиска и привлечения ключевых сотрудников.

Методика исследования. В ходе исследования для определения и обобщения теоретических основ рекрутмента персонала используются абстрактно-теоретический, диалектический методы.

Результаты исследования. В настоящее время в рекрутменте используется большое количество направлений поиска и подбора кандидатов. Наиболее популярные среди них: классический рекрутмент (подбор офисного персонала (executive recruitment), подбор руководителей среднего звена (management selection), массовый рекрутмент (mass recruitment), подбор специалистов и линейных менеджеров на типовые позиции (staff selection), поиск и подбор выпускников вузов (graduate recruitment)), executive search - подбор топ-менеджеров, ключевых и уникальных работников с применением методов активного поиска (headhunting («охота за головами» - переманивание работников), аутплейсмент (индивидуальный, групповой, массовый), подбор и предоставление временного персонала: на краткосрочный и долгосрочный периоды).

Эффективное функционирование предприятий напрямую зависит от возможности привлечения высококвалифицированных специалистов, особенно руководителей. Вследствие того, что в преимущественном большинстве отмеченные категории менеджеров трудоустроены и не нуждаются в работе, активное развитие получило одно из самых востребованных направлений рекрутмента executive search - хедхантинг («охота за головами»), включающая целенаправленный поиск и переманивание ключевых сотрудников предприятий, уже состоящих в официальных трудовых отношениях на момент объявления такого поиска рекрутинговой компанией.

На сегодняшний день в зарубежной практике гонорары за услуги хедхантера (специалиста по хедхантингу) составляют 30–40% годовой заработной платы найденного профессионала. В России эта сумма варьируется от 25 до 35%.

Важно отметить, что в России оценить количественно объем рынка хедхантинга достаточно сложно. Во-первых, из-за закрытости информации данного вида бизнеса, а во-вторых – слабой развитости рынка этих услуг.

Современные отечественные предприятия используют хедхантинг как эффективный инструмент в конкурентной борьбе на рынке, определяя его следующие выгоды и преимущества:

- возможность привлечения конкретного необходимого специалиста;
- экономия ресурсов, в том числе временных;
- определенная степень надежности кандидата, обусловленная подтверждением собственных управленческих талантов в предыдущей трудовой деятельности;
- возможность развития предприятия за счет использования инновационных подходов в управлении кандидатом;
- рост имиджа предприятия: приобретение ценного сотрудника увеличивает стоимость предприятия и положительно влияет на его имидж на рынке.

Вместе с тем необходимо отметить наличие определенных рисков, связанных с использованием хедхантинга фирмами-заказчиками:

- риск некорректной оценки характеристик кандидата в связи с фактическим отсутствием конкурса на заполнение вакансии;
- риск потери вновь приобретенного кандидата в кратко- и среднесрочном периоде в связи с исключительно финансовой мотивацией;
- риск несовпадения организационных культур либо негативного влияния нового человека на существующую организационную культуру;
- риск потери существующих специалистов внутри компании из-за неадекватного оценивания их работы.

В настоящее время отсутствует четкое разграничение в понятиях «эксекьютив сёч» (executive search) и «хедхантинг» (head-hunting). Приминая во внимание то, что оба направления отражают технологии поиска и подбора ключевых сотрудников и включаются в перечень услуг, оказываемых рекрутинговыми агентствами, существуют определенные отличия, связанные с внутренним содержанием отмеченных понятий.

Так, консультанты эксекьютив сёч, предлагая услуги по рекрутменту топ-менеджмента, проводят предварительную глубокую диагностику клиента, исследование рынка, а также гарантируют «сопровождение» кандидата в процессе его адаптации на новом рабочем месте. Хедхантеры ориентированы на переманивание сотрудника без последующего взаимодействия с ним после трудоустройства на предприятие.

Выводы. Таким образом, ключевые сотрудники предприятий часто становятся целью рекрутеров вследствие возможности получения высокого гонорара у фирмы-заказчика. Несмотря на низкую степень этичности осуществления поиска и подбора, хедхантинг способствует положительным изменениям на предприятиях, которые решает покинуть сотрудник. С одной стороны, для руководителя это становится сигналом о наличии проблем в организационной культуре предприятия и низкой степени мотивированности персонала. С другой, является стимулом к активизации внутреннего рекрутмента предприятия, что дает возможность формирования собственного кадрового резерва и повышение объективности оценки кандидата.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА

Аметова Э.И.

*к.э.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда
Института экономики и управления*

Введение. В современных условиях динамичных пространственных изменений возникает необходимость многоаспектного рассмотрения личности в системе управленческих связей, возникающих в процессе функционирования современных организаций. Центральным звеном в таких взаимосвязях становится личность, обладающая набором определенных личных качеств (ценностей), деловых и профессиональных компетенций. Важное место в процессе формирования эффективного межличностного и межгруппового взаимодействия занимает имидж, как модель целостного восприятия человека, сохраняющаяся в процессе последующего общения, даже при отсутствии вербального взаимодействия. Понятие имиджа включает как природные свойства личности (внешние данные, темперамент), так и специально созданные с целью достижения успеха (профессиональные знания и компетенции). Однако вопросы теоретического обоснования процесса формирования имиджа современного менеджера еще недостаточно глубоко изучены и требуют более детального рассмотрения.

Целью исследования является рассмотрение имиджа современных менеджеров с позиции теоретического осмысления процесса его формирования в современных условиях динамичного развития окружающей среды.

В соответствии с поставленной целью были определены следующие **задачи исследования:** рассмотреть этимологию понятия «имидж», выявить особенности его восприятия разными авторами, а также определить основные психологические и социальные составляющие имиджа руководителя.

Результаты исследования. Понятие «имидж» происходит от французского или английского «image», что в буквальном переводе на русский язык означает образ, облик.

Однако в этимологии базового понятия существует большое количество дискуссионных моментов. Так, вследствие того, что слово «имидж» является заимствованным и в английском языке имеет несколько определений (в разных вариантах использования определяется различным смысловым содержанием), а слово «образ» имеет собственную историю использования в психологии, возникает проблема соотнесения этих понятий.

В общей психологии под «образом» в широком смысле слова понимается субъективная картина мира или его фрагментов, включая самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий.

С точки зрения социальной психологии имидж является разновидностью образа, возникающего в результате социального познания, социального взаимодействия личности.

В словаре С. И. Ожегова «образ» определяется как: «облик, вид, подобие, «живое, наглядное представление о ком или чем-нибудь», «обобщенное художественное отражение действительности, облеченное в форму конкретного, индивидуального явления».

Необходимо отметить, что в Большой Советской Энциклопедии и в Большом толковом словаре русского языка понятие «имидж» отсутствует.

Современный словарь иностранных слов определяет имидж как «целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, явления или предмета, выделяющий определенные ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-то в целях популяризации, рекламы и т.д.».

А. К. Семенов и Е. Л. Маслова дают следующее определение: «имидж определяется как целенаправленно созданная или стихийно возникшая форма отражения объекта в сознании людей».

Отечественный теоретик в области социологии управления и имиджеологии В. М. Шепель определяет имидж как: «... индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения внимания». Известный американский теоретик маркетинга Ф. Котлер определяет имидж как «восприятие компании или ее товаров обществом». Специалист в области менеджмента О. С. Виханский дает общее определение имиджа: «Имидж явления – это устойчивое представление об особенностях, специфических качествах и чертах, характерных для данного явления».

Как видно из представленных определений, большая их часть противоречит друг другу вследствие отождествления понятий «имидж» и «образ». По нашему мнению, имидж является выражением объекта в определенной пространственной форме, включающий его внешние и внутренние характеристики. При этом имиджу присущ аспект социального оценивания, в то время как образ выступает обобщенной характеристикой личности, наделенной параметрами исторического временного интервала, принадлежности к определенной социальной и этнической группе и т.д. При этом на наш взгляд, в процессе самопрезентации менеджер стремится к акцентированию внимания и демонстрации лучших своих качеств для создания положительного имиджа. Таким образом, имидж предполагает демонстрацию не только естественных качеств, присущих менеджеру, но и так называемую «искусственную надстройку», представляющую собой комплекс сформированных (выработанных) компетенций и поведенческих особенностей, позволяющий произвести максимально положительный эффект для реализации определенной цели.

Таким образом, имидж менеджера может быть определен как комплекс личных, поведенческих и профессиональных качеств руководителя, выраженных в способности их использования для самопрезентации в процессе межличностного взаимодействия для достижения определенной цели.

Выводы. Современное восприятие человека через определение его личных качеств, а также стремление к закреплению определенного положительного имиджа в процессе делового общения предполагает постоянное развитие личности в контексте исторически сложившейся ситуации, а также социальных особенностей взаимодействующих субъектов. Основными характеристиками имиджа менеджера должны выступать высокий уровень личного и профессионального развития, а также постоянство в манере самопрезентации.

ИНДИКАТОРЫ СОКРАЩЕНИЯ РАСХОДОВ НА ПЕРСОНАЛ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТРУДА

Ганиева А.К.

*к.э.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда
Институт экономики и управления КФУ им. Вернадского*

Введение. В данной работе рассматриваются основные тенденции российского рынка труда на современном этапе, определяющие причины сокращения расходов на персонал, затрагиваемые автором проблемы дают возможность предположить тренды сценарного развития рынка труда в текущем году.

Цель и задачи исследований заключаются в поиске и систематизации направлений воздействия кризисных явлений российской экономики на рынок труда и обусловленные сложившейся ситуацией последствия существенных сокращений расходов на персонал.

Методика исследований предполагает системный анализ экономических статистических показателей характеризующих рынок труда и структуру занятости России в комплексе с аналитическими и экспертными оценками выявленных тенденций.

Результаты исследований. Кризисная ситуация для отечественных компаний, сложившаяся в начале 2015 года объяснима тем, что в первые месяцы реализации потребовали кардинального пересмотра утвержденные бюджеты на 2015 г. Начавшийся кризис обусловил существенное падение выручки, замедлившееся после стабилизации ситуации на рынках. Большинство российских компаний согласно пессимистичному сценарию наметили на 2015 год сокращение штатов. Лидирующими в этом тренде по мнению эксперта из Kommersant.Ru Сигал Е. являются, прежде всего, предприятия сферы услуг (общественное питание, медиакомпании, туриндустрия и т.д.), уже ощутившие острое падение спроса в реальном секторе.

Первым решением большинства предприятий было стремительное сокращение расходов, так как расходы на персонал – основные в издержках большинства компаний, то их начинают сокращать в первую очередь.

Закономерно для рынка труда и то, что средний бизнес реагирует на ситуацию мобильнее и будет сокращать персонал активнее и быстрее, чем крупный. Взаимоотношения руководства этих компаний с персоналом гораздо теснее, чем в крупных корпорациях, и менеджмент, соответственно, лучше понимает степень эффективности каждого сотрудника – таким образом, можно провести оптимизацию быстрее и эффективнее. Но сложнее всего складывается ситуация в малом бизнесе, особенно после массового сворачивания деятельности индивидуальных предпринимателей из-за резкого увеличения обязательных отчислений в Пенсионный фонд, так что можно ожидать нового витка ликвидации предприятий.

Накопленный кризисный опыт обеспечил бизнес широким арсеналом схем оптимизации персонала, а также всякого рода суггестивными методами воздействия. Сокращение зарплат по соглашению сторон – схема, забытая со времен 2008 года, но для многих это покажется лучшим выходом. Так эксперты рекрутинговых компаний прогнозируют в 2015 году сокращение на 30% зарплат и доходов сотрудников в большинстве отраслей. Негативной ситуацией для многих компаний будет увольнение сотрудников.

Однако, как прогнозируют эксперты Kommersant.Ru, одномоментных масштабных сокращений не предвидится, процесс будет идти поступательно, сможет наблюдать постепенное «соскальзывание»: компании будут аккуратно резать расходы на персонал, не принимая фундаментальных решений о массовых увольнениях. В свою очередь, подходить к сокращению расходов компании будут по-разному, в зависимости от масштаба, сферы деятельности, финансового положения, регионального местонахождения. Но при ухудшении ситуации по оценкам Kommersant.Ru возможно развитие сценария по образцу кризиса 2008-

09 г., когда безработица выросла до 10% экономически активного населения страны (7,5 млн чел.), тогда как на начало 2015 г. – 5,5% (4 млн. чел.)

Еще одна наметившаяся тенденция на рынке труда: публикуемые вакансии по своему характеру в значительной части на замещение уже ранее созданных рабочих мест, а вакансии по найму на новые рабочие места неуклонно снижается.

Наиболее распространенными инструментами оптимизации расходов на персонал в российских компаниях эксперт рынка Сигал Е. называет (все они не бесспорны и имеют либо правовые, либо экономические последствия):

1) отправить сотрудника в неоплачиваемый отпуск. Такая оптимизация затрат на персонал – достаточно дорогое мероприятие, так как необходимо выплатить сотрудникам компенсации, поэтому для минимизации финансовой нагрузки на организацию сотрудников отправляют в отпуск за свой счет.

2) практика отправки рабочих на обучение. Программа опережающего обучения, на которую можно отправлять сотрудника вместо отпуска. Многие компании, особенно в промышленности, где требуются профессионально подготовленные рабочие и техники, не хотят окончательно расставаться с опытными сотрудниками, так как экономика рано или поздно восстановится, своих рабочих будет уже не найти, а подготовка новых кадров требует времени и денег.

3) увольнение сотрудника по соглашению сторон. При официальном сокращении выплаты, в общем, не так уж велики – всего два оклада.

4) релокация офиса – еще одна возможность сокращения издержек. Перенос офиса и перевод специалистов в регион наблюдается у крупных компаний с региональным распределением.

Выводы. Рынок труда ждет сокращение зарплат и персонала, а некоторые секторы – масштабные увольнения. Как и в предыдущий кризис, наиболее существенное падение доходов, а следовательно, и сокращения ожидаются в потребсекторе, ритейле, СМИ.

Существенно пострадает логистика: из-за санкций и снижения возможностей потребителей сократились транспортные перевозки, и компании высвобождают персонал. Сокращение скажется и на рынке недвижимости, строительстве. Пострадает персонал банковского сектора если клиенты банка не смогут брать кредиты, то банк будет сокращать фронт-офисы и их сотрудников.

Однако, в некоторых секторах работодатели пойдут на повышение зарплат. Прежде всего, это, экспортеры и подразделения зарубежных компаний: их сотрудники могут ожидать индексации зарплат хотя бы на уровне официальной инфляции. На повышение могут также пойти компании, которые не так сильно пострадавшие от кризиса. Например, предприятия ВПК, выполняющие госзаказ, или компании, занятые строительством объектов инфраструктуры — дорог, портов, трубопроводов, метростроители., где сохранится спрос и на рабочих, и на инженерный персонал, но вместе с тем повышение будет не более 5-10%.

Также, на индексацию могут рассчитывать бюджетники в виде индексации в рамках формальной инфляции (около 9%). Но только по программе реформирования здравоохранения без работы в 2015 году могут оказаться десятки тысяч врачей, за счет которых их конечный работодатель – государство – сможет оптимизировать расходы. Как и в 2008 году, не пострадает, а возможно, и вырастет на кризисе ИТ-сектор, в котором наблюдается дефицит специалистов в ИТ, мобильных технологиях, соответственно, индексация зарплат прогнозируется уже не на уровне официальной инфляции, а существенно выше.

ФОРМИРОВАНИЕ БЮДЖЕТА НА ПОДБОР ПЕРСОНАЛА

Димитриева С.Д.,

*к.э.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда
Институт экономики и бизнеса КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. В современных постоянно изменяющихся условиях хозяйствования составление планов и бюджетов позволяет быстро адаптироваться и реагировать на изменение внутренних и внешних факторов. Планирование подбора сотрудников является одной из проблемных, и в то же время самых необходимых процессов в жизни любой фирмы. Поэтому задачей HR-менеджера является оптимизировать этот процесс и сделать его эффективным и наименее затратным без потери качества.

Цель и задачи исследований. Подбор персонала – важный элемент деятельности любой организации, требующий дополнительных материальных затрат и применения навыков грамотного специалиста-рекрутера. Основной целью является формирование структуры затрат на подбор персонала. Задачи исследования – определить функции и особенности составления расходов на подбор кадров.

Результаты исследований. Бюджет на подбор персонала – описание потребностей и ресурсов в количественной (доходов и затрат, поступлений и расходов) и качественной (уровень квалификации, степень профессионализма и т.д.) формах, который формируется с целью поиска оптимального пути достижения установленных целей организации.

Бюджетирование призвано выполнять 3 основные функции: планирование, учет и контроль. Первая является наиболее важной, поскольку является основой бюджета. Создание планов позволяет определить количественную потребность в персонале и отразить затраты на их поиск в денежном выражении. Функция учета заключается в том, что вся учетная система должна представлять достоверную информацию о видах затрат и проводить сравнения намеченных целей с полученными результатами. Контроль не менее важная функция, поскольку каким хорошим не был план, он окажется бесполезным, если не осуществлять надзор за его исполнением. Сопоставляя полученные результаты с плановыми показателями можно оценить эффективность работы на любом этапе.

Основными этапами составления бюджета является:

- определение необходимого количества сотрудников, включая временный персонал;
- расчет времени подбора разных категорий персонала. Так, например, на поиск и переговоры с высококвалифицированными и редкими специалистами приходится затрачивать гораздо больше времени, чем на низкоквалифицированные кадры;
- выбор методов поиска, которые зависят от факторов: категории вакансии, срочности и объема расходов, которые готова понести организация;
- определение расходов на менеджеров по подбору персонала, включая принятие решений об увеличении штата рекрутеров;
- обобщение всех расходов и составление бюджета на подбор (табл.1).

Бюджет на подбор персонала должен учитывать особенности поиска (насколько специалист является редким, трудно ли его найти). Есть вакансии, закрывать которые следует преимущественно с помощью рекрутинговых компаний. Иначе экономия может привести в дальнейшем к потерям из-за некачественного или несвоевременного подбора. Это касается горящего поиска руководителей высшего звена, узких специалистов.

Большая часть российских компаний (57%) выделяют на подбор персонала до 20% кадрового бюджета. 20% компаний выделяют на подбор 40-60% кадрового бюджета, 17% компаний – 20-40%. Правда, здесь наблюдается существенная разница между российскими и западными компаниями. Среди западных компаний значительно большее число (47%) выделяют на подбор персонала 40-60% бюджета. До 20% кадрового бюджета на подбор выделяют лишь 24% западных компаний.

Таблица 1. Фрагмент бюджета на подбор персонала

Должность	Количество	Срок подбора	Метод	Стоимость поиска, руб.	Зарплата рекрутера	Итого
Главный бухгалтер	1	1,5 месяца	Интернет Услуги КА	3 000 60 000	40 000 -	43 000 60 000
Помощник бухгалтера	1	2 недели	Интернет	1 500	15 000	16 500
Руководитель отдела маркетинга	1	2 месяца	Услуги КА Объявление в проф. журнале	120 000 10 000	- 60 000	120 000 70 000
Инженер	2	2 месяца	Интернет Объявление в проф. журнале	7 000 10 000	60 000 -	67 000 10 000
Всего	5			211 500	175 000	386 500

Бюджет затрат на подбор кадров является комплексным документом, который содержит размер расходов на персонал, их состав по статьям затрат с разбивкой по периодам. Эффективность работы по поиску и подбору персонала определяется не тем, будет ли предприятие обращаться в рекрутинговые агентства или обходиться собственными силами. В большей степени главным здесь является экономическая целесообразность и эффективность проведенных мероприятий, а также окупаемость затрат по подбору.

Выводы. Процедуру поиска и отбора кандидатов необходимо рассматривать в комплексе с общей системой управления организацией и кадровой политикой. Бюджетирование расходов на поиск персонала является наиболее эффективным способом оптимизации деятельности по найму персонала. Выбор методов поиска определяется критериями, которые соответствуют требованиям должности и организации. Ключевым критерием является та степень, в которой работа в этой области поддерживает разработанную стратегию предприятия и насколько она соответствует ключевым требованиям кадровой политики, реализуемой в организации.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Короленко Ю.Н.

*к.э.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда
Институт экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. В данной работе исследуется психологический механизм принятия решений и с учётом его особенностей типы руководителей, принимающих решение.

Цель и задачи исследований. Целью исследования является рассмотрение этапов развития психологического обеспечения принятия решения, выделение главных черт характеризующие ситуацию, в которой происходит принятие решений.

Результаты исследований. Психологический механизм принятия решений - это общий принцип развития. Экспериментально определены пять этапов развития психологического обеспечения принятия решения.

Первый из них характеризуется неспособностью действовать "разумом". Способы действий не осознаются. Процессы и продукты действий слиты. Цель и цели формируются и достигаются под непосредственным контролем вещей. В основу регуляции действий положено непосредственное восприятие ситуации. Эмоции - единственное, что выступает в

роли обратной связи.

На втором этапе задачи также решаются лишь во внешнем виде, путём манипулирования вещами. Манипулирование вещами происходит без осмысленного плана, замысла. Соотношение частной и общей цели недостижимо: решение частной задачи превращается в самоцель, общая задача "растворяется", "выталкивается". Действия большей частью контролируются вещами. Оценка эмоциональная, хотя внешние языковые указания уже начинают влиять и на выбор цели, и на контроль действия, на регуляцию и оценку.

На третьем этапе происходит расчленение продукта и процесса действия - способы действий становятся доступными осознанию. Они составляют основу формируемых операций. Слово становится не просто сигналом, а знаковым сигналом, не только активизирует готовую команду, но может нести в себе зародыш собственной команды - зародыш программы действий. Вместе с тем значительно расширяется сфера стимуляции - появляются собственные познавательные потребности и целеполагания, хотя функцию контроля действий ещё выполняют преимущественно вещи, а в самостоятельной оценке результатов действий доминируют эмоции.

На четвёртом этапе задачи решаются также манипулированием определённых предметов, но со временем, в случае повторного обращения к задаче, найденный путь уже может быть основой плана повторных действий, который строго соотносится с требованиями этой задачи. Это обеспечивается переключением некоторых образований внутреннего плана на внешний план. Формируются интеллектуальные операции, которыми осуществляются самокоманды. Ход оперирования оценивается.

На пятом этапе сложившиеся тенденции достигают полного развития. Способность к самокоманде сформирована. Действия систематические, построенные по замыслу, строго соотнесены с задачей.

Можно вести речь не только о творческих решениях (о тех, которые не могут быть получены логически), не только о продуктивных (тех, которые выводятся логически), но и творческих - нетворческих - репродуктивных.

Репродуктивные решения опираются на воспроизведение моделей. До тех пор, пока они отвечают условиям, ситуации, творческое взаимодействие субъекта с объектом не разворачивается. Интерес могут вызвать только те обстоятельства, которые мешают, препятствуют срабатыванию сформированных моделей.

Иногда необходимо немного уступить одной из характеристик (например надёжностью), для того чтобы "получить выигрыш" в другой (например в затратах). Задача человека, который принимает решение, отыскать альтернативы, которые представляют собой оптимальный компромисс.

В некоторых случаях оптимальный компромисс можно найти, обращаясь к научным методам принятия решений, то есть, применяя математические методы оптимизации, теорию вероятностей, математическую или статистическую теорию полезности. Однако чаще всего во время принятия решений учитывают как количественные, так и качественные факторы.

Некоторые научные работники считают принятие решений искусством. Однако развитие вычислительной техники и успехи, достигнутые в разработке научных методов принятия решений, привели к изменению этих взглядов.

Раньше считалось, что принятие решений имеет качественный характер и является субъективным делом. Теперь интенсивно внедряются количественные методы (в особенности справедливо в отношении принятия решений в военном деле). Разумеется, есть опасность переоценки этой тенденции. Однако в любом случае очевидно, что принятие решений основывается и на искусстве, то есть имеет качественный характер, и на количественных, научных методах.

Ситуацию, в которой происходит принятие решений, характеризуют такие главные черты:

- Наличие цели. Необходимость принятия решений обусловлено наличием некоторой цели, которую необходимо достичь. Если же цель не поставлена, то и не возникает

необходимости принимать какое-нибудь решение.

- Наличие альтернативных вариантов. Решение принимаются в условиях, когда есть более чем один способ достижения цели. Очевидно, что если имеется лишь одно направление поведения, то решение принимать не нужно.

- Учёт важных существенных факторов. Решение принимаются в условиях действия большого количества факторов, которые для разных альтернатив разные. Это экономические, технические, социальные, личные и другие факторы.

Выводы. С учетом выше изложенного, в современной практике, сформировались типы руководителей, принимающих решение:

- Руководитель, который стремится к достижению успеха в деятельности, считает себя призванным вести за собой исполнителей решения, не боится риска, положительно мотивирован, активен.

- Руководитель, ориентированный больше на себя, чем на группу исполнителей, стремится к индивидуальному принятию решений, действует с оглядкой, к риску относится слишком осторожно, избегает его.

- Отрицательно мотивированный руководитель, уходящий от самостоятельности, риска. Боится принимать решения. Как правило, «прячется» за группу, пытается снять с себя ответственность. Не лидер.

- Руководитель, не способный к активной работе. Имеет невротические тенденции в поведении, старается не идти на конфликт ни с руководством, ни с подчинёнными. Профессионально непригоден к управленческой работе.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИИ ТРУДА

Кривоzub Ю.В.

студент кафедры управления персоналом и экономики труда Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: к.э.н., доцент Короленко Ю.Н.

Введение. Мы живем в системе общественного разделения труда, в мире профессий и каждый день сталкиваемся с определенными трудностями, связанными с психологией труда.

Целью исследования является рассмотрение современных проблем психологии труда.

Результаты исследования. Психология труда рассматривает психологические особенности трудовой деятельности человека, закономерности развития трудовых навыков, исследует требования к психике человека, связанные с его отношением к работе.

Существуют множество взглядов и подходов к проблемам психологии труда (табл. 1).

Таблица 1 – Взгляды и подходы к пониманию проблем психологии труда

Представители	Взгляды и подходы к проблемам психологии труда
Карпов А.В.	Повышение производительности и эффективность трудовой деятельности; гуманизация трудовой деятельности и содействие развитию личности.
Платонов К.К., Голубев К.К	Психологические вопросы трудовой экспертизы, психологии профессионального обучения, психологические вопросы организации труда.
Левитов Н.Д.	Выделение психологических компонентов трудовой деятельности,

	психологические вопросы динамики трудовой деятельности, проблемы психологии профессий, проблемы профпригодности и выбора профессии и производственного обучения.
Геллерштейн О.Г.	Психологический анализ трудовой деятельности и проблема профессионально важных качеств (проблемы проф. отбора, утомления, безопасности, формирования навыков и мастерства в труде, восстановления и компенсации нарушений проф. деятельности с помощью труда).

Однако это далеко не единственные проблемы, которые встречаются в современной психологии труда. В качестве ключевых проблем целесообразно выделить:

1. Развитие человека как субъекта труда (формирование трудоспособности, трудовой воспитание, функциональное развитие субъекта труда и др.).
2. Психологию трудовой мотивации.
3. Психологическое профессиоведение (принципы, методы психологического изучения отдельных профессий, классификация профессий).
4. Проблемы, связанные с системой образования.
5. Психологию работоспособности человека, оптимизацию.

На наш взгляд одной из главных проблем, среди, вышперечисленных, является образовательная система. Современная образовательная система уже очень долго не меняется и уже не способствует правильному функционированию. После обучения у многих выпускников возникают проблемы, связанные с профессиональной деятельностью. К сожалению, система образования все еще функционирует на индустриальном уровне, а современные стандарты нуждаются в полной модернизации. Образовательные учреждения становятся похожи на «фабрики», где распределяют по возрасту, по классам и прочее. Будущих специалистов лишают дивергентного мышления (который, кстати, мог бы отлично пригодиться в профессиональной деятельности), что приводит у многих личностей к «внутреннему протесту», и как следствие снижается интерес к обучению в такой системе. В результате они уже не могут в будущем правильно реализовать себя, и наступает момент психологического выгорания. Образование в жизни будущего специалиста играет важную роль и является одной из основных проблем современной психологии труда.

Проблема профессионального отбора *в психологии труда не менее важна* и нуждается в тщательном изучении современной психологии профессий, различий в профессиональных склонностях, интересах и мотивах, побуждающих людей предпочитать одни профессии другим. Решение данной проблемы возможно за счёт создания специальных консультационных бюро по оказанию помощи подросткам, выбирающим профессию.

Выводы. Психология труда является сложной наукой и играет важную роль в процессе жизнедеятельности каждого человека. Решение существующих проблем в психологии труда возможно за счёт тщательных исследований закономерностей развития личности в трудовом процессе; исследований особенностей психических процессов (ощущения, восприятия, внимания, мышления) как регуляторов трудовой деятельности; изучения современных методов мотивации трудовой деятельности и др.; разработки оптимальных режимов труда и отдыха; разработки новых, эффективных процедур профотбора и др.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДОВОЙ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Недолужко С.С.¹

¹студент кафедры управления персоналом и экономики труда Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н., Дмитриева С.Д.

Введение. Одним из основных элементов успешного управления организацией является не только привлечение высококвалифицированных специалистов, но и их эффективная адаптация. Практика показывает, что 80% уволившихся сотрудников в течение первого года работы приняли это решение уже на первый день своего нахождения в новой организации. Недостаточное внимание к вопросам адаптации сведет к нулю результаты найма, если новый работник не сможет своевременно освоить возлагающиеся на него задачи и не вписаться в трудовой коллектив.

Цель и задачи исследований. Целью исследования является изучение теоретических особенностей трудовой адаптации и формирование системы внедрения специалистов в деятельность предприятия. Задачами являются рассмотрение этапов адаптации и оценка ее преимуществ для работника и работодателя.

Результаты исследований. Трудовая адаптация персонала — взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенном включении работника в процесс производства в новых для него профессиональных, социально-психологических, организационно-административных, экономических, санитарно-гигиенических и бытовых условиях труда и отдыха.

Основными целями трудовой адаптации персонала являются:

1. уменьшение стартовых издержек
2. снижение степени озабоченности и неопределенности у новых работников
3. сокращение текучести рабочей силы
4. экономия времени руководителя и сотрудников
5. развитие позитивного отношения к работе

Показателями эффективной адаптации является приобретение сотрудниками высокого социального статуса, его удовлетворение микроклиматом, условиями труда, организацией в целом. О низкой эффективности адаптации свидетельствуют текучесть кадров, напряженность в коллективе, низкие результаты труда. У ведущих сотрудников должны присутствовать следующие черты: энергичность; умение справляться со своими эмоциями; готовность открыто выражать свое мнение; способность изменять свою точку зрения под влиянием аргументов, но не силы, высокое владение профессиональными компетенциями. Уровень развития личностного потенциала работника, как и степень соответствующей ему эффективности труда, зависит от интеграции его элементов - психофизиологического, трудового и творческого потенциала.

Основой взаимной заинтересованности в успешной адаптации являются общие интересы как работника, так и предприятия. Важно, чтобы руководитель максимально быстро ознакомил и внедрил сотрудника в организацию, т.к. это повысит личную заинтересованность работника, что в свою очередь приведет к ускорению процесса отдачи от вложенных в него средств и усилий.

Процесс адаптации состоит из 4-х основных этапов: предварительный (оценка уровня подготовленности), ознакомительный, функциональный и интеграционный (рис.1). На каждом из перечисленных этапов необходима продуманная система управления адаптацией, под которой понимается активное воздействие на факторы, определяющие ее ход, сроки, снижение неблагоприятных последствий и т.п. Чем больше внимания руководитель уделяет каждому из этапов трудовой адаптации работника, тем более результативной окажется деятельность сотрудника.



Рис. 1. Этапы трудовой адаптации персонала

Выводы. Процесс трудовой адаптации - является неотъемлемой частью деятельности каждого сотрудника после приема в организацию. Это приспособление работника к условиям внешнего и внутреннего окружения организации. Процесс адаптации включает в себя 4 основных этапа, результатом которых являются преимущества как для самого сотрудника, так и для компании в целом. Эффективная система адаптации позволяет экономить время руководства, снижать текучесть кадров, а также расходы, связанные с подбором персонала и его обучением.

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

Резникова О.С.

*д.э.н., профессор, зав. кафедрой управления персоналом и экономики труда
Институт экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. Электронный документооборот прочно вошел в жизнь организаций и стал неотъемлемым атрибутом современного управленца- администратора. Сегодня организации успешно сдают отчетность в электронном виде не только в налоговые инспекции, но и в ПФР, Росстат и ФСС. Электронный документооборот проник во все сферы документооборота в России.

В Гражданском кодексе РФ (ГК РФ) была закреплена возможность подписания документов электронной подписью (п. 2 ст. 160) и обмена документами с помощью электронной связи (п. 2 ст. 434).

Цель и задачи исследований. В целях заключения гражданско-правовых договоров или оформления иных правоотношений, в которых участвуют лица, обменивающиеся электронными сообщениями, обмен электронными сообщениями, каждое из которых подписано электронной подписью или иным аналогом собственноручной подписи отправителя такого сообщения, в порядке, установленном федеральными законами, иными нормативными правовыми актами или соглашением сторон, рассматривается как обмен документами (Гражданский кодекс РФ п. 4 ст. 11).

Методика исследований. Федеральным законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ, регулируются отношения, возникающие при использовании информационных технологий (в том числе систем электронного документооборота) и обеспечении защиты информации.

В Федеральном законе № 99-ФЗ от 4 мая 2011 г. «О лицензировании отдельных видов деятельности» прописано требование о лицензировании деятельности по разработке, производству, распространению шифровальных (криптографических) средств, информационных систем и телекоммуникационных систем, выполнение работ, оказание услуг в области шифрования информации, техническое обслуживание шифровальных (криптографических) средств, информационных систем и телекоммуникационных систем, защищенных с использованием шифровальных (криптографических) средств (за исключением случая, если такая деятельность осуществляется для обеспечения собственных нужд). Также закон разрешает использование электронно-цифровой подписи при подаче необходимых для получения лицензии документов в электронной форме.

Все эти и другие нормативные акты заложили основу законодательной базы для перехода на безбумажную технологию сдачи отчетности по ТКС с использованием ЭП.

Результаты исследований.

Начало работы над системой электронного документооборота (ЭДО) любых юридически значимых документов было положено в 2009 году, когда Такском, по поручению Правительства РФ, стал участником пилотного проекта по внедрению технологии обмена первичными бухгалтерскими документами в электронном виде. Во время этого проекта был разработан программный продукт «Такском-Файлер», который стал «Продуктом года» в рамках XXII ежегодной выставки информационных и коммуникационных технологий Softool-2011.

Со временем была сформирована полная нормативная база и, с мая 2012 года все предприятия России получили возможность обмениваться электронными первичными документами (счета-фактуры, акты, товарные накладные). И, как только это произошло, Такском ввел в промышленную эксплуатацию ряд программных продуктов для различных категорий пользователей

При выборе системы для сдачи электронной отчетности следует обращать внимание на

функционал программного продукта и на то, сотрудничает ли оператор связи с налоговой инспекцией по месту постановки организации на учет. Разработчиков таких программ на российском рынке немного, но наиболее популярными стали продукты «Такском-Спринтер», «Контур-Экстерн», ГАРАНТ Электронный Экспресс, «СбиС++» и другие.

Для электронного документооборота с основными контролирующими органами (ФНС, ПФР, ФСС) и органами статистики (Росстат) Такском разработал систему «Такском-Спринтер». В настоящее время это одна из самых популярных в России систем электронной отчетности. Она позволяет отправлять не только отчетность в государственные контролирующие органы (ГКО), но и производить с ними сверку взаиморасчетов, получать требования и оперативно направлять в истребуемые документы, а также отправлять письма в свободной форме. Такском-Спринтер включает в себя три взаимозаменяемых системы электронного документооборота специально разработанных для разных категорий пользователей:

Онлайн-Спринтер – облачный сервис для обмена документами с контролирующими органами. Шаблоны для создания отчетности и архив документов хранятся в защищенном онлайн-кабинете. Онлайн-Спринтер – для тех, кому важна мобильность и простота использования.

ПК Спринтер – десктопное приложение – комплекс программ работающих по принципу защищенной электронной почты. Пользователи ПК Спринтер не зависят от доступа в Интернет при подготовке отчетности и работе с архивом документов – Интернет нужен только для отправки и приема документов. Это программное решение подойдет тем, кому нравится использовать традиционную технологию, и тем, кому важно хранить все документы на своем компьютере.

1С-Спринтер – документооборот с ГКО, встроенный во все типовые конфигурации 1С на базе платформ 8.2 и 8.3. 1С-Спринтер обладает всеми плюсами и возможностями 1С: многопользовательский доступ к базе данных, разграничение прав доступа. А кроме того, пользователям продуктов 1С можно не обучаться работе с новой программой для ЭДО – отправка происходит прямо из 1С:Предприятия.

Электронная подпись УЦ ГАРАНТ позволяет надежно подтвердить неизменность документа с момента его создания и установить авторство. Технологии электронной подписи создают предпосылки для организации обмена важной деловой информацией с использованием информационных систем.

Электронный документооборот «Экспресс Документ» помогает подготовить, надежно защитить и мгновенно передать контрагентам важную деловую корреспонденцию: договоры; акты и накладные; счета-фактуры. Через систему уже передано более 1 миллиона первичных документов и счетов-фактур без дублирования на бумаге.

СКБ Контур предоставляет услуги крупнейшего в стране Удостоверяющего центра (<http://ca.skbkontur.ru>) – генерация сертификатов ключей электронной цифровой подписи. По данным компании, общее количество сертификатов электронной цифровой подписи (ЭЦП), выданных УЦ СКБ Контур, превышает 2 000 000.

Выводы. Опыт компаний, внедривших электронный обмен документами со своими контрагентами позволяет говорить, что ЭДО дает возможность повысить производительность работы персонала; значительно уменьшить время обработки документов; уменьшить общее количество бумажных документов.

Вследствие неоспоримых преимуществ электронного документооборота перед бумажным, количество предприятий, использующих электронный документооборот, постоянно растет, и через несколько лет электронный документооборот станет преобладающим методом ведения бизнеса в России. Электронный документооборот позволяет оптимизировать работу управленческого персонала.

НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Севастьянова О.В.

*старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономики труда
Институт экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. Перемены являются сложными для любого человека. Однако в рамках предприятия они зачастую остаются незамеченными и становятся проблемой одного отдельно взятого человека или группы. Республика Крым оказалась в уникальном положении, когда одновременно тысячи людей оказались перед фактом перемен, так сотрудники закрывающихся предприятий остались без работы, другим была предложена возможность повышения квалификации или переквалификации, третьи должны были доказывать целесообразность своего пребывания на данном предприятии посредством участия в конкурсах на замещения должностей. Так или иначе перемены затронули всех.

Цель и задачи исследования. Для многих работников предприятия переходный период является тяжелым бременем, так как встает вопрос о месте человека и его значении на предприятии, поэтому требуют особого рассмотрения пути преодоления негативного психологического состояния, которое впоследствии вызывает сопротивление изменениям.

Методика исследования базируется на теоретическом анализе подходов к решению проблемы сопротивления изменениям.

Результаты исследования. Вопросы психологического состояния сотрудников в условиях перемен должны для руководителя стать основополагающими. Руководитель должен понимать, что сотрудники – это тот щит, который поможет предприятию в сложной ситуации. Концентрация руководителя на проблемах предприятия может привести к тому, что многие сотрудники могут себя чувствовать за границами перемен, что в конечном итоге ведет к сопротивлению изменениям.

В статье был проведен анализ литературы по основным направлениям преодоления сопротивления изменений, особо были выделены работы таких исследователей как К. Левин, Дж. Коттер, Дж. Стюрта. Анализ позволил систематизировать основные причины и методы преодоления сопротивления изменениям, которые были адаптированы к современным условиям.

Особо следует отметить, что сопротивления на предприятиях вызваны в большой степени внешними причинами, так как люди не просто отторгают существующую реальность, но и пытаются (иногда этого не осознавая) протестовать. В таких условиях руководителю достаточно сложно понимать мотивы действия сотрудников, так их зона комфорта была нарушена не действиями руководства, а внешними факторами.

Для решения этой проблемы, руководству следует четко держаться выбранной стратегии развития, необходимо понимание того, что в изменяющихся условиях именно поведение руководителя является индикатором состояния дел на предприятии. Руководитель не должен выглядеть растерянным и подавленным, так как это только усугубит ситуацию.

Также, среди основных причин сопротивления является низкая осведомленность сотрудников предприятий, поэтому необходимо постоянно иметь конструктивный диалог с сотрудниками посредством информирования их о грядущих переменах. Следует задавать персоналу новые ориентиры, которые помогут переключиться человеку с одного психологического состояния на другое. При этом из многокомпонентной структуры психологического состояния основное внимание следует уделять эмоциональной области и когнитивной сфере. Данные направления можно реализовать посредством формирования доверительных отношений внутри группы, между руководителем и группой, а также убеждения сотрудников в возможности положительно влиять на состояние организации.

Выводы. Таким образом, подытоживая вышеизложенная основными направлениями сопротивления изменениями в сложившихся условиях могут стать:

1. Организация мероприятий по развитию персонала. При реализации этого направления необходимо провести оценку работников, с целью выявления потребности в обучении. Затем необходимо составить план-график прохождения обучения и донести до каждого работника предприятия.

2. Необходимо обеспечить заинтересованность работников предприятия в изменениях. На этом этапе можно использовать систему материального вознаграждения.

3. Разработка мер по поддержанию организационной культуры. Среди основных компонентов поддержания организационной культуры можно выделить ценности организации, знания организации, внутренние коммуникации и связи.

МОТИВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Семенов В.С.

*к.э.н., старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономики труда
Институт экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. В современных условиях рост экономических показателей работы хозяйствующих субъектов всех организационно-правовых форм собственности необходимо рассматривать через призму эффективного использования трудовых ресурсов. Так, персонал предприятий является важнейшим элементом производственного потенциала, обеспечивающим эффективность производства, его конкурентоспособность и устойчивое положение на рынке. Однако для этого необходимо создать определенные условия внутренней и внешней среды, способные стимулировать работников к производительному труду посредством управления персоналом с помощью мотивационного механизма.

Цель исследования. Изучение теоретических основ формирования мотивационного механизма управления персоналом и разработка эффективного механизма мотивации на предприятиях различных организационно-правовых форм собственности Республики Крым. Для реализации поставленной цели в процессе исследования решались задачи, связанные с изучением сущности экономических дефиниций «мотивация», «оплата труда», а также процесса мотивации и его влияния на результаты производительности труда. Вместе с этим был проведен анализ мотивационного механизма управления персоналом предприятий различных организационно-правовых форм собственности.

Результаты исследования. Основываясь на данных экономической теории можно сделать вывод о том, что термин «оплата труда» определяют как важнейшую категорию в системе условий труда. Вместе с этим под «зарботной платой» понимают оплату услуг труда работника, которая отображает социально-экономическое положение в национальной экономике и уровень жизни в обществе, дает возможность работнику и его семье обеспечивать текущее потребление, а также экономить на будущее потребление. Под мотивацией персонала следует понимать желание сотрудников выполнять качественно свою работу с максимальной отдачей, что предопределяет рост производительности труда персонала. Следует отметить, что все основные методы мотивации персонала можно разделить на два ключевых направления: материальную и нематериальную мотивацию персонала, роль которых сложно переоценить в системе оплаты труда. Так материальная мотивация персонала является мощным рычагом управления для административно-управленческого аппарата хозяйствующих субъектов посредством денег, которые позволяют поддерживать благоприятные условия жизни человека для последующей плодотворной работы, а также стимулируют работника к выполнению своих прямых обязанностей на рабочем месте с высоким уровнем производительности труда. Косвенно посредством заработной платы работник оценивает свою значимость в коллективе, социальный статус по

сравнению с коллегами по работе, что играет не маловажное значение в системе оплаты труда. Так при условии достижения большей экономической выгоды по результатам работы мотивационная действенность будет выше. Необходимо также отметить роль нематериальной мотивации труда персонала. К методам нематериальной мотивации персонала целесообразно отнести карьерный рост, благоприятный климат в коллективе, официальное трудоустройство и социальный пакет, культурные и спортивные мероприятия в коллективе, имидж компании, обучение за счет компании, личная и публичная похвала руководителя.

В данной связи целесообразно отметить определяющее значение мотивационного механизма в системе оплаты труда с учетом наличия системных проблем, характерных для существующей системы оплаты труда на предприятиях Республики Крым, что значительно влияет на уровень производительности труда персонала. К основным из них необходимо отнести одинаковое соотношение частей заработной платы (окладов и премий) у разных категорий персонала, непрозрачность ряда механизмов и процедур стимулирования, наличие ситуаций, когда премия воспринимается сотрудниками как фактическое продолжение оклада, отсутствие взаимосвязи между результатами труда сотрудников предприятий и размерами вознаграждений за выполненную работу. Системный характер обуславливает потерю интереса сотрудников предприятий к труду, что влечет за собой понижение уровня производительности труда и, как следствие, низкие финансовые результаты деятельности хозяйствующих субъектов. Тогда как наличие четко отлаженных механизмов стимулирования персонала, включая высокий уровень должностных окладов, материальное стимулирование (доплаты, надбавки, премии, вознаграждения) обуславливают рост заинтересованности работы кадров, высокий уровень производительности труда и, как следствие, высокие показатели работы предприятий и рост финансовых результатов деятельности хозяйствующих субъектов.

Выводы. Резюмируя вышеизложенное, следует отметить, что оплата труда – это вознаграждение за выполненную работу или услугу с учетом качественных и количественных характеристик, выраженное преимущественно в денежном эквиваленте, размер которой варьируется в зависимости от квалификации и профессиональной подготовки кадров предприятий. Под мотивацией персонала следует понимать желание сотрудников выполнять качественно свою работу с максимальной отдачей, что предопределяет рост производительности труда персонала. В результате исследования изучены основные методы мотивации персонала, в частности два ключевых направления материальная и нематериальная мотивация персонала. Кроме того было определено, что материальные методы мотивации персонала являются наиболее эффективными способами стимулирования сотрудников, что предопределяет рост заинтересованности кадров предприятия в высокопроизводительной работе посредством выплат заработной платы, премий, надбавок. Таким образом, четко отлаженная система оплаты труда, включая материальное и психологическое благополучие персонала, предопределяет повышение производительности труда работников, тем самым способствует улучшению эффективности работы предприятий региона в целом.

АУДИТ ТРУДОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Шакаров К.М.¹

¹студент кафедры бухгалтерского учета и аудита Института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель - к.э.н., доцент Димитриева С.Д.

Введение. В современных условиях исследование трудовых показателей является одним из основных разделов анализа деятельности предприятия. От эффективности использования труда зависят уровень себестоимости и качества выпускаемой продукции, показатели объема производства продукции, заработная плата персонала, рентабельность производства, его потенциал, а в конечном счете и получаемый экономический результат.

Цель и задачи исследований. Основной целью является формирование структуры показателей по труду, которые подвергаются аудиту. Задачи исследования – рассмотреть сущность и значение трудового аудита, его основные этапы и показатели.

Результаты исследований. Аудит в трудовой сфере - это система мероприятий по сбору информации, ее анализу и оценке на этой основе рентабельности деятельности предприятия по организации труда и регулированию социально-трудовых отношений, а также степени ее соответствия трудовому законодательству.

Аудит показателей деятельности предприятия выполняет следующие основные функции: организационно-технологическую, социально-психологическую, экономическую. Первая является наиболее важной, поскольку является основой бюджета. Организационно-технологическая функция аудита представляет собой проверку документации и анализ показателей соответствия деятельности предприятия законодательно установленным нормам. Социально-психологическая функция аудита - это оценка социально-трудовых отношений в организации. Основными методами такой оценки является изучение документации, проведение опросов, анкетирований, индивидуальных и коллективных бесед, интервью с работниками различных уровней и категорий. Экономическая функция аудита в трудовой сфере - это определение конкурентоспособности предприятия в трудовой сфере, эффективность функционирования служб управления трудовыми ресурсами, выявление их роли в повышении конкурентоспособности предприятия, экономической эффективности самого аудита, сравнение затрат на проведение аудиторской проверки с ее результатами.

Проведение аудиторской проверки предполагает разделение работы на несколько этапов:

- подготовительный, включающий разработку подходов к проведению проверки;
- этап сбора информации;
- этап анализа и обработки основных трудовых показателей (табл. 1);
- этап оценки эффективности аудиторской проверки.

Таблица 1. Показатели, анализируемые при трудовом аудите

Показатель	Формула	Расшифровка обозначений
<i>Производственные показатели</i>		
Производительность труда		О — объем производства; Ч — число работников.
Трудовой потенциал	$Фп = Фк - Тнп$ $Фп = Ч \times Д \times Тсм$	Фп — совокупный потенциальный фонд рабочего времени, час; Фк — величина календарного фонда времени, час; Тнп — нерезервообразующие неявки и перерывы, час; Ч — численность работающих, чел.; Д — количество дней работы в периоде, дни; Тсм — продолжительность рабочего

		дня, час.
Среднегодовая выработка на одного работающего	$V_{\text{ср}} = Y \times D \times \Pi \times B_{\text{ч}}$	У — отношение числа рабочих к общему числу работающих, Д — количество дней, отработанных одним рабочим за год, П — средняя продолжительность рабочего дня, часов, В _ч — среднечасовая выработка продукции на одного рабочего.
<i>Показатели движения кадров</i>		
Коэффициент оборота персонала (Коб)	$K_{\text{об}} = \frac{K_{\text{пуп}}}{C_{\text{чп}}}$	Кпуп — количество принятого на работу и уволенного персонала; Счп — среднесписочная численность персонала.
Коэффициент оборота по приему персонала (Кпр)	$K_{\text{пр}} = \frac{K_{\text{пп}}}{C_{\text{чп}}}$	Кпп — количество принятого на работу персонала;
Коэффициент оборота по выбытию (Кв)	$K_{\text{в}} = \frac{K_{\text{ур}}}{C_{\text{чп}}}$	Кур — количество уволившихся работников;
Коэффициент текучести кадров (Ктк)	$K_{\text{тк}} = \frac{K_{\text{ур}}(\text{псж} + \text{нтд})}{C_{\text{чп}}}$	Кур — количество уволившихся работников (псж — по собственному желанию, нтд — нарушившие трудовую дисциплину);
Коэффициент постоянства состава персонала (Кпс)	$K_{\text{пс}} = \frac{K_{\text{гр}}}{C_{\text{чп}}}$	Кгр — количество работников, проработавших весь год.
Коэффициент внутренней мобильности персонала (Квм)	$K_{\text{вм}} = \frac{K_{\text{ср}}}{C_{\text{чп}}}$	Кср — количество работников, сменивших должности в течение года;
<i>Нормирование труда</i>		
Норма управляемости	$N_{\text{уп}} = F \frac{R(\Pi)}{\square} 1 \text{ рук}$	R(Π) — число работников (подразделений) 1 рук — один руководитель
Норма численности	$N_{\text{ч}} = \frac{C_{\text{р}}}{\square} - O_{\text{р}}(\Phi)$	С _р — число работников соответствующей квалификации (должности), O _р (Φ) — объем работ

По завершении проверки должен быть подготовлен итоговый материал, который включает доклад о результатах аудиторской проверки, оценку и рекомендации. Возможна подготовка нескольких специализированных докладов, ориентированных на разные уровни управления трудовыми ресурсами и содержащими разные фактические материалы и рекомендации. Следовательно, результаты проверки могут принести максимальную пользу всем работникам, заинтересованным в процветании своей фирмы.

Выводы. Аудит в трудовой сфере - система мероприятий по сбору информации, анализу и оценке эффективности деятельности предприятия в сфере организации труда и регулированию социально-трудовых отношений. Объектом аудита в трудовой сфере является трудовой коллектив, персонал предприятия, его деятельность. Выделяют три функции аудита: организационно-технологическую, социально-психологическую, экономическую. Основные трудовые показатели для оценки можно сгруппировать в следующие группы: производственные, показатели движения кадров и нормирования труда.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Ярмолук С.В.¹

¹студентка кафедры управления персоналом и экономики труда Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
научный руководитель: д.э.н., профессор Зиновьев Ф. В.

Введение. Человек, его творческие качества, силы и способности, с помощью которых он преобразует себя и окружающий мир, традиционно занимали центральное место в экономических и социальных науках. Вместе с тем, ускоренное развитие материально-технической базы производства, связанное с промышленным переворотом, заслонило проблемы развития человека и его производительных способностей, создав иллюзию превосходства физического капитала в обеспечении экономического роста. Как следствие этого - долгие годы производительные способности человека рассматривались и оценивались как один из количественных факторов производства. Задача состояла лишь в том, чтобы удачно соединить труд, основной и оборотный капитал.

«Человеческий капитал – совокупность общеобразовательных и профессиональных знаний и практического опыта (которыми владеет конкретное лицо), способных приносить доход». Сущностью человеческого капитала являются инвестиции в человеческие ресурсы с целью повышения эффективности их использования.

Цель исследования - выявление путей повышения эффективности использования человеческого капитала предприятия.

Результаты исследования. Немаловажное место в структуре потенциала специалиста занимает величина его человеческого капитала, т.е. стоимостная оценка вложений (дошкольный период инвестирования; получение среднего и профессионального образования; затраты на получение высшего образования; затраты на повышение квалификации (курсы, семинары, стажировки и т.д.); затраты на систематическое самообразование; переподготовка или получение дополнительного образования; вложения в физическое состояние специалиста (затраты на отдых, профилактика болезней и медицинское обслуживание); вложения в получение сертифицированной статусности (кандидат наук, доктор наук), а также социально-экономическое положение человека, его статус в обществе.

Очевидно, что в современном быстро меняющемся мире, в котором продукты и производственные мощности устаревают все быстрее и быстрее, важнейшим капиталом и ресурсом бизнеса является именно «человеческий капитал» - персонал предприятия. Как отмечает Кибанов А.Я.: «Это связано с тем, что в современных условиях бизнес может успешно развиваться только путем постоянных, перманентных инноваций – генерации и реализации идей».

Известно, что даже в самых передовых компаниях и в самых развитых странах человеческий капитал используется крайне неэффективно (с эффективностью 5-10%).

Поэтому важнейшей задачей нового подхода к управлению бизнесом является качественное повышение эффективности использования человеческого капитала (которое, в свою очередь, позволит резко повысить и финансовую эффективность бизнеса – эффективность финансового капитала – и, следовательно, прибыльность и стоимость компании). Иными словами, необходимо построить систему максимально эффективного использования творческого потенциала каждого сотрудника предприятия, а также максимально быстрого роста и развития этого потенциала.

Эффективность использования человеческого капитала (т.е., стоимость, создаваемая персоналом компании) определяется следующими показателями:

- объемом рабочего времени сотрудника;
- загруженностью рабочего времени сотрудника;

- объемом выполненной работы;
- качеством выполненной работы;
- степенью согласованности действий сотрудников между собой, а также с основополагающими целями бизнеса.

По мнению Хмелёва Г.А. эти показатели определяются следующими параметрами:

- наличием оптимального объема знаний (как «в голове» сотрудника, так и в информационной системе предприятия);

- наличием оптимальных навыков выполнения определенных действий (опыта, интуиции);

- оптимальным уровнем энергии (вдохновения), который определяется качеством жизни сотрудника (здоровым образом жизни, правильным питанием, умением отдыхать и т.д.), а также предоставляемыми условиями работы.

Следовательно, для качественного повышения эффективности использования человеческого капитала необходимо предпринять следующие действия:

- увеличить объем фактического времени, которое отводится работе за счет как более рациональной организации рабочего времени, так и за счет перехода к более творческой деятельности («интеллектуализации труда»). Творческие работники способны думать «о работе» практически постоянно («в фоновом режиме»), что резко повышает эффективность их работы и использования их творческого потенциала;

- повышение эффективности использования персонала предприятия за счёт более эффективной организации производственного и управленческого процесса;

- увеличение объема работы, выполненного за время «реального рабочего времени»;

- улучшение качества выполненной работы (по коэффициенту «затраты/результаты» с точки зрения финансов, энергии и т.д.).

- качественное улучшение согласованности действий сотрудника с действиями других сотрудников и с основными целями бизнеса;

- повышение уровня профессиональных знаний и навыков сотрудника (профессиональное и личностное развитие сотрудника);

- улучшение согласованности действий сотрудника с его способностями, возможностями, интересами, знаниями, навыками и опытом;

- обеспечение полноты и эффективности информационной системы («базы знаний») предприятия, т.е., ее соответствия потребностям в информации каждого сотрудника предприятия в любое время;

- абсолютное «очеловечивание» бизнеса, т.е., максимальное истребление из бизнеса негативных эмоций и стимулов и максимальное «насыщение» бизнеса позитивными эмоциями, энергиями и стимулами (разумеется, «привязанными» к важнейшим целям и показателям бизнеса).

Эту совокупность действий вполне можно назвать «освобождением труда» от всего, что мешает максимально полному развитию и раскрытию творческого потенциала каждого сотрудника компании – от генерального директора до уборщицы.

Выводы. Человеческий капитал - накопленные знания, умения и мастерство, которыми обладает работник и которые приобретаются им благодаря общему и специальному образованию, профессиональной подготовке, производственному опыту. Человеческий капитал рассматривается в описательном и стоимостном выражении. Можно выделить 2 группы факторов, которые оказывают влияние на человеческий капитал: факторы, влияющие на формирование человеческого капитала и факторы, влияющие на использование человеческого капитала. Повысить эффективность использования человеческого капитала можно увеличив и улучшив такие показатели как: объем рабочего времени, объем работы сотрудника, качество выполненной работы и т.д.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НОРМАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ УЧЕТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И В УКРАИНЕ

Богданова Ж.А.

к.э.н. доцент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ

Введение. В соответствии с Федеральным конституционным законом «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя». законодательные и иные нормативные правовые акты Российской Федерации действуют на территории Республики Крым со дня принятия в Российскую Федерацию Республики Крым.

Исходя из этого, законодательные и иные нормативные правовые акты РФ по бухгалтерскому учету действуют на территории Республики Крым со дня принятия в Российскую Федерацию Республики Крым с учетом переходных положений, предусмотренных федеральными законами.

Поэтому на сегодняшний день для предприятий Крыма актуальным вопросом является переход систем бухгалтерского учета на российское законодательство, в том числе и учета готовой продукции.

Целью исследования является анализ нормативного регулирования бухгалтерского учета готовой продукции, в условиях перехода с украинского на российское законодательство.

Задачи исследования заключаются в проведении сравнительной характеристики нормативного регулирования учета готовой продукции в РФ и Украине.

Результаты исследований.

Готовая продукция как в Украине, так и в Российской Федерации относится к классу запасов.

Поэтому, методологические основы формирования информации о запасах в Украине рассмотрены в П(С)БУ 9 «Запасы» от 20.10.99г № 246, а в Российской Федерации в ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» от 09.06.2001 г. № 44н.

П(С)БУ 9 «Запасы» состоит из следующих разделов:

1. Общие положения.
2. Признание и первоначальная стоимость запасов.
3. Оценка выбытия запасов.
4. Оценка запасов на дату баланса.
5. Раскрытие информации о запасах в примечаниях к финансовой отчетности.

ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» содержит 4 раздела:

1. Общие положения.
2. Оценка материально-производственных запасов.
3. Отпуск материально-производственных запасов.
4. Раскрытие информации в бухгалтерской отчетности.

Согласно П(С)БУ 9 «Запасы» запасы - активы, которые:

* содержатся для дальнейшей продажи при условиях обычной хозяйственной деятельности;

* находятся в процессе производства с целью дальнейшей продажи продукта

производства;

* содержатся для потребления во время производства продукции, выполнения работ и оказания услуг, а также управления предприятием.

Относительно учета готовой продукции, для целей бухгалтерского учета в Украине, запасы включают готовую продукцию, которая изготовлена на предприятии, предназначена для продажи и соответствует техническим и качественным характеристикам, предусмотренным договором или другим нормативно-правовым актом.

В Российской Федерации к бухгалтерскому учету в качестве материально-производственных запасов принимаются активы:

* используемые в качестве сырья, материалов и т.п. при производстве продукции, предназначенной для продажи (выполнения работ, оказания услуг);

* предназначенные для продажи;

* используемые для управленческих нужд организации.

Готовая продукция является частью материально-производственных запасов, предназначенных для продажи (конечный результат производственного цикла, активы, законченные обработкой (комплектацией), технические и качественные характеристики которых соответствуют условиям договора или требованиям иных документов, в случаях, установленных законодательством).

При применении ПБУ 5/01 в целях учета готовой продукции также необходимо учитывать и Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов, утвержденные приказом Минфина России от 28 декабря 2001 г. № 119н. Раздел 4 данных Методических указаний раскрывает учет готовой продукции. Структура данного раздела состоит из следующих подразделов:

1. Общие положения.

2. Отгрузка (отпуск) готовой продукции.

Выводы. Из вышеизложенного следует, что структура данных положений содержит в себе одинаковый смысл.

Понятия готовой продукции идентичные.

Различия заключаются в следующем.

В Украине нормативное регулирование учета готовой продукции рассмотрено лишь косвенно, в составе учета запасов. Кроме определения готовой продукции в П(С)БУ 9 «Запасы» никакой более подробной информации по данному вопросу нет.

В Российской Федерации, в самом ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» информации по учету готовой продукции предоставлено мало, более подробная информация рассмотрена в Методических указаниях по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов, Раздел 4.

НЕФИНАНСОВАЯ КОРПОРАТИВНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ

Волошина Е.И.

доцент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ

Введение. Последнее десятилетие стало переломным для развития нефинансовой отчетности в России, поскольку изменяется понятие нефинансовой отчетности, расширяется структура социальных отчетов. Это приводит к необходимости разработки новых подходов и требований к содержанию отчетности, а также степени ее открытости и доступности. Так как использование нефинансовой отчетности обеспечивает корпорациям устойчивый имидж и эффективное распределение ресурсов, руководство компаний отчетливо видят перспективы внедрения нефинансовой отчетности в корпоративный документооборот. Тем не менее, практика корпоративной нефинансовой отчетности еще не укоренилась в российской корпоративной среде, что предполагает наличие проблем, требующих эффективного решения.

Цель и задачи исследований. Целью исследования является анализ использования нефинансовой корпоративной отчетности в российской корпоративной среде и выявление перспектив ее внедрения.

Для этого проведем исследование сущности и стандартизации нефинансовой отчетности, дадим аналитический обзор информации, раскрываемой в Регистре нефинансовых отчетов, который ведет CorporateRegister.com, и Национальном регистре корпоративных нефинансовых отчетов Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП), оценим концепцию развития публичной нефинансовой отчетности и перспективы внедрения отчетности в корпорациях.

Методика исследований. Были использованы: анализ научной и специальной литературы, аналитический метод, метод статистического анализа.

Результаты исследований. Корпоративная нефинансовая отчетность – элемент единой системы управления, включая управление рисками, инструмент взаимодействия с заинтересованными сторонами.

Нефинансовый отчет – это публичное доказательство эффективного управления репутацией и ответственной конкуренции.

Регистр нефинансовых отчетов, который ведет CorporateRegister.com, на конец 2014 г. содержал 62 096 отчетов, опубликованных более 12 тыс. компаний, начиная с 1991 г. Наибольшее количество компаний, выпускающих нефинансовые отчеты, присуще Великобритании, США и Японии (более 3 тыс. отчетов). В последние годы наиболее динамично процесс развивается в странах БРИК: Бразилия, Китай, Индия.

По данным Национального регистра корпоративных нефинансовых отчетов Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) на 01.09.2015 года в России насчитывалось всего 157 компаний и организаций, которые выпускали нефинансовые отчеты; ими опубликовано 608 нефинансовых отчетов за период с 2000 г. по 2015 г.

Основными регуляторами системы отчетности, которые используются компаниями при подготовке нефинансовых корпоративных отчетов, являются Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI), Социальная хартия российского бизнеса, Рекомендации по оценке деятельности и подготовке нефинансовых отчетов «Пять шагов на пути к социальной устойчивости компании»; Рекомендации РСПП по использованию базовых индикаторов в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности.

Внедрение нефинансовой корпоративной отчетности в российском бизнесе должно осуществляться поэтапно:

1. Утверждение Концепции развития публичной нефинансовой отчетности на среднесрочную перспективу.

2. Разработка и принятие единого стандарта подготовки нефинансовых отчетов в российских компаниях.
3. Разработка методических рекомендаций по подготовке нефинансовых отчетов.
4. Определение внутренней политики компании по формированию нефинансовой корпоративной отчетности.
5. Развитие единых внутрикорпоративных систем учета экономических, социальных и экологических данных для подготовки отчетности.
6. Формирование (подготовка) нефинансовой корпоративной отчетности и получение заключения о его общественном заверении.

В настоящее время разрабатывается проект Концепции развития публичной нефинансовой отчетности рассчитанный на среднесрочную перспективу. Разработку проекта ведет межведомственная рабочая группа, созданная в 2012 году по инициативе Министерства экономического развития РФ. В нее вошли представители МЭР, Минприроды, Минэнерго, Росимущества, Минрегиона, крупных частных и государственных компаний, эксперты по вопросам корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности.

Концепция основывается на российских законодательных актах, международных и российских стандартах в сфере корпоративной ответственности и публичной нефинансовой отчетности: ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности», Глобальном договоре ООН, Руководстве по отчетности в области устойчивого развития GRI, версия 3.1., Социальной хартии российского бизнеса, Рекомендации РСПП и т.д.

Концепция определит принципы и формы публичной отчетности, механизмы ее проверки и оценки. В соответствии с данной Концепцией будет осуществляться поэтапное внедрение обязательной нефинансовой отчетности и разработка методических рекомендаций по подготовке нефинансовых отчетов, использованы стимулирующие механизмы (рейтинги, премии и т.д.).

Нефинансовый отчет, включая процедуры его подготовки и распространения (а тем более отчет, имеющий заключение об общественном заверении), – это действенный инструмент налаживания диалога и взаимопонимания между компаниями и внешним сообществом, а также инструмент самосовершенствования компании в части систем управления.

Большинство зарубежных экспертов и представителей компаний, выпускающих отчеты, уверены, что нефинансовая отчетность взаимосвязана с повышением качества стратегического управления компанией с учетом задач корпоративной социальной ответственности или устойчивого развития.

Все больше российских компаний, опираясь на мировой опыт, приходят к пониманию того, что внедрение нефинансовой корпоративной отчетности способствует повышению качества управления, обеспечивает устойчивое развитие компании, уменьшение рисков, улучшение репутации, путем удовлетворения потребностей заинтересованных сторон (стейкхолдеров) по экономическим, социальным и экологическим вопросам, а также повышает эффективность персонала и лояльность потребителей, налаживает продуктивные взаимоотношения с государственными органами.

Выводы. Таким образом, нефинансовая отчетность без сомнения становится сегодня необходимым элементом эффективного стратегического развития компании, а публичное раскрытие информации о реализации социально значимых проектов свидетельствует о прозрачности системы управления, тем самым повышая имидж и репутацию компании. Тем не менее, отсутствие четкого нормативно-правового регламентирования и программ подготовки кадров по данному направлению в настоящее время замедляют и процесс внедрения нефинансовой отчетности в российском корпоративном бизнесе.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЁТА МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Высочанская В.В.

магистрант кафедры учёта, анализа и аудита Института экономики и управления
научный руководитель: к.э.н., доцент Терлова В.И.

Введение. Актуальность выбранной темы исследования состоит в том, что учет и анализ материально-производственных запасов имеет большое значение для эффективного финансового управления предприятием. Следует отметить, что материальные запасы могут составлять значительный удельный вес не только в составе оборотных активов, но и в целом в активах предприятия, поэтому эффективный учет и контроль за расходом материально-производственных ресурсов обеспечивают их экономию, снижение себестоимости производимой продукции и увеличение ее конкурентоспособности.

Цель и задачи исследований. Цель исследования состоит в разработке рекомендаций по совершенствованию учёта и контроля материально-производственных запасов на предприятии. Данная цель предполагает решение следующих задач:

- ознакомление с документальным оформлением операций по учёту движения материально-производственных запасов;
- изучение степени достоверности учётных данных по поступлению и отпуску запасов;
- рассмотрение установленных организацией норм запасов и лимитов выдачи материально-производственных ценностей на производство и их соблюдение;
- изучение системы контроля за сохранностью запасов в местах их хранения (эксплуатации) и на всех этапах их движения.

Результаты исследований. Исследования проводились на базе сельскохозяйственного кооператива «Чапаева-2». В процессе работы была изучена существующая на предприятии система аналитического и синтетического учета движения производственных запасов на складе и в бухгалтерии и выявлены недостатки в этом вопросе. Прежде всего отмечается отсутствие на предприятии Положения, регламентирующего порядок учета и контроля производственных запасов. Отсутствие этого документа вызывает ошибки и разногласия в учете и контроле материальных ценностей. Отмечается, что на предприятии не разработаны нормы запаса ценностей и их выдачи на производство. Имеет место несвоевременное оформление операций по учету поступления товарно-материальных ценностей, а также несоответствия данных документов поставщика и получателя. На предприятии отсутствуют разработанные системы документооборота и оперограммы движения документов по учету движения производственных запасов. Выдача товарно-материальных ценностей со склада на производство оформляется требованиями и расходными накладными, которые не обеспечивают контроль за расходом материальных ценностей в соответствии с нормами. Имеются несоответствия данных приходных и расходных документов с записями в складских карточках. На предприятии имеет место отсутствие оперативного контроля за величиной остатков товарно-материальных ценностей на складе, не уделяется также должного внимания сверхнормативным остаткам и «неликvidaм». Ряд указанных недостатков вызваны, прежде всего, тем, что учет товарно-материальных ценностей не полностью автоматизирован и часть операций ведется ручным способом.

Выводы. Результаты исследования позволили сделать следующие выводы. На предприятии необходимо разработать специальное Положение по учету товарно-материальных ценностей, в котором должны быть рассмотрены следующие вопросы:

1. порядок оценки производственных запасов и готовой продукции при их поступлении на склад предприятия;
2. система контроля за соблюдением договорных обязательств по поставкам материальных ценностей на предприятие;

3. система контроля за качеством поставок;
 4. перечень первичных документов по учету поступления и выдачи запасов и графики их документооборота. В перечне должно быть указано, что основным документом, разрешающим выдачу материальных ценностей со склада на производство, является лимитно-заборная карта;
 5. перечень норм запаса по всем основным видам товарно-материальных ценностей и лимиты выдачи их в производство;
 6. система контроля за соблюдением условий хранения запасов на складе;
 7. порядок аналитического учета ценностей на складе и оформления складских карточек;
 8. система оперативного контроля остатков запасов, обеспечивающих бесперебойную работу предприятия;
 9. система автоматизированного учета запасов на складе и в бухгалтерии.
- Внедрение в производство предлагаемых мероприятий позволит получить своевременную и качественную информацию о наличии и движении товарно-материальных ценностей, повысить контроль за расходованием материальных ресурсов, что обеспечит более эффективную работу предприятия.

ВЫБОР ПОДХОДОВ К КЛАССИФИКАЦИИ ЗАТРАТ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Горбачёв В.А.

старший преподаватель кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления

Введение. Одной из основ управления затратами на любом предприятии выступает система классификации затрат. Существуют различные критерии классификации затрат, но для конкретного предприятия нет необходимости использовать все имеющиеся подходы к построению таких классификаций. В практике большинства отечественных предприятий применение управленческого учета является значительно ограниченным. Поэтому перед предприятиями возникают проблемы выбора наиболее эффективных приемов классификации затрат в целях контроля и управления ими.

Целью является определение критериев классификации затрат представляющих наиболее полную информацию для управления затратами промышленного предприятия.

При исследовании использовались такие **методы** как: индукция, дедукция, анализ и сравнение.

Результаты исследований. Наибольшее распространение в управленческом учете отечественных предприятий получило деление затрат на постоянные и переменные, прямые и косвенные, а также основные и накладные.

Переменные затраты возрастают или уменьшаются пропорционально объёму производства продукции, т.е. зависят от деловой активности предприятий.

Постоянными называются затраты, абсолютная величина которых не зависит от изменения объёма выпуска продукции. Примером постоянных затрат является: расходы на содержание зданий, рекламу, арендная плата, прямолинейная амортизация, заработная плата работников управления, и т.д.

Затраты, которые связаны с производством конкретных видов продуктов и могут быть прямо включены в их себестоимость (по данным накопительных ведомостей, составленных по первичным документам) для предприятия будут являться прямыми. К прямым расходам относят прямые материальные затраты и прямые затраты на оплату труда связанные с

изготовлением одного определённого вида изделия.

Расходы, которые носят общий для производства нескольких видов продукции характер, и которые невозможно прямо отнести на какие-либо изделия определяются как косвенные. Они распределяются между изделиями на основании выбранной базы распределения.

Основными называют затраты, непосредственно связанные с технологическим процессом изготовления продукции, т.е. расходы, без которых технологический процесс не может осуществляться.

Накладными называются затраты, связанные с организацией, управлением и обслуживанием производства, которые по своему характеру, назначению и роли отличаются от производственных функций.

Исходя из данных определений можно сделать вывод, что в практике управленческого учета применяются классификации затрат в первую очередь ориентированные на определение конечного финансового результата деятельности компании и практически не уделяется внимание такой составляющей эффективной системы управленческого учета затрат как контроль.

Важное значение в управлении затратами имеет система контроля, которая обеспечивает полноту и правильность действий в будущем, направленных на снижение затрат и рост эффективности производства. Для обеспечения системы контроля за затратами их группируют на контролируемые и неконтролируемые.

Затраты, которые поддаются контролю со стороны субъектов управления являются контролируемыми. Затраты, которые не зависят от деятельности субъектов управления - неконтролируемые.

При построении системы контроля затрат необходимо определить:

- систему подконтрольных показателей, состав и уровень их детализации;
- сроки представления отчетности;
- распределение ответственности за полноту, своевременность и достоверность информации, содержащейся в отчетах по затратам.

Для того, чтобы система контроля затрат на предприятии была эффективной, необходимо вначале выделить центры ответственности, в которых формируются затраты, классифицировать затраты, а затем воспользоваться системой управленческого учета затрат.

Процесс управления затратами на предприятии включает в себя и процесс регулирования их уровня. Для этих целей затраты подразделяются на регулируемые и нерегулируемые.

По степени регулируемости затраты подразделяются на полностью, частично и слабо регулируемые.

Полностью регулируемые затраты возникают, прежде всего, в сферах производства и распределения. Это затраты, зарегистрированные по центрам ответственности и величина их зависит от степени регулирования со стороны менеджера. Частично регулируемые затраты имеют место главным образом в научно-исследовательских и опытно-конструкторских работах, маркетинге и обслуживании клиентов. Слабо регулируемые затраты возникают во всех функциональных областях и обусловлены прежде всего влиянием длительности периода деятельности компании (долгосрочный, краткосрочный).

Рассмотрев существующие классификации затрат для промышленных предприятий предлагается делить их на:

- затраты входящие в себестоимость продукции (производственные);
- затраты отчетного периода (непроизводственные).

На промышленных предприятиях производственные расходы полностью включают в себестоимость продукции, а часть непроизводственных относят на финансовый результат. Непроизводственные затраты характеризуются тем, что в результате затрат не будет выпущена продукция, и они включают: расходы на управление, исследования и разработку, сбыт продукции и другие функции бизнеса.

1. В целях построения эффективной системы управления затратами осуществлять их распределение на производственные и непроизводственные.

2. В целях обеспечения эффективного контроля за процессом управления затратами проводить их распределение на регулируемые и нерегулируемые, с обязательным учетом временных границ периода управления затратами.

Такой подход к классификации затрат в практике управленческого учета промышленного предприятия позволит повысить его эффективность не увеличивая расходов на его осуществление.

Выводы. В данном исследовании были проанализированы современные подходы к классификации затрат в целях их управленческого учета на отечественных промышленных предприятиях и предложенные эффективные критерии их классификации приближенные к требованиям ПБУ.

ПОСТПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ: ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Гречишников Н.П.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Пожарицкая И.М.

Введение. Наступление 2015 г. означает для предпринимателей Республики Крым и Севастополя окончание переходного периода, связанного с необходимостью адаптироваться в системе законодательства Российской Федерации. Однако, как показала практика, это совсем не так, поскольку существуют ряд проблем постпереходного периода.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является изучение практических проблем деятельности субъектов хозяйствования Республики Крым в 2015 году. Методика исследования базируется на анализе нормативных источников относительно предпринимательской деятельности и практического опыта.

Результаты исследования. Первая проблема, с которой столкнулись предприниматели Крыма – это возможность пройти перерегистрацию (для юридических лиц) и регистрацию (для индивидуальных предпринимателей) в установленные законодательством сроки. Органы Федеральной налоговой службы не справлялись с потоком желающих пройти процедуру и, в связи с этим, не укладывались в установленные сроки регистрации и выдачи свидетельств.

Главной причиной такого ажиотажа стало обоснованное решение предпринимателей максимально отодвинуть сроки регистрации в законодательном поле России на конец 2014 года. Основой для этого стало естественное желание экономии денежных средств путем уплаты меньших сумм налогов, поскольку, в случае вступления в российское правовое поле, в соответствии с действующими на тот момент на территории Крыма правилами, предпринимателям пришлось бы платить налоги и по законам Украины и по законам Российской Федерации одновременно. Также сильное влияние на ситуацию оказало то, что налоги, рассчитанные по российским законам значительно выше налогов, рассчитанные предпринимателями по украинским правилам.

Косвенной причиной стал достаточно большой объем работы органов государственной власти Республики Крым и муниципальных образований, которые не смогли вовремя и качественно организовать работу финансовой и налоговой системы Крыма, в результате чего в течении 2014 г. возникла неразбериха с правилами регистрации, ведения учета, оплаты налогов.

Второй из проблем, с которой столкнулись предприниматели в период с декабря 2014 по февраль 2015 годов – это дата включения в Единый государственный реестр РФ.

В соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" включение в реестр происходит в течении пяти дней с момента подачи заявления, на практике свидетельства о регистрации выдавали не раньше, чем через 20-30 дней. Возникла ситуация, когда предприниматель не знал, будет ли он включен в реестр и с какого момента ему можно осуществлять деятельность, особенно по заявлениям, которые были поданы после 20 декабря 2014 г.

Основная масса предпринимателей и организаций, подававших на регистрацию в конце декабря 2014 г. получила свидетельства после 20 января 2015 г. Многие из них с удивлением выяснили, что были зарегистрированы в декабре 2014 г., что повлекло за собой возникновение обязательств по составлению отчетов и оплате налогов и сборов за 2014 г.. Предельные сроки предоставления и уплаты которых на момент получения свидетельства уже прошли и предприниматели могут быть подвергнуты финансовым санкциям за их нарушение.

Одновременно, из-за неопределенности со сроками регистрации не было четкого понятия, с какого момента начинать работу в российском правовом поле и что делать с 01 января 2015 г. по дату включения в реестр.

Государственным Советом Республики Крым принято Постановление от 12 ноября 2014 года № 212-1/14 «Об особенностях налогообложения и предоставления отчетности в связи с завершением бюджетного 2014 года для налогоплательщиков Республики Крым», которым было установлено окончание отчетного года датой 30 ноября 2014 г., в Налоговом Кодексе Российской Федерации сказано: "При создании организации в день, попадающий в период времени с 1 декабря по 31 декабря, первым налоговым периодом для нее является период времени со дня создания до конца календарного года, следующего за годом создания", т.е. для предприятий, которые зарегистрировались в декабре все относительно понятно, но для тех юридических лиц, которые получили регистрацию после 01.01.2015 ситуация с операциями за декабрь 2014 г., их учетом и налогообложением, не урегулирована.

Федеральным законом Российской Федерации от 31 декабря 2014 г. № 506-ФЗ предельный срок перерегистрации юридических лиц был перенесен с 01 января 2015 г. до 01 марта 2015 г., а для некоторых до 01 июля 2015 г.

Федеральным законом № 379-ФЗ от 29 ноября 2014 г. установлено, что для юридических лиц сведения, о которых внесены в единый государственный реестр юридических лиц, в отношении налогов и сборов, налоговым периодом по которым является месяц, первым налоговым периодом является период с 1 января по 28 февраля 2015 года, но никак не урегулирован порядок налогообложения для организаций, которые могут быть перерегистрированы до 01 июля 2015 г.

Дополнительные проблемы возникают у юридических лиц после 01 марта 2015 г., когда организации, которые не пожелали или не успели привести свои учредительные документы в соответствие с законодательством Российской Федерации, не обратились с заявлением о внесении сведений о них в единый государственный реестр юридических лиц и не приобрели статус представительства иностранного юридического лица до 01.03.2015 г. Такие предприятия после этой даты не имеют права осуществлять деятельность на территории Российской Федерации и подлежат ликвидации. Этим организациям разрешено только ведение деятельности, направленной на исполнение своих обязательств, возникших до 01.03.2015 г., но регламент такой деятельности в части осуществления обязательств и процедура ликвидации законодательством не установлены.

Если для юридических лиц есть хоть какие-то регуляторные процедуры, то с предпринимателями – физическими лицами вопросов гораздо больше. В соответствии с законодательством – крымские (бывшие украинские) предприниматели не зарегистрированные по российскому законодательству 01 января 2015 г. не имеют права осуществлять свою деятельность, т.е. эти предприниматели не ликвидируются, а просто приостанавливают свою деятельность, при этом что с ними делать дальше законодательством

не установлено. Эти предприниматели "повисают" в юридическом пространстве, при этом не сказано, что делать с наемными работниками, с имуществом и обязательствами этого предпринимателя, нет процедуры приостановления и ликвидации, нет юридически обоснованной процедуры перевода обязательств и персонала на индивидуального предпринимателя, зарегистрированного по законам Российской Федерации.

Выводы. Таким образом, установлены проблемы ведения предпринимательской деятельности в Республике Крым, вызванные в переходный и постпереходный период. Вопрос моратория на штрафные санкции для предпринимателей Республики Крым и Севастополя остро обсуждается при активном участии движения "Общероссийский народный фронт", другими общественными движениями и предпринимателями как Крыма, так и остальной части Российской Федерации.

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Гроздева Е.А.

к.э.н., доцент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ

Введение. Соответствие состояния финансовых ресурсов, как требованиям рынка, так и потребностям развития предприятия – это одно из основных требований эффективного функционирования субъекта малого бизнеса. Это связано с тем, что низкая финансовая устойчивость может повлечь неплатежеспособность предприятия и отсутствие средств для его развития, а избыточная – препятствовать развитию, увеличивать расходы предприятия за счет излишних запасов и резервов. Четкая организация финансового анализа дает возможность сформировать обоснованные управленческие решения.

Цель и задачи исследований. Целью данного исследования является рассмотрение особенностей финансового анализа на малых предприятиях. Для достижения указанной цели, была поставлена задача – выявить особенности анализа финансовой отчетности на малых предприятиях.

Результаты исследований, их краткий анализ. Внутренний анализ финансового состояния проводится службами малых предприятий и его результаты используются для контроля, планирования и прогнозирования финансового состояния предприятия.

Основными задачами анализа финансового состояния малого предприятия являются:

- Своевременное выявление и устранение недостатков в финансовой деятельности.
- Поиск резервов улучшения финансового состояния малого предприятия.
- Прогнозирование возможных финансовых результатов, экономической рентабельности исходя из реальных условий хозяйственной деятельности.
- Разработка мероприятий, направленных на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия.

Основной целью анализа на предприятиях малого бизнеса является получение информативных параметров, дающих объективную оценку финансового состояния предприятия, изменений в структуре активов и пассивов и др.

Информационная база анализа малого предприятия состоит, как правило, из двух форм финансовой отчетности: бухгалтерского баланса и Отчета о прибылях и убытках и различных деклараций по налогам и финансовым платежам.

Традиционный анализ финансового состояния предприятий проводится на основе обработки некоторых выходных форм отчетности и расчета большого количества коэффициентов, а выводы, вытекающие из анализа, переносятся на весь период.

В качестве источника исходной информации чаще всего рассматривается только комплект годовой отчетности, в то время как для аналитика большой интерес представляет такой период времени, как квартал или месяц.

В свою очередь горизонтальный (по статьям) и вертикальный (по столбцам) анализ форм отчетности, а также расчет различных коэффициентов дают представление о финансово-экономическом состоянии предприятия только на отчетные даты, а не за период.

Недостатком традиционного анализа является временной аспект, из-за которого данный анализ можно проводить только после того, как закроется период и все отчеты подготовлены. Следовательно, его нельзя использовать в полном объеме в течении периода, когда вся необходимая информация имеется, но отчеты еще не сформированы.

Оценка финансового состояния предприятия в текущий момент времени более актуальна, чем такая же оценка после формирования отчетности.

Таким образом, объем и состав информации, а также сроки ее обработки оказывают влияние на качество анализа. При анализе финансовой устойчивости, контроль сроков поступления и обработки информации, наоборот, является залогом успешного управления финансовым состоянием предприятия. Актуальность информации, прежде всего, является важнейшим условием для проведения экспресс-анализа, а поэтому для получения современных выводов и принятия управленческих решений сроки поступления и обработки информации должны быть сокращены до минимума.

Экономисты отмечают недостаточное соответствие содержания информационной базы как целям и задачам финансового анализа, так и требованиям международных стандартов. Одной из сложных проблем оптимизации содержания информационной базы является приведение в соответствие с международными и отечественными стандартами бухгалтерского учета и законодательной базы.

Еще одной проблемой информационной базы является оценка ее показателей с учетом инфляции. В отечественной бухгалтерской отчетности не выдерживается в полной мере принцип достоверности информации в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности.

Выводы. Так как официальной методики оценки статей баланса по рыночной стоимости в российской экономике нет, то отечественные предприятия составляют балансы в большинстве случаев в текущей оценке, что снижает качество отчетности, так как недостаточно объективно оценивается финансовое состояние предприятия; не представляется возможным составлять объективный прогноз развития предприятия, а также принимать оптимальные управленческие решения. Таким образом, при анализе финансового состояния необходимо проведение мероприятий по обеспечению достоверности и качества информационной базы.

ОСОБЕННОСТИ УЧЁТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ И РОССИИ

Гурнакова А.В.

студентка кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н. доцент Богданова Ж.А.

Неизбежная необходимость для предприятия учёта готовой продукции возникает, когда предприятие является производителем каких-либо изделий, товаров, продукции, которые выпускаются с целью дальнейшей продажи. Это касается, как предприятий Украины, так и предприятий Российской Федерации.

Готовая продукция - это продукция, обработка которой полностью закончена на данном предприятии.

В Украине она входит в состав запасов и отражается в учете по фактической производственной себестоимости, согласно П(С)БУ 9 “Запасы”, а в РФ с ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов». В бухгалтерском учете реализованная готовая продукция списывается по фактической себестоимости, которую находят расчетным путем.

Независимо от того, какой формы собственности предприятие Украины финансовый учет ведется только на основании нормативных документов. Они состоят из:

1. Закон Украины “О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине.
2. Налоговый кодекс Украины.
3. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 9 “Запасы”.
4. План счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций предприятий и организаций.

Процесс перехода выпущенной готовой продукции из производства в дальнейшее её обращение фиксируется в следующих первичных документах: приемо-сдаточные накладные, акты, ведомости и др.

При отпуске и отгрузке готовой продукции покупателю оформляют накладную на отпуск товарно-материальных ценностей в трех экземплярах.

Для учета готовой продукции в Украине используется счет 26 «Готовая продукция».

По выпуску готовой продукции в Украине делается следующая бухгалтерская запись: дебет счета 26 “Готовая продукция” кредит счета 23 “Производство”, её производят в Журнале 5.

В Российской Федерации готовая продукция отражается в бухгалтерском балансе так же, как и в Украине по фактической или нормативной производственной себестоимости, которая включает затраты, связанные с использованием в процессе производства основных средств, сырья, материалов, топлива, энергии, трудовых ресурсов и др.

Нормативно-правовое регулирование учета готовой продукции в Российской Федерации и ее реализации осуществляется с помощью следующих документов:

1. Приказ Минфина «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации».

2. Налоговый кодекс Российской Федерации.

3. ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов».

4. Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов

4. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и Инструкция по его применению

5. Постановление Правительства «Об утверждении Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли»

Учет выпуска готовой продукции в РФ организуется по одному из двух вариантов:

- 1) с использованием счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)»;

2) с отнесением сразу на счет 43 «Готовая продукция».

Выбранный вариант отражают в учетной политике предприятия.

Для организации достоверного бухгалтерского учета готовой продукции необходимо организовать грамотный документооборот, который будет включать в себя необходимые для фиксации движения готовой продукции бланки, ведомости, карточки и др.

Отпуск готовой продукции покупателям оформляется накладными. В качестве типовой формы накладной можно использовать форму № М-15 «Накладная на отпуск материалов на сторону».

В зависимости от специфики отраслей организации могут применяться специализированные формы накладных и других первичных документов.

Обобщив всё вышесказанное можно сделать вывод, что бухгалтерский учёт готовой продукции Украины практически не отличается от учета готовой продукции в Российской Федерации, более того, они ставят перед собой одинаковые конкретные задачи:

- контроль за выпуском готовой продукции и состоянием ее запасов, сохранностью на складах;

- обеспечение своевременного и правильного документального оформления внутреннего перемещения и реализации на сторону готовой продукции;

- организация расчётов с покупателями и др.

Поэтому можно с уверенностью заявить, что при переходе с украинского бухгалтерского учета на российский бухгалтерский учет, по вопросу учета готовой продукции, трудности должны быть минимальны.

РАСКРЫТИЕ ТЕРМИНА «БУХГАЛТЕРСКАЯ (ФИНАНСОВАЯ) ОТЧЕТНОСТЬ» В ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКАХ

Демченко Е.А.,

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Богданова Ж.А

Введение. В данной статье рассматриваются различные дефиниции бухгалтерской (финансовой) отчетности, представленные в литературных источниках

Цель и задачи исследования.

- рассмотреть отличия и сходства в определениях бухгалтерской (финансовой) отчетности, представленные у различных авторов

Результаты исследования.

При изучении бухгалтерской (финансовой) отчетности, которая имеет большую ценность и практичность для различных пользователей, обращается внимание на ее определения (дефиниции), которые представлены у различных авторов, иногда практически одинаково, иногда по-разному, но с одинаковым смыслом, которые раскрывают ее состав, роль, предназначение.

А.Н. Азрилиян – автор учебника «Малый бухгалтерский словарь» раскрывает дефиницию отчетности наиболее полно, представляя взаимосвязанность отчетов и их достоверность путем независимой проверки: «Отчетность, бухгалтерская – единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам. Отчетность состоит из образующих единое целое взаимосвязанных бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, аудиторского заключения, подтверждающего достоверность бухгалтерской отчетности организации, если она в соответствии с федеральными законами подлежит обязательному аудиту и пояснений к

ним».

Федосова Т.В. автор конспекта лекций «Бухгалтерский учет» утверждает, что «Бухгалтерская отчетность - система показателей, отражающая имущественное и финансовое положение организации на отчетную дату, а также финансовые показатели ее деятельности за отчетный период».

Рябова М.А. – автор учебного пособия «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» также указывает, что «Бухгалтерская отчетность – это единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее финансово-хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам».

Ровенских В.А. – автор учебника для бакалавров «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» более подробно раскрывает понятие бухгалтерской отчетности, перечисляя, что именно представлено в отчетности и ссылку на законодательную базу: «Бухгалтерская (финансовая) отчетность – информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями, установленными в соответствии с Федеральным законом от 06.11.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».

А у Кондракова Н.П., автора учебника «Бухгалтерский учет» в определении отчетности затрагиваются различные виды учета, на основании которых составляется отчетность: «Отчетность представляет собой систему показателей, отражающих результаты хозяйственной деятельности организации за отчетный период. Отчетность включает таблицы, которые составляют по данным бухгалтерского, статистического и оперативного учета. Она является завершающим этапом учетной работы».

Натеева Т.Я., Трубицына О.В. - авторы учебного пособия «Бухгалтерская (финансовая) отчетность», так же как и Рябова М.А. вводят в понятие еще и формы: «Бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении на определенную дату и о финансовых результатах ее хозяйственной деятельности за отчетный период, предоставляемая на основании данных бухгалтерского учета по установленным формам».

Дефиниция Домбровской Е. из учебного пособия «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» наиболее близко представленной дефиниции Федосовой Т.В.: «Бухгалтерская (финансовая) отчетность – это единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и результатах ее хозяйственной деятельности, формируемая на основе данных бухгалтерского (финансового) учета».

Дефиниция отчетности также представлена на сайте Аудиторско-консалтинговой Корпорации «Глобал Консалтинг» <http://gc.ua/audit/obzor-finansovoj-otchetnosti/>: «Финансовая отчетность компании – это в какой-то степени ее презентационная или визитная карточка в бизнес-среде. И, исходя из того, насколько прозрачно и достоверно она составлена, зависит доверие и соответствующее отношение к предприятию потенциальных и существующих партнеров, инвесторов, кредиторов. Финансовую отчетность необходимо вести с учетом всех правил».

И, наконец, просто скопировано из Википедии: «Финансовая отчетность — совокупность показателей учёта, отражённых в форме определённых таблиц и характеризующих движение имущества, обязательств и финансовое положение компании за отчётный период. Финансовая отчетность представляет собой систему данных о финансовом положении компании, финансовых результатах её деятельности и изменениях в её финансовом положении и составляется на основе данных бухгалтерского учёта». Данная дефиниция ни в чем не противоречит дефинициям уважаемых авторов.

Выводы.

Во всех источниках, практически, представлена одинаковая дефиниция бухгалтерской (финансовой) отчетности, характеризующая систему показателей, отражающих финансовое состояние организации.

Однако, финансовая отчетность является разновидностью бухгалтерской отчетности. Она представляет собой систему информации о финансовом положении, финансовых результатах деятельности и изменениях в финансовом положении организации, полезную различным пользователям для принятия решений. Чаще этот вид отчетности характеризуется как внешняя бухгалтерская отчетность.

Понятие "бухгалтерская отчетность" шире понятия "финансовая отчетность". Первое понятие, кроме финансовой отчетности, включает внутривозвратную информацию (отчетность), предназначенную для выполнения руководством организации функций регулирования, планирования, контроля производственных процессов. Форма и содержание такой информации определяются руководством исходя из его потребностей. Система МСФО не распространяется на эту отчетность. Тем не менее, финансовая отчетность базируется на внутривозвратной информации, которую руководитель использует в своей работе. Поэтому между финансовой и внутривозвратной отчетностью не должно быть никаких противоречий.

МСФО имеют дело не со всей финансовой отчетностью, а только с отчетностью общего назначения. Она предназначена для удовлетворения информационных потребностей пользователей, у которых нет возможности требовать от компании отчеты, необходимые их конкретным потребностям.

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕХОДА ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ НА РОССИЙСКИЙ ПРОГРАММНЫЙ ПРОДУКТ

Егорченко Т.И.

к.э.н., доцент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ

Введение. Геополитические процессы последнего года, затронувшие различные сферы жизни жителей Крыма, потребовали изменения не только документов, отражающих смену гражданства, но и перевод бухгалтерского учета всех предприятий и организаций на российские стандарты. Это, в свою очередь, обусловило необходимость смены используемых при автоматизации бухгалтерского учета программных продуктов. Несмотря на некоторую схожесть программных продуктов для России и Украины, различия, обусловленные как отличиями в бухгалтерском учете, так и особенностями программных решений, довольно значительны.

Целью данного исследования является анализ проблем, возникающих при переходе предприятий Республики Крым на российский программный продукт, а также выявление способов их решения. Учитывая, что наиболее распространенным программным продуктом для автоматизации бухгалтерского учета на территории России, Украины и большинства стран СНГ, является продукция фирмы 1С, актуальным для предприятий Республики Крым становится анализ проблем, связанных с переходом с украинской на российскую версии программы «1С: Бухгалтерия».

Поскольку область автоматизации при использовании программных продуктов 1С и, следовательно, возникающие несоответствия, являются значительными, возможные способы решения создавшейся проблемы следует рассматривать на примере определенного участка бухгалтерского учета. В качестве такого участка в рамках данного исследования рассматривается возможность учета предоставления скидок покупателям при переходе предприятия с версии 1С: Бухгалтерия для Украины 8.2 на версию 1С: Бухгалтерия предприятия 8.3.

Результаты исследования. Данный участок работы с программой предполагает выписку покупателям счетов на оплату и документов отгрузки с указанием большого числа

номенклатурных позиций, включающих количество и цену отпускаемой продукции (товаров, услуг). При необходимости предоставления скидки покупателю, ручной ввод данной информации требует значительных временных и человеческих затрат, а также может привести к возникновению арифметических и прочих ошибок, обусловленных человеческим фактором.

Бухгалтерии предприятий Республики Крым, применявшие для автоматизации бухгалтерского учета программу «1С: Бухгалтерия 8 для Украины» в таких ситуациях использовали возможность автоматического расчета и предоставления скидок покупателям, входящую в типовую конфигурацию программы.

В украинской версии программы признак использования скидок при реализации товаров и услуг возможно установить в форме «Настройка параметров учета» на закладке «Прочий аналитический учет». Данная настройка обуславливает создание в табличных частях документов реализации колонки «Сумма \скидки» и «Скидка». При этом в документах фиксируется только сумма скидки. Ввод скидки возможен как непосредственно суммой, так и посредством расчета по указанному проценту. Если у бухгалтера возникает необходимость установить скидку процентом по нескольким позициям документа, то возможно использование механизма группового изменения данных табличной части документа. Указанная сумма скидки будет учтена при формировании печатной формы документа продажи и при формировании налоговой накладной на его основании.

Рассматривая необходимость перевода предприятий на российские программные продукты, для предприятий, использовавших программу «1С: Бухгалтерия 8 для Украины», наиболее соответствующей российской версией является «1С: Бухгалтерия предприятия 8». Однако данный программный продукт не предоставляет возможность автоматического предоставления скидок покупателям, без доработки его под потребности предприятия специалистами фирмы 1С.

Настройки, аналогичные «Настройкам параметров учета», которые позволяют автоматизировать расчет и отражение скидок в первичных и обобщающих документах, в российской версии отсутствуют. Однако, при необходимости, программу можно настроить средствами типовой конфигурации таким образом, чтобы появилась возможность в документы расчетов с покупателями вносить цены с учетом предоставляемых скидок. Это возможно при использовании регистра сведений «Цены номенклатуры», заполнение которого происходит при помощи документа «Установка цен номенклатуры». Документ «Установка цен номенклатуры» позволяет с указанной даты установить для списка номенклатуры определенную цену. В табличной части документа указывается номенклатура, устанавливаемая цена и валюта цены, которая автоматически подставляется из справочника «Типы цен номенклатуры». Табличная часть может быть заполнена как вручную, так и с использованием автоматического заполнения. В документе «Установка цен номенклатуры» имеется также возможность автоматического расчета цен, которое производится по кнопке «Изменить», что позволяет автоматически изменить цены всего списка номенклатуры данного документа на произвольный процент. Как правило, это используется при переоценке групп номенклатуры в случае изменения по каким-либо причинам отпускных либо закупочных цен на товары, работы, услуги.

Однако при помощи этого механизма может быть автоматизировано и предоставление скидок покупателям. В этом случае, необходимо в справочнике «Типы цен номенклатуры» зарегистрировать новый тип цен, например «Цена со скидкой 10%», и изменить стандартную цену на определенный перечень номенклатуры на -10% при помощи механизма «Изменить». Это позволит при оформлении документов реализации автоматически заполнить табличную часть документа реализуемой номенклатурой по цене со скидкой.

Еще одним способом отражения предоставленных покупателю скидок является существующая возможность изменить цену на определенный параметр прямо в документе реализации с помощью механизма табличной части, доступного по кнопке «Изменить».

Однако данные подходы имеют и некоторые недостатки: так, сумма скидки

автоматически рассчитана не будет и ее определение потребует дополнительных расчетов вручную, а также отсутствует возможность анализа информации по предоставленным покупателям скидкам.

Выводы. Таким образом, найдено решение проблемы возможности использования скидок при реализации покупателям товаров, работ, услуг при переходе предприятия с украинской версии программы 1С: Бухгалтерия для Украины на соответствующий российский аналог – Бухгалтерия предприятия. Данный подход показывает, что в случае, когда необходимые изменения не требуют доработки конфигурации, решить проблему возможно посредством грамотного использования программного продукта.

СОСТАВ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ-РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ФИНАНСОВОМ И НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ И ПУТИ МИНИМИЗАЦИИ НАЛОГОВЫХ РАЗНИЦ.

Еримизина М.И.¹

¹ доцент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ

Введение. Для принятия управленческих решений, связанных с формированием конечного финансового результата деятельности организаций, и погашения их обязательств перед бюджетом необходима достоверная информация о доходах и расходах. Законодательно-нормативное обеспечение финансового и налогового учёта имеет ряд определённых различий, что усложняет процесс формирования учётной политики относительно доходов и расходов и в конечном итоге в определении финансового результата и налогооблагаемой прибыли.

Цель и задачи исследования. Раскрыть сущность доходов и расходов деятельности организации, обосновать необходимость сближения подходов их оценки и признания для целей финансового и налогового учёта.

Результаты исследования. Отличия подходов к формированию доходов и расходов в финансовом и налоговом учёте обусловлены, прежде всего, разными целями и задачами. Финансовый учёт имеет разноплановое назначение для внутренних и внешних пользователей: для анализа выполнения плана, оценки эффективности деятельности организации, рациональности использования ресурсов, принятия управленческих решений и т.д. В налоговом учёте цель сбора информации сводится к определению базы налогообложения по налогу на прибыль организаций, сумм самого налога и авансовых платежей в бюджет.

Для целей финансового учёта расходы и доходы принято группировать в зависимости от их характера, условий осуществления и направления деятельности организации: доходы и расходы по обычным видам деятельности, а также прочие доходы и расходы. В налоговом учёте выделяют доходы и расходы, которые учитываются при расчете налоговой базы по налогу на прибыль организаций, а также доходы и расходы, не учитываемые для целей налогообложения. Доходы от реализации формируются за счет выручки от реализации произведенных или ранее приобретенных товаров (работ, услуг), а также имущественных прав. Состав расходов на производство и реализацию товаров (работ, услуг), а также порядок их деления на прямые и косвенные напрямую зависят от производственно-финансовой деятельности организации.

Порядок признания доходов и расходов для целей налогообложения предполагает закрепление в учётной политике налогоплательщика и использование кассового метода отражения доходов-расходов или метода начислений. В практике налогового учета наибольшее распространение получил метод начислений, согласно которому расходы признаются в том отчетном (налоговом) периоде, к которому они относятся, независимо от

времени фактической выплаты денежных средств, а доходы признаются в том периоде, в котором они имели место, без учета факта поступления денежных средств.

Признание прямых расходов при методе начислений имеет свою специфику. К расходам текущего периода можно отнести только ту часть прямых расходов, которая приходится на реализованную в этом отчетном периоде продукцию (исключением являются случаи, когда деятельность организации связана с оказанием услуг). Такие организации вправе всю сумму прямых затрат отчетного (налогового) периода относить на уменьшение доходов от производства и реализации данного периода, однако это право необходимо закрепить в учетной политике организации.

В соответствии с ПБУ 10/99 расходы по обычным видам деятельности принимаются к бухгалтерскому учету в сумме, исчисленной в денежном выражении, равной величине оплаты в денежной и иной форме или величине кредиторской задолженности. Для формирования информации с целью определения финансовых результатов обычных видов деятельности, организациям предоставлена определённая самостоятельность в выборе способов оценки запасов при их списании в расходы и способов начисления амортизации. На величину расходов для исчисления производственной себестоимости существенное влияние оказывает способ оценки материально - производственных запасов при выбытии: по себестоимости каждой единицы; по средней себестоимости; по себестоимости первых по времени приобретения материально - производственных запасов (способ ФИФО). Один из способов оценки списываемых запасов в расходы, организация устанавливает самостоятельно при формировании учётной политики.

Аналогично на величину расходов можно влиять путём выбора одного из способов начисления амортизации: линейный способ; способ уменьшаемого остатка; способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования; способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ). В налоговом учете предусмотрены только два метода исчисления амортизации: линейный и нелинейный, причем применение нелинейного метода не допускается при амортизации зданий, сооружений и передаточных средств. Также, в отличие от финансового учета в налоговом учете часть первоначальной стоимости основного средства может быть списана на состав расходов непосредственно в момент ввода основного средства в эксплуатацию в виде амортизационной премии.

Таким образом, используя разные способы формирования доходов и расходов можно влиять на величину финансового результата в зависимости от поставленных целей, однако это почти неизбежно ведет к появлению постоянных или временных налоговых разниц.

Выводы. Вопрос о целесообразности минимизации налоговых разниц должен решаться путем сопоставления величины дополнительных расходов организации вследствие увеличения трудоемкости учетного процесса и суммы обязательств по налогу на прибыль, которая может быть оптимизирована за счет правильно выбранной учетной политики организации в части налогообложения.

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ЗАТРАТ ЮВЕЛИРНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Жукова И.И.,

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Пожарицкая И.М.

Введение. Неотъемлемой частью эффективного использования ресурсов предприятием является непрерывное осуществление контрольных мероприятий. В части контроля затрат они приобретают особую важность и значимость. Ведь все процессы предприятия, начиная со снабжения и заканчивая сбытом, предполагают целый спектр затрат и расходов. Особенности внутреннего контроля затрат напрямую зависят от вида деятельности предприятия. Так производство ювелирных изделий представляет последовательность сложных технологических этапов, на каждом из которых требуется определенный метод контроля. В связи с этим рассмотрим подробнее особенности и проблемные аспекты внутреннего контроля затрат ювелирного производства.

Цель и задачи исследований. Целью исследования является выявление проблем в сфере внутреннего контроля затрат ювелирного производства и разработка рекомендаций по его усовершенствованию. В соответствии с поставленной целью определены следующие задачи: изучить теоретические положения внутреннего контроля, выделить его особенности в части затрат производства ювелирных изделий, затем на основании полученной информации сформировать рекомендации по обеспечению эффективного контроля затрат ювелирного производства.

Методика исследования. В процессе исследования проводился сбор информации относительно сущности внутреннего контроля затрат и его особенностях в определенных видах деятельности, затем обработка полученных данных и выявление проблемных аспектов.

Результаты исследования. Внутренний контроль – это систематическая и всесторонняя проверка производственной и финансово-хозяйственной деятельности, которая осуществляется самостоятельно предприятием и является специализированной функцией предприятия. Правильно организованный внутренний контроль позволяет выявить внутренние резервы производства, способствует внедрению новейших технологий, то есть он выступает средством повышения эффективности деятельности предприятия и содействует получению максимальной отдачи от вложенных средств.

Обеспечение достоверной информацией о затратах производства – одна из важнейших задач внутреннего контроля предприятия. В статье «Сущность процесса контроля затрат в современных условиях» авторы Голиков А.А., Рябов Т.С. под процессом контроля затрат понимают «деятельность субъектов контроля, направленная на гарантирование достижения наиболее эффективным способом поставленных целей управления затратами путем реализации определенных задач контроля и применения соответствующих принципов, типов, методов и техники контроля». К задачам контроля затрат относятся: определение фактических затрат; прогнозирование состояния затрат на будущий период времени; предварительное определение причин отклонений от заданных значений затрат; проверка достоверности данных и целесообразности хозяйственных операций и т.д.

Внутренний контроль затрат может выполняться по экономическим элементам и статьям калькуляции, где непосредственное значение имеет вид деятельности предприятия. Рассмотрим особенности внутреннего контроля затрат ювелирного производства.

В настоящее время ювелирное производство представляет некую взаимосвязь металлургического и механообрабатывающего производств. Это свидетельствует о многочисленных этапах (от создания эскиза до отделочных работ), сменяющихся один за другим в течение всего технологического процесса, что значительно затрудняет процесс контроля производственных затрат.

1. Следует отметить, что с 1 января 2013 г. согласно ст. 19 Федерального закона от 06.12.11 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» все экономические субъекты должны осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни. Однако данный закон не содержит информации относительно структуры, процедуры организации контрольной службы и ее полномочиям, что затрудняет и не оказывает содействия процессу организации внутреннего контроля на таком технологически сложном производстве как ювелирное.

2. Если в таких отраслях, как строительство, сельское хозяйство, животноводство и т.д. учет и контроль регламентируется специальными инструкциями и методическими рекомендациями, что позволяет организовать систематический внутренний контроль с учетом специфики отрасли, то ювелирное производство не имеет достаточной методической базы в этом смысле.

3. Характерной проблемой в организации внутреннего контроля затрат является отсутствие определенной процедуры контроля, относящейся к конкретному процессу производства ювелирного изделия. Ведь каждый процесс, будь то заготовка материалов, создание формы, отделка, огранка или закрепление вставок – это работа с драгоценными металлами и камнями, которые имеют высокую стоимость, и любые неправомерные действия способны нанести ущерб деятельности предприятия.

Выводы. В связи с указанными особенностями необходимо создать такую процедуру внутреннего контроля ювелирного производства как система независимых проверок, которая позволит проводить ревизии и иные формы независимых проверок. Также система внутреннего контроля затрат производства ювелирных изделий должна быть организована по центрам ответственности. Так на каждом технологическом этапе производства будет основан эффективный контроль, четко разграничены обязанности между работниками подразделений, так же позволит предприятию отказаться от использования устаревших или не согласованных с остальными подразделениями методов контроля.

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ ОБЪЕКТ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

Загородний А.И.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: д.э.н., доцент Пожарицкая И.М.

Введение. Инвентаризация – это настолько важный объект, что при составлении финансовой отчетности он выделен в отдельный этап, где основную цель можно обозначить как получение подтверждения того, насколько фактическое наличие объектов инвентаризации соответствует данным учетных регистров и финансовой отчетности. Кроме того, наблюдая за проведением инвентаризации, внутренний контролер имеет возможность оценить степень организованности, упорядочении действий. А подходы в оформлении документации и точности отражения данных результатов инвентаризации, которые, безусловно, проверяющий в процессе наблюдения не сможет не заметить, могут повлиять на степень доверия к информации, получаемой от клиента.

Цель и задачи исследований. Целями данных исследований являются: улучшение инвентаризации, как процесса; облегчение и оптимизация ее проведения; сокращение временных рамок выполнения инвентаризации, и, как следствие, достижение наилучших результатов ее проведения. Считаю задачами проведения данных исследований следующие: выбор самых рациональных путей и средств для достижения наилучших результатов проведения инвентаризации; выявление новых методов проведения и переход на интенсивный путь развития в решении данного вопроса.

Результаты исследования. Разработаем этапы проведения инвентаризации, их основные задачи и критерии, методы проведения внутреннего контроля.

Критериями оценки при проведении внутреннего контроля инвентаризации являются:

- нормативные документы, регламентирующие порядок проведения инвентаризации;
- периодичность проведения и соответствие требованиям законодательства;
- порядок проведения инвентаризации;
- порядок оформления документов по инвентаризации;
- порядок определения результатов инвентаризации;
- порядок отражения в учетных регистрах.

На организационном этапе проходит изучение объектов, сроков проведения инвентаризации, а также изучения приказа на проведение инвентаризации. Основными методами проверки является нормативно-правовая проверка, исследование приказа на проведение инвентаризации.

На подготовительном этапе проводится проверка наличия договоров с материально-ответственными лицами, наличие расписок материально-ответственных лиц об отсутствии посторонних предметов и денежных средств на местах инвентаризации и об оприходовании всех ценностей. Также изучается подготовка объектов к инвентаризации, наличие инвентарных номеров на объектах и т.п. Основными методами проверки здесь является обзор.

На этапе проведения инвентаризации проводится проверка фактического наличия и состояния имущества организации; правильность признания и оценки активов и обязательств; соблюдение условий и порядка хранения имущества. Внутреннему аудитору следует применять органолептические приемы, а также метод стоимостной оценки.

Среди методов одним из них может являться частичная автоматизация организации учета объекта на предприятии. Можно заимствовать идею у крупных супермаркетов, - «пробивку товара» на кассе. За основу можно позаимствовать и немного видоизменить принцип. Вместо кода использовать специальный чип. Связка будет такая: «чип с программируемым на него кодом» - «устройство для считывания» - «база данных (включающая в себя коды)». Бухгалтер вместе с материально ответственным лицом приходят на место, где расположены объекты инвентаризации. Считывают данными устройствами коды, расположенные на данных объектах, коды попадают в базу данных компьютера, где автоматика составляет в программе файл сличительную ведомость и учетный регистр данных и финансовой отчетности. Данные можно будет свободно распечатать. Это нововведение избавит бухгалтера и материально-ответственных лиц от «карандашиков», «неразберихи с номерами», «поиском утраченных ценностей» - и прочих трудностей данного процесса. Так же можно использовать один из математических методов: методы и модели массового обслуживания.

На аналитическом этапе проводится составление сличительных ведомостей; анализ отклонений; расчет размера убытков. Применяется метод группировки, сравнения, экономических расчетов.

На результативном этапе рассматриваются результаты инвентаризации, оформляются сличительные ведомости и выводятся отклонения фактического наличия от учетного, т.е. излишки или недостачи; выявляются виновные лица в отклонениях и устанавливается порядок возмещения недостачи.

На этапе принятия решений определяется эффективность действующей системы контроля с помощью методов контроля результатов инвентаризации.

Выводы. Таким образом, информация об инвентаризации всегда помогает внутреннему аудитору сформировать свою позицию относительно того, с какими аудиторскими рисками он имеет дело, что повлияет на выбор аудиторских процедур и их количество, которые необходимо будет выполнить в последующих проверках.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ ПО УЧЕТУ ЗАТРАТ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Заричная М.А.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Пожарицкая И.М.

Введение. Каждое предприятие, прежде чем начать свое производство, определяет, какую прибыль оно сможет получить. Прибыльность предприятий в основном зависит от цены продукции и затрат на ее производство. В настоящее время в различных литературных источниках вопросам учета затрат и калькулирования себестоимости в сельском хозяйстве уделяется значительное внимание, но имеются отдельные несоответствия.

Цель данного исследования заключается в рассмотрении теоретических основ учета затрат в сельском хозяйстве. **Задачи** исследования: провести анализ литературных источников по учету затрат; выявить различия в определении учета затрат в сельском хозяйстве.

Результаты исследований. Введение бухгалтерского учета регулируется соответствующими нормативными актами. Но несмотря на большое количество положений по бухгалтерскому учету, методических рекомендаций, встречается большое количество различных мнений по вопросу учета затрат на производство.

В ходе данного исследования было проанализировано 10 периодических источников, большое количество учебников по экономическим дисциплинам, было выявлено, что данной проблемой изучения учета затрат в сельском хозяйстве занимались такие авторы: Ефремович А.А., Иванова Н.Г., Климович Т.Н., Моисеева О.П., Пизенгольц М.З., Пугин Д.П., Саврасов Д.А. и др.

Авторы имеют различные взгляды на проблему организации учёта затрат на производство и исчисление себестоимости продукции в сельском хозяйстве. Итак, рассмотрим некоторые из них.

Моисеева О.П. полагает, что улучшение учета затрат требует детального изучения методики и практики зарубежных систем учет. Она считает, что надо использовать учет затрат на производство в сельском хозяйстве по функциям, так как он предусматривает решение вопроса по отнесению производственных затрат на каждый вид продукции.

Метод учета затрат по функциям дает наибольший эффект в формировании долгосрочной информации о затратах, необходимой для принятия управленческих решений.

Особенность современной системы учета затрат заключается в том, что она не ограничивает выбор способов и приемов бухгалтерского учета, она предусматривает самостоятельное их комбинирование субъектами хозяйствования, хотя среди всех видов управленческой деятельности бухгалтерский учет продолжает оставаться наиболее регулирующим.

Но бухгалтерский учет на отечественных сельскохозяйственных предприятиях основывается на затратном методе ведения учета затрат, при котором включаются все ресурсы, израсходованные на производство.

В условиях переходного периода актуальность проблемы ценообразования зерновых культур существенно обостряется. Современная национальная аграрная практика построена на преимущественном использовании традиционных приемов ценообразования, основанных на слабоконтролируемом затратном методе. Ржеуцкая О.В. говорит о том, что важным недостатком затратного метода является невозможность во многих случаях найти величину удельных затрат на единицу продукции, не выявляет возможностей снижения затрат.

Ивашкевич В.Б. считает, что главное значение имеет также управление процессом формирования себестоимости продукции, и самое главное строгий учет производственных затрат и краткосрочный контроль за экономным и рациональным использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Давлатов Ш. считает, что учет затрат строится в зависимости от особенностей технологии производства по видам выполненных работ, а только после организуется по культурам или группам культур.

По мнению Суглубова А.Е. в производственном процессе отраслей сельского хозяйства при выполнении конкретных работ расходуются различные материальные ценности, изнашиваются используемые основные средства, оплачивается труд производственных рабочих и т. д. Все эти расходы в учете должны собираться отдельно, учет должен вестись по статьям затрат.

Ввиду рассредоточенности сельскохозяйственного производства выполняемые работы и затраты одновременно производятся в разных подразделениях, поэтому учет затрат также должен быть организован в разрезе этих подразделений. Однако по усмотрению предприятия затраты могут учитываться в целом по хозрасчетным подразделениям без разграничения по отдельным возделываемым культурам – котловым методом.

Таким образом, в соответствии с особенностями производственного процесса в сельском хозяйстве бухгалтерский учет должен обеспечить получение необходимой информации об уровне затрат по смежным годам производства, видам производств и культурам, основным видам выполняемых работ, статьям затрат и конкретным подразделениям предприятия.

Выводы. Проанализировав литературные источники, можно сделать вывод о том, что существует большое количество методов по улучшению системы учета затрат на производство сельскохозяйственной продукции, каждый из которых отличается от других, имеет свои преимущества и недостатки. Учет затрат в большей степени зависит от отрасли, типа и вида производства, характера его организации и технологического процесса и других условий.

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА РЕАЛИЗАЦИИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Ключанцева В.Н.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Гроздева Е.А.

Введение. Реализация готовой продукции является завершающим этапом кругооборота хозяйствующих средств предприятия. Значимость рассмотрения проблемных аспектов учета реализации готовой продукции заключается в том, что результатом деятельности любого промышленного предприятия или организации является выпуск готовой продукции, выполнение работ или предоставление услуг. В итоге, стоимость готовой продукции переходит из сферы производства в сферу обращения. Выявление и решение проблем может благоприятствовать росту разработки и осуществления финансовой политики предприятия.

Цель и задачи исследований. Выпуск готовой продукции для предприятий является преобладающим условием эффективной предпринимательской деятельности, направленной на получении прибыли. Верно организованный учет реализации готовой продукции является основой формирования информационно-аналитической базы управления производственной деятельностью предприятия, включающей информацию, необходимую для формирования финансовых результатов за отчетный период. Целью данной работы является выявление и раскрытие проблемных аспектов учета реализации готовой продукции. Задачей является раскрытие и обоснование выявленных проблемных аспектов по учету реализации готовой продукции.

Результаты исследований, их краткий анализ. При переходе на международные стандарты финансовой отчетности (далее МСФО) одним из проблемных участков учета на

производственных предприятиях и организациях является учет реализации готовой продукции, так как от правильной оценки готовой продукции во многом зависит себестоимость реализованной продукции и чистая прибыль предприятия. Российские правила бухгалтерского учета постепенно приближаются к МСФО. Отчетность по МСФО уже применяют большинство крупных предприятий. Множество российских предприятий продолжают использовать для подготовки своей отчетности только национальные положения бухгалтерского учета. Сложности, которые возникают при внедрении МСФО в Российской Федерации, совпадают с другими государствами, переходящими на международные стандарты таким образом, чтобы отличия с национальными стандартами были минимальными и объяснялись объективными причинами. Основной проблемой является недостаток ресурсов, необходимых для успешного перехода на эти стандарты. Это финансовые и кадровые ресурсы. Также в настоящее время в Министерстве финансов России находится проект нового ПБУ по учету запасов. Этот документ более приближен к требованиям Международных стандартов, чем действующее ПБУ 5/01.

Также от выбора правильной совокупности способов ведения учетной политики зависит размер показателей себестоимости продукции, показателей финансового состояния предприятия. Таким образом, учетная политика является важным средством формирования величины основных показателей деятельности организации, налогового планирования, ценовой политики. Многие промышленные предприятия допускают ошибку, выбирая нормативный метод учета затрат при отсутствии массового и крупносерийного выпуска продукции, а также системы прогрессивных норм расхода материальных и трудовых ресурсов. Кроме этого, предприятиям нужно регулярно проводить анализ существующих норм и вносить необходимые аргументированные изменения, в связи с изменяющимися условиями самих норм, которые устаревают.

Для поддержания финансовой стабильности, для увеличения платежеспособности предприятий и организаций необходимо организовать все необходимые условия для свободной выгодной реализации продукции. Также существуют двойственные аспекты при выборе оценки признания выручки от реализации продукции. Признание выручки от реализации продукции по мере оплаты отгруженной продукции является традиционным для отечественного учета. Использование этого метода широко распространено, так как он чаще используется предприятиями и организациями еще и потому, что в условиях инфляции и неплатежей как бы гарантирует финансовую возможность расчетов с бюджетом по налогам, поскольку деньги от покупателей зачислены на счета организаций. Однако, в некоторых случаях, при оценке выручки по мере поступления платежей предприятия могут не спешить выполнить свои обязательства по отгрузке товаров или выполняют их недоброкачественно. В результате у покупателя растет дебиторская задолженность, которая в итоге ведет к убыткам и возникновению арбитражных споров. Также при изучении финансовой отчетности внешними пользователями по способу определения финансового результата от реализации по мере поступления от покупателя оплаты, не возможно определить фактическую сумму задолженности дебиторов, которая необходима для оценки его финансового состояния. При учете реализации продукции по оплате можно получить худший показатель коэффициента промежуточного покрытия и коэффициента текущей ликвидности. Предприятие может быть рентабельным, но при этом неплатежеспособным при оценке выручки по мере отгрузки, если товар отгружен, а деньги на расчетный счет не поступили. Делая вывод, можно сказать, что каждый из методов определения выручки от реализации продукции имеет как преимущества, так и недостатки. Грамотный подход был применен в международной практике для того, чтобы покупатель быстрее расплатился за поставленные товары, в контракт вносятся поправки и дополнения на условия платежа: за сокращение сроков расчетов предоставляются скидки до 5% от стоимости сделки. Использование скидок при оплате в срок стимулирует покупателей своевременно оплачивать счета. А при таком внимании покупателей предприятие или организация может без лишних колебаний переходить на метод учета реализации продукции «по отгрузке».

Выводы. Рассмотрение выше проблемных аспектов по учету реализации готовой продукции позволит усовершенствовать не только систему учета готовой продукции и ее реализации, но и поможет сформировать наиболее полную и достоверную информацию о деятельности организации, повысить ее конкурентоспособность, интерес у заказчиков к данному предприятию и инвестиционную привлекательность.

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА НА ПОСТРОЕНИЕ УЧЕТА РАСХОДОВ НА БАЛЬНЕОЛЕЧЕНИЕ

Коваленко А.С.

*старший преподаватель кафедры учета, анализа и аудита
Института экономики и управления*

Введение. При выборе и разработке учетной политики организации особое влияние на набор методов и способов формирования себестоимости оказывает специфика ее деятельности. Исследование особенностей деятельности бальнеологических санаторно-курортных учреждений Крыма и мира позволило нам сделать вывод, что их можно разделить на две группы: те, которые используют простой технологический процесс и те, которые используют сложный (замкнутый) технологический процесс. При простом технологическом процессе лечебная вода используется однократно. Замкнутый технологический процесс предусматривает многократное использование лечебной воды путем ее фильтрации и обеззараживания. Преимущество последнего заключается в снижении себестоимости бальнеологических услуг без ущерба их качеству, повышении эффективности использования природных ресурсов региона страны, и, как следствие, сохранение водного потенциала Республики.

Целью является исследование влияния особенностей замкнутого технологического цикла на построение учета расходов на бальнеолечение. Для достижения указанной цели необходимо решить ряд **задач**, а именно:

- рассмотреть особенности технологического цикла;
- определить основные признаки, характерные замкнутому технологическому процессу приготовления бальнеологической процедуры;
- выявить наиболее оптимальный метод учета расходов и калькулирования себестоимости бальнеологических услуг.

При исследовании использовались такие **методы** как: индукция, дедукция, анализ и сравнение.

Результаты исследований. Технологический процесс бальнеолечения состоит из ряда последовательных этапов. Рассмотрим каждый из них.

В санаторно-курортных учреждениях, специализирующихся на бальнеолечении, существует так называемый Центр нативной воды, который представляет собой скважину определенной глубины по добыче лечебной воды. Нативная вода из скважины попадает в Процедурный кабинет, где при необходимости подогревается до определенной температуры и на ее основе делается раствор с помощью лечебных примесей различного рода. Следует отметить, что на данном этапе с целью бесповоротного слива воды следует разграничивать рекреантов по Международному классификатору кодов заболеваний, поскольку при определенном виде заболевания вода, использованная для лечения такого рекреанта, не может быть использована повторно, что закреплено в Правилах приема бальнеологических процедур.

Вода после других рекреантов (пациентов) сливается в отстойники, где она накапливается и находится некоторое время в целях ожидания выпадения естественного

осадка. При достижении определенного уровня отстоявшаяся вода проходит по системе фильтрации и обеззараживания, после чего она попадает в Накапливаемый резервуар, где в зависимости от текущих потребностей санаторно-курортного заведения идет по двум направлениям: на технические нужды (впитывание лечебных корпусов, мытья ванн в процедурных кабинетах, стирка белья и т.д.) и для последующего использования в бальнеолечении. В последнем случае очищенная вода сливается в герметичный Резервуар 1, куда добавляются определенные химические элементы в объеме, обеспечивающем химический состав, идентичный состав нативной воды. Таким образом, получается искусственно обогащенная вода, которая может использоваться в целях бальнеолечения. Такая вода в практике получила название вторичной.

Последним этапом замкнутого технологического процесса бальнеолечения является слив в Резервуар 2, где при необходимости примешивается нативная вода. В результате в Резервуаре 2 находится вода, которая по своим лечебным свойствам не уступает нативной воде. Таким образом, из Резервуара 2 вода попадает в Процедурный кабинет и по показаниям врача (например, для лечения нервных срывов и с целью профилактики различных заболеваний) может составлять основу бальнеологических процедур.

Приведенная схема процесса бальнеолечения, определяет целевое назначение производственных расходов на каждом этапе технологии бальнеолечения и непосредственно влияет на формирование статей калькуляции бальнеологических услуг. Из этого возникает необходимость введения контрольной системы за расходами на бальнеологические услуги, что достигается за счет внедрения центров ответственности на определенных участках технологического процесса бальнеолечения.

В процессе оказания услуг по бальнеолечению центры ответственности отдельно аккумулируют расходы в пределах своих полномочий, однако активно взаимодействуют друг с другом. Внедрение учета по центрам ответственности позволит управленческому персоналу санаторно-курортного учреждения избегать необоснованных расходов, в случае возникновения таковых - оперативно устанавливать причины отклонений и ответственных лиц, а также принимать взвешенные управленческие решения по снижению себестоимости бальнеологических услуг. Так, основу управления затратами по центрам ответственности составляют установленные экономически обоснованные нормы. Такой подход к управлению затратами и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в экономической литературе подучил название нормативного метода.

По нашему мнению, наиболее полное определение нормативного метода приведено в учебном пособии «Бухгалтерский учет в Украине» под редакцией Р.Л. Хомяка. Сущность его заключается в определении фактической себестоимости изготовленной продукции на основании действующих норм. То есть, авторы отмечают, что наличие норм является предпосылкой нормативного метода, основным признаком которого является то, что учет осуществляется по ходу технологического процесса, поэтому всякие отклонения или изменение норм выявляются незамедлительно на той или иной операции.

Выводы. Таким образом, учитывая специфику технологического процесса приготовления бальнеологической услуги, целесообразным является внедрение на отечественные санаторно-курортные учреждения системы контроля за расходами посредством так называемых центров затрат, деятельность которых как базируется, так и контролируется на основании нормативного метода учета и калькулирования себестоимости.

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА НА ПОСТРОЕНИЕ УЧЕТА РАСХОДОВ НА БАЛЬНЕОЛЕЧЕНИЕ

Коваленко А. С.

старший преподаватель кафедры учета, анализа и аудита

Введение. При выборе и разработке учетной политики организации особое влияние на набор методов и способов формирования себестоимости оказывает специфика ее деятельности. Исследование особенностей деятельности бальнеологических санаторно-курортных учреждений Крыма и мира позволило нам сделать вывод, что их можно разделить на две группы: те, которые используют простой технологический процесс и те, которые используют сложный (замкнутый) технологический процесс. При простом технологическом процессе лечебная вода используется однократно. Замкнутый технологический процесс предусматривает многократное использование лечебной воды путем ее фильтрации и обеззараживания. Преимущество последнего заключается в снижении себестоимости бальнеологических услуг без ущерба их качеству, повышении эффективности использования природных ресурсов региона страны, и, как следствие, сохранение водного потенциала Республики.

Целью является исследование влияния особенностей замкнутого технологического цикла на построение учета расходов на бальнеолечение. Для достижения указанной цели необходимо решить ряд **задач**, а именно:

- рассмотреть особенности технологического цикла;
- определить основные признаки, характерные замкнутому технологическому процессу приготовления бальнеологической процедуры;
- выявить наиболее оптимальный метод учета расходов и калькулирования себестоимости бальнеологических услуг.

При исследовании использовались такие **методы** как: индукция, дедукция, анализ и сравнение.

Результаты исследований. Технологический процесс бальнеолечения состоит из ряда последовательных этапов. Рассмотрим каждый из них.

В санаторно-курортных учреждениях, специализирующихся на бальнеолечении, существует так называемый Центр нативной воды, который представляет собой скважину определенной глубины по добыче лечебной воды. Нативная вода из скважины попадает в Процедурный кабинет, где при необходимости подогревается до определенной температуры и на ее основе делается раствор с помощью лечебных примесей различного рода. Следует отметить, что на данном этапе с целью бесповоротного слива воды следует разграничивать рекреантов по Международному классификатору кодов заболеваний, поскольку при определенном виде заболевания вода, использованная для лечения такого рекреанта, не может быть использована повторно, что закреплено в Правилах приема бальнеологических процедур.

Вода после других рекреантов (пациентов) сливается в отстойники, где она накапливается и находится некоторое время в целях ожидания выпадения естественного осадка. При достижении определенного уровня отстоявшаяся вода проходит по системе фильтрации и обеззараживания, после чего она попадает в Накапливаемый резервуар, где в зависимости от текущих потребностей санаторно-курортного заведения идет по двум направлениям: на технические нужды (впитывание лечебных корпусов, мытья ванн в процедурных кабинетах, стирка белья и т.д.) и для последующего использования в бальнеолечении. В последнем случае очищенная вода сливается в герметичный Резервуар 1, куда добавляются определенные химические элементы в объеме, обеспечивающем химический состав, идентичный состав нативной воды. Таким образом, получается искусственно обогащенная вода, которая может использоваться в целях бальнеолечения. Такая вода в практике получила название вторичной.

Последним этапом замкнутого технологического процесса бальнеолечения является слив в Резервуар 2, где при необходимости примешивается нативная вода. В результате в Резервуаре 2 находится вода, которая по своим лечебным свойствам не уступает нативной воде. Таким образом, из Резервуара 2 вода попадает в Процедурный кабинет и по показаниям врача (например, для лечения нервных срывов и с целью профилактики различных заболеваний) может составлять основу бальнеологических процедур.

Приведенная схема процесса бальнеолечения, определяет целевое назначение производственных расходов на каждом этапе технологии бальнеолечения и непосредственно влияет на формирование статей калькуляции бальнеологических услуг. Из этого возникает необходимость введения контрольной системы за расходами на бальнеологические услуги, что достигается за счет внедрения центров ответственности на определенных участках технологического процесса бальнеолечения.

В процессе оказания услуг по бальнеолечению центры ответственности отдельно аккумулируют расходы в пределах своих полномочий, однако активно взаимодействуют друг с другом. Внедрение учета по центрам ответственности позволит управленческому персоналу санаторно-курортного учреждения избегать необоснованных расходов, в случае возникновения таковых - оперативно устанавливать причины отклонений и ответственных лиц, а также принимать взвешенные управленческие решения по снижению себестоимости бальнеологических услуг. Так, основу управления затратами по центрам ответственности составляют установленные экономически обоснованные нормы. Такой подход к управлению затратами и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в экономической литературе подучил название нормативного метода.

По нашему мнению, наиболее полное определение нормативного метода приведено в учебном пособии «Бухгалтерский учет в Украине» под редакцией Р.Л. Хомяка. Сущность его заключается в определении фактической себестоимости изготовленной продукции на основании действующих норм. То есть, авторы отмечают, что наличие норм является предпосылкой нормативного метода, основным признаком которого является то, что учет осуществляется по ходу технологического процесса, поэтому всякие отклонения или изменение норм выявляются незамедлительно на той или иной операции.

Выводы. Таким образом, учитывая специфику технологического процесса приготовления бальнеологической услуги, целесообразным является внедрение на отечественные санаторно-курортные учреждения системы контроля за расходами посредством так называемых центров затрат, деятельность которых как базируется, так и контролируется на основании нормативного метода учета и калькулирования себестоимости.

ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ АУДИТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Кулякина Е.Л.

студент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления Коваленко А.С.

Введение. Аудит затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг) является трудоемким участком в аудиторской деятельности, требующий глубоких знаний не только нормативной документации, но и специфики деятельности того или иного предприятия. Поскольку аудит затрат на производство представляет собой проверку формирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг), объектом аудиторской проверки выступают калькуляционные расчеты, служащие основанием для ее определения. Отсутствие бесперебойной налаженной калькуляционной работы, а также перманентного контроля за себестоимостью и рентабельностью готовой продукции не позволяет надолго обеспечить для компании получение высоких и стабильных доходов. Задача аудитора сводится к привлечению внимания руководства проверяемой организации на пробелы и недостатки в учете затрат и калькулирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг), а также к внесению соответствующих рекомендаций по устранению данных недостатков.

Целью исследований является рассмотрение аудита затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг).

Исходя из поставленной цели в ходе исследований необходимо решить ряд **задач**, в частности:

- определить набор задач, подлежащих решению в ходе аудита затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг);
- распределить процесс аудиторской проверки на последовательные взаимосвязанные этапы с целью его структурирования.

При исследовании указанной проблематики использовался набор общенаучных **методов** и приемов.

Результаты исследований. Аудит затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг) направлен на решение ряда задач, а именно:

- 1) подтверждение достоверности данных финансовой (бухгалтерской) отчетности;
- 2) проверка своевременности, полноты и достоверности отражения фактических затрат на счета бухгалтерского учета;
- 3) установление целесообразности понесенных затрат;
- 4) проверка обеспечения надлежащего контроля за соблюдением установленных смет расходов;
- 5) проверка соответствия учета затрат на производство как внутри корпоративной, так и внешней базе;
- 6) анализ и поиск путей повышения эффективности затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг).

Как и любой процесс, аудит затрат состоит из ряда последовательных этапов. Рассмотрим каждый из них:

Этап I. На данном этапе аудитору необходимо ознакомиться со спецификой ведения учета на конкретном предприятии. Полученная информация в виде аудиторских доказательств в последующем будет выступать информационной базой для проведения аудита. Также данный этап предусматривает организацию учетного процесса, при этом аудитору следует обратить особое внимание на рабочий план счетов, учетные номенклатуры, а также на носители учетной информации по затратам на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг). В результате аудитором разрабатываются

рекомендации по оптимизации работы бухгалтерии и повышению эффективности системы бухгалтерского и управленческого учета в части затрат на производство.

Этап II. Данный этап предполагает осуществление детального планирования проведения аудита затрат на производство. При этом аудитору необходимо ознакомиться со спецификой деятельности предприятия, определить эффективность и надежность системы внутреннего контроля, определить объем выборки информации о затратах на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг), рассчитать уровень существенности и аудиторского риска, а также разработать ряд аудиторских процедур, которые будут применяться во время проведения аудита. На данном этапе составляется план и программа аудита затрат на производство и калькулирование готовой продукции (работ, услуг).

Этап III. На данном этапе аудитор исследует и изучает динамику и структуру затрат на производство, а также выявляет резервы сокращения затрат и увеличения прибыли предприятия. При этом аудитору необходимо использовать ряд аналитических методов, а также различные модели, применимые к проверяемой организации, исходя как из специфики производственного процесса, так и ее деятельности в целом.

Этап IV. Данный этап предполагает внедрение комплекса мероприятий по сокращению затрат и увеличению доходов предприятия: посредством проведенных контрольных и аналитических процедур аудитор разрабатывает комплекс мер, направленных на экономически целесообразное снижение затрат на производство. Результатом данного этапа является предоставление так называемых планов, рекомендуемых руководством организации к исполнению, в виде приложений к аудиторскому отчету.

Этап V. На данном этапе необходимо выбрать схему учета затрат на производство.

Этап VI. На данном этапе необходимо провести подготовительные мероприятия с целью адаптации рабочего плана счетов и классификации затрат на производство, что будет способствовать принятию правильных управленческих решений. Данные задачи можно достичь при проведении СVP – анализа, который в дальнейшем даст возможность рассчитать и спрогнозировать максимальную прибыль, производить корректировки в случае незапланированного снижения объема производства, выявить факторы, которые оказывают прямое воздействие на затраты предприятия, рассчитать точку безубыточности, а также выбрать наиболее оптимальное решение по управлению затратами.

Выводы. Таким образом, учет затрат на производство выступает ключевым элементом деятельности каждого хозяйственного предприятия страны. От того насколько правильно и грамотно будет построена организация данного процесса, будет зависеть правильность и эффективность учетного процесса в целом. Именно с этой целью на предприятиях необходимо регулярно проводить аудит затрат на производство, который позволит сформировать независимое мнение по результатам проверки данного участка учета, выявить имеющиеся нарушения и неточности, а также своевременно устранить данные недостатки, предоставив соответствующие рекомендации и предложения.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ АУДИТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ)

Кулякина Е.Л.

студент кафедры учета, анализа и аудита финансово-учетного факультета Высшей школы экономики и бизнеса

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры учета, анализа и аудита Высшей школы экономики и бизнеса Коваленко А.С.

Введение. Аудит затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг) является трудоемким участком в аудиторской деятельности, требующий глубоких знаний не только нормативной документации, но и специфики деятельности того или иного предприятия. Поскольку аудит затрат на производство представляет собой проверку формирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг), объектом аудиторской проверки выступают калькуляционные расчеты, служащие основанием для ее определения. Отсутствие бесперебойной налаженной калькуляционной работы, а также перманентного контроля за себестоимостью и рентабельностью готовой продукции не позволяет надолго обеспечить для компании получение высоких и стабильных доходов. Задача аудитора сводится к привлечению внимания руководства проверяемой организации на пробелы и недостатки в учете затрат и калькулирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг), а также к внесению соответствующих рекомендаций по устранению данных недостатков.

Целью исследований является рассмотрение аудита затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг).

Исходя из поставленной цели в ходе исследований необходимо решить ряд **задач**, в частности:

- определить набор задач, подлежащих решению в ходе аудита затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг);
- распределить процесс аудиторской проверки на последовательные взаимосвязанные этапы с целью его структурирования.

При исследовании указанной проблематики использовался набор общенаучных **методов** и приемов.

Результаты исследований. Аудит затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг) направлен на решение ряда задач, а именно:

- 1) подтверждение достоверности данных финансовой (бухгалтерской) отчетности;
- 2) проверка своевременности, полноты и достоверности отражения фактических затрат на счета бухгалтерского учета;
- 3) установление целесообразности понесенных затрат;
- 4) проверка обеспечения надлежащего контроля за соблюдением установленных смет расходов;
- 5) проверка соответствия учета затрат на производство как внутри корпоративной, так и внешней базе;
- 6) анализ и поиск путей повышения эффективности затрат на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг).

Как и любой процесс, аудит затрат состоит из ряда последовательных этапов. Рассмотрим каждый из них:

Этап I. На данном этапе аудитору необходимо ознакомиться со спецификой ведения учета на конкретном предприятии. Полученная информация в виде аудиторских доказательств в последующем будет выступать информационной базой для проведения аудита. Также данный этап предусматривает организацию учетного процесса, при этом аудитору следует обратить особое внимание на рабочий план счетов, учетные номенклатуры, а также на носители учетной информации по затратам на производство и калькулирование

себестоимости готовой продукции (работ, услуг). В результате аудитором разрабатываются рекомендации по оптимизации работы бухгалтерии и повышению эффективности системы бухгалтерского и управленческого учета в части затрат на производство.

Этап II. Данный этап предполагает осуществление детального планирования проведения аудита затрат на производство. При этом аудитору необходимо ознакомиться со спецификой деятельности предприятия, определить эффективность и надежность системы внутреннего контроля, определить объем выборки информации о затратах на производство и калькулирование себестоимости готовой продукции (работ, услуг), рассчитать уровень существенности и аудиторского риска, а также разработать ряд аудиторских процедур, которые будут применяться во время проведения аудита. На данном этапе составляется план и программа аудита затрат на производство и калькулирование готовой продукции (работ, услуг).

Этап III. На данном этапе аудитор исследует и изучает динамику и структуру затрат на производство, а также выявляет резервы сокращения затрат и увеличения прибыли предприятия. При этом аудитору необходимо использовать ряд аналитических методов, а также различные модели, применимые к проверяемой организации, исходя как из специфики производственного процесса, так и ее деятельности в целом.

Этап IV. Данный этап предполагает внедрение комплекса мероприятий по сокращению затрат и увеличению доходов предприятия: посредством проведенных контрольных и аналитических процедур аудитор разрабатывает комплекс мер, направленных на экономически целесообразное снижение затрат на производство. Результатом данного этапа является предоставление так называемых планов, рекомендуемых руководством организации к исполнению, в виде приложений к аудиторскому отчету.

Этап V. На данном этапе необходимо выбрать схему учета затрат на производство.

Этап VI. На данном этапе необходимо провести подготовительные мероприятия с целью адаптации рабочего плана счетов и классификации затрат на производство, что будет способствовать принятию правильных управленческих решений. Данные задачи можно достичь при проведении CVP – анализа, который в дальнейшем даст возможность рассчитать и спрогнозировать максимальную прибыль, производить корректировки в случае незапланированного снижения объема производства, выявить факторы, которые оказывают прямое воздействие на затраты предприятия, рассчитать точку безубыточности, а также выбрать наиболее оптимальное решение по управлению затратами.

Выводы. Таким образом, учет затрат на производство выступает ключевым элементом деятельности каждого хозяйственного предприятия страны. От того насколько правильно и грамотно будет построена организация данного процесса, будет зависеть правильность и эффективность учетного процесса в целом. Именно с этой целью на предприятиях необходимо регулярно проводить аудит затрат на производство, который позволит сформировать независимое мнение по результатам проверки данного участка учета, выявить имеющиеся нарушения и неточности, а также своевременно устранить данные недостатки, предоставив соответствующие рекомендации и предложения.

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ РАСЧЕТАМИ С ПОСТАВЩИКАМИ

Лукашова Т.В.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Фролов В.И.

Введение. Отношение с поставщиками и подрядчиками представляют собой неотъемлемую часть хозяйствования любого действующего предприятия. Для эффективного ведения бизнеса персоналу компании необходим сбор и качественная обработка больших объемов информации различного рода, в том числе и информации о состоянии расчетов с поставщиками и подрядчиками. Чем успешнее компания, чем активнее ее деятельность, тем больше она взаимодействует с таким видом контрагентов как поставщики. Соответственно растет актуальность вопроса о необходимости применения эффективных инструментов ведения бизнеса.

Цель и задачи. Целью исследования является обзор информационных систем, которые позволяют автоматизировать процессы учета, планирования и контроля взаимоотношений с поставщиками товаров и услуг.

В ходе исследования были поставлены и решены следующие задачи:

1. Рассмотреть наиболее популярные современные информационные системы, используемые организациями;
2. Выделить преимущества использования электронных систем e-SCM.

Результаты исследований.

Наиболее распространенными информационными системами предприятий и организаций являются следующие (табл.1):

Таблица 1

Информационные системы предприятий

Система	Назначение
ERP-системы (Enterprise Resource Planning)	Обеспечивают формирование планов производства, управление запасами и закупками
CRM-системы (Customer Relationship Managenet)	Предназначена для эффективного обслуживания потребителей. Позволяет не только собрать информацию о клиенте, но и содержит мощный инструментарий для качественного анализа полученных данных.
системы класса WMS (Warehouse Management System)	Позволяет оптимизировать складской учет
SCM-система (Supply Chain Management)	Предназначена для автоматизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения на предприятии (управление цепочками поставок)

Системы SCM предназначены для автоматизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения на предприятии. Система SCM позволяет значительно лучше удовлетворить спрос на продукцию компании и значительно снизить затраты на логистику и закупки. SCM охватывает весь цикл закупки сырья, производства и распространения товара.

Исследователи, как правило, выделяют шесть основных областей, на которых сосредоточено управление цепочками поставок: производство, поставки, месторасположение, запасы, транспортировка и информация.

Соответственно, для управления взаимоотношениями с поставщиками материальных ценностей и услуг целесообразно использовать SCM-системы, которые обеспечивают реализацию комплексного подхода к управлению всем потоком информации, материалов и услуг от поставщиков сырья и комплектующих через предприятия (производство) и склады до конечного потребителя.

Управление цепочками поставок – сложный процесс в современных условиях ведения бизнеса. Цепочка поставок - управленческая концепция, которая представляет собой совокупность предприятий, людей, технологий, информации и ресурсов, которые учувствуют в перемещении товаров или услуг от поставщика к потребителю. Данная концепция была предложена в 1982 году Кейтом Оливером, впоследствии получившая практическую реализацию с помощью прикладного программного обеспечения.

Идея, лежащая в основе SCM, состоит в том, чтобы компании, путем обмена информацией относительно конъюнктурных колебаний на рынке, включались в цепочку поставок. Таким образом, если вся значимая информация будет доступна для участвующих в цепочке компаний, то каждая из них будет способна максимально оптимизировать процесс поставки на своем этапе. Это позволит оптимально спланировать производство и дистрибуцию и, как следствие, сократить расходы, улучшить общие результаты деятельности, вовлеченных в цепочку сегментов.

Использование SCM-систем позволяет реализовать следующие функции:

1. Повышение эффективности планирования и прогнозирования деятельности для принятия стратегических решений;
2. Контроль расчетов с поставщиками (расчеты по поставкам, штрафы, премии, взаимозачеты);
3. Оптимизация товарного запаса;
4. Максимальное сокращение стоимостных и временных затрат на формирование заказов;
5. Управление отгрузкой и транспортировкой;
6. Анализ эффективности отдельных элементов системы поставок;
7. Контроль взаимодействия с партнерами на протяжении всей цепочки поставок

Преимущества от использования SCM-систем, по данным крупнейших аналитических компаний (AMR Research, Forrester Research), заключаются в получении следующих конкурентных преимуществ:

1. уменьшение стоимости и времени обработки заказа от 20% до 40%;
2. сокращение времени выхода на рынок от 15% до 30%;
3. сокращение закупочных издержек от 5% до 15%;
4. уменьшение складских запасов от 20% до 40%;
5. сокращение производственных затрат от 5% до 15%;
6. увеличение прибыли от 5% до 15%.

Выводы. Отлаженная система поставок помогает совершенствовать систему планирования, оптимизировать складские запасы, осуществлять своевременные поставки, обеспечивать соответствие предложения спросу, снижать затраты и, как следствие, увеличивать рыночную стоимость компании.

УЧЕТ И АНАЛИЗ ОПЕРАЦИЙ ПО РАСЧЕТАМ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА: ПРОБЛЕМЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Окорокова К.В.

магистр кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Терлова В.И.

Введение. Оплата труда является неотъемлемой частью бухгалтерского учета на предприятии и определяется как вознаграждение за выполненные работы, оказанные услуги, исполнение трудовых и других обязанностей работником в определенном количестве и качестве, исчисленное в денежной или натуральной форме. Увеличение заработной платы, как основного источника доходов работников, формирует их материальную заинтересованность, заинтересованность в повышении деловой и творческой активности, повышении качества производимой ими продукции, сокращению сроков исполнения трудовых (должностных) обязанностей. Все это в итоге приведет к положительному финансовому результату предприятия в отчетном периоде: получению прибыли.

Цель и задачи исследования. Проблема организации учета оплаты труда работников на предприятии является актуальной и важной, поскольку существует несоответствие между интересами наемных работников и предприятия. Для наемных работников важно, чтобы затраты труда соответствовали размеру полученного ими дохода в виде заработной платы или другого вознаграждения. Для работодателя и организации в целом первостепенной задачей выступает минимизация расходов на оплату труда как одной из более значимых статей затрат, снижающих прибыль организации в отчетном периоде. Соответственно, чтобы обеспечить согласованность интересов работодателя и наемных работников необходимо выбрать такие формы и системы оплаты труда, а также так построить учетный процесс, чтобы этот выбор удовлетворял и работодателя, и наемных работников. Организация учета расчетов с персоналом по оплате труда также очень важна и потому, что от эффективности учетного процесса по оплате труда зависит эффективность системы оплаты труда и, соответственно, темп роста производительности труда. Важно, чтобы существующая система оплаты труда учитывала не только количество произведенной продукции, но и качество этой продукции. В этом случае будет соблюдаться принцип справедливости при начислении заработной платы или других выплат в пользу наемных работников. С этой целью необходимо провести на предприятии анализ существующих поощрительных выплат, оценить справедливость и законность их начисления. Стоит помнить, что темп роста заработной платы работника должен быть ниже темпа роста производительности труда и в этом случае предприятие имеет возможность улучшить и увеличить показатели прибыльности, рентабельности, конкурентоспособности. Увеличение прибыли, в свою очередь, может привести к материальной заинтересованности работников в повышении качества труда, путем внедрения на предприятии поощрительных выплат (например, за высокое качество произведенной продукции, за низкий удельный вес забракованной продукции в общем объеме выпуска и т.д.). Поэтому при исследовании расчетов с персоналом по оплате труда было уделено внимание горизонтальному и вертикальному анализу показателей роста производительности труда и заработной платы, что позволило выявить соотношение этих показателей.

Методика исследования. Организация учета расчетов с персоналом по оплате труда была рассмотрена на примере предприятия Общество с ограниченной ответственностью «Советская районная типография». С помощью методов научного исследования: синтеза, анализа, формальной проверки, проверки по существу, - были рассмотрены и изучены существующие на предприятии формы и системы оплаты труда, состав и содержание первичной учетной документации, учетных регистров по оплате труда, оперативность и качество их ведения; уровень автоматизации учетного процесса; степень исполнения графика документооборота по расчетам с персоналом по оплате труда бухгалтерией

предприятия.

Результаты исследования. Полученные в ходе исследования результаты позволяют выделить следующие недостатки в учете операций по расчетам с работниками предприятия «Советская районная типография». В частности, было выявлено отсутствие на предприятии графика движения документов (документооборота) по этим операциям. Отмечено также, что ведение бухгалтерского учета расчетов с работниками предприятия ведется ручным способом и принимаются к учету первичные документы небрежно оформленные и с ошибками. На предприятии отсутствует дифференциация форм и систем оплаты труда различных категорий работников типографии.

На основе полученных результатов исследования были разработаны и предложены следующие мероприятия по совершенствованию учета операций по оплате труда:

1. Предлагается использовать в работе графики документооборота основных первичных документов по начислению и выдаче заработной платы.

2. Ввести автоматизированный способ учета этих операций с внедрением программы «1С: Предприятие 8.3».

3. Использовать дифференцированные формы и системы оплаты труда, в частности, установить работниками производственного подразделения сдельно-премиальную систему оплаты труда.

4. Внедрить на предприятии зарплатно - карточный проект.

Выводы. Предложенные по результатам исследования мероприятия по совершенствованию учетных операций по расчетам с персоналом по оплате труда позволят повысить оперативность и качество учетных работ, материальную заинтересованность работников в результатах своего труда, увеличить производительность их работы, что обеспечит рост доходов и прибыли предприятия, снижение себестоимости производимой продукции и повышение ее конкурентоспособности на рынке. Зарплатно - карточный проект даст возможность сократить существующий на предприятии график документооборота, освободить бухгалтера от ведения учета депонированной заработной платы или другого дохода работников, повысить контроль за соблюдением лимита кассы.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Панченко Д.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н. доцент Гроздева Е.А.

Введение. Развитию виноделия в разных странах мира, уделялось большое внимание с древних времен. Традиционные технологии винодельческой промышленности Республики Крым относятся к лучшим мировым достижениям, а разработанный широкий ассортимент направлен на удовлетворение различных покупательских предпочтений. Однако в настоящее время виноделие Республики Крым находится в кризисном состоянии. Винзаводы не имеют условий для полноценного развития производства столовых и марочных вин.

Цель и задачи исследований. Целью данного исследования является определение основных направлений эффективного развития предприятий винодельческой промышленности. Задачей является установление состояния и тенденций развития винодельческих предприятий

Результаты исследований, их краткий анализ. Конкурентоспособность и качественные показатели продукции виноделия непосредственно зависят от почвенно-

климатических условий местности возделывания винограда, его сортов и применяемых технологий. Поэтому, в качестве первоочередной задачи выступает необходимость на основе тщательного изучения почвенно-климатических условий, разработки и совершенствования научно обоснованных проектов специализации, райнирования и микрорайнирования культуры в регионе промышленного виноградарства Республики Крым.

Мониторинг состояния отрасли в целом и отдельных производителей винодельческой продукции позволил выявить проблемы, которые свойственны развитию данной сферы экономики. Обобщение результатов позволило установить ряд негативных тенденций:

- несоответствие производственных мощностей предприятий объему потребительского спроса, что приводит к значительным простоям и росту издержек;
- повышенный износ и моральное устаревание оборудования на многих предприятиях также вызывает увеличение затрат и цен на готовую продукцию;
- сильная конкуренция на рынке виноделия;
- повышение требований к качеству, товарному виду и ассортименту продукции винодельческих предприятий вызывает необходимость разработки и внедрения новых ее видов, а также совершенствование потребительских характеристик по всем видам продукции и т.д.

Комплекс вышеприведенных факторов тесно взаимосвязан и выступает в качестве, как причины, так и следствия низких темпов экономического развития винодельческих предприятий.

В современных условиях среди главных задач, стоящих перед винодельческими предприятиями можно, прежде всего, выделить необходимость концентрации усилий на удовлетворении общественных потребностей в продукции высокого качества и большого ассортимента. Для их решения необходимо:

- разработать и освоить принципиально новые технологии и рецептуры, отвечающие требованиям ресурсосбережения и экологической безопасности;
- расширить ассортимент продукции, повысить качество винодельческой продукции;
- совершенствовать технологии в области сохранности продукции с целью достижения соответствия физико-химических и органолептических характеристик нормативным показателям. Этому способствуют: усиление контроля технологических процессов; повышение герметичности упаковки;
- освоить новые виды упаковки, включая использование (наряду с традиционной) тары разных форматов, в том числе малой емкости (0,33 и 0,25 мл), а также различных типов упаковки (включая тетра-пак), рассчитанных на потребности различных групп и индивидов;
- оптимизация процессов хранения и транспортировки продукции до потребителей;
- использовать современные методы и средства контроля всех этапов технологического процесса. Важными позициями в обеспечении качества готовой продукции являются диагностика и контроль: анализ качества поступающего сырья, соблюдение режимов, рецептуры других технологических параметров;
- внедрить средства и методы бракеража и контроля качества продукта, обеспечивающие недопущение брака и недоброкачественной продукции в торговую сеть. Бракераж и контроль готовой продукции проводятся на основании ГОСТов, ОСТов и технических условий (ТУ);
- выявлять брак, который может быть в процессе изготовления продукции, ее хранения и транспортировки. Так, мониторинг и диагностика, позволяют своевременно выявить отклонения, сделать вывод о правильности ведения технологического процесса и внести соответствующие коррективы;
- повысить эффективность использования ресурсов, в том числе за счет внедрения

ресурсосберегающих технологий, обеспечивающих глубокую и комплексную переработку винодельческого сырья, а также максимальный выход продукции на единицу сырьевых ресурсов. Основой достижения позитивных результатов поданным позициям могут служить технологические возможности глубокого охлаждения, вакуумных методов, мембранной и экструзивной техники и др.;

-внедрить новейшую технику, автоматизированные поточные линии, оснащенные электронными устройствами на стадиях дозирования, диагностики и контроля, а также системы компьютерного управления винодельческим комплексом и отдельными участками, что позволит повысить производительность труда, снизить материалоемкость и энергоемкость продукции, осуществить комплексную механизацию погрузочно-разгрузочных работ, внедрить автоматы–укладчики продукции в ящики, контейнеры и т.д.

Выводы. Рассмотренные выше комплекс задач, нацеленных на совершенствование деятельности винодельческих предприятий и учитывающих специфику отрасли, могут рассматриваться в качестве базы при выборе приоритетных направлений их развития. Также к числу перспективных методов развития можно отнести разработку технологий производства инновационных продуктов с использованием новых видов сырья и компонентов.

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «БУХГАЛТЕРСКОЕ ДЕЛО»

Пилатова Т.Н.,

старший преподаватель кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ

Введение. В настоящее время проблема организация бухгалтерского учета в организациях всех форм собственности Российской Федерации является важнейшим условием существования любого бизнеса. Так как именно она предоставляет соответствующим пользователям информацию о доходах, расходах и финансовых результатах, движении денежных средств, что способствует принятию различных решений на ее основе. От правильной организации получения такой информации зависит эффективность функционирования организации. Закон Российской Федерации «О бухгалтерском учете» требует непрерывного ведения бухгалтерского учета от момента организации бизнеса до его прекращения. Поэтому перед организациями всегда стояла и стоит проблема правильного выбора и организации такого учетного процесса, который бы удовлетворял одновременно всех пользователей в информации и способствовал стимулированию и развитию бизнеса.

В экономической учебной литературе российскими учетными, такими как Ю.И. Сигидов, А.И. Трубилин, М.И. Рыбьянцева, Г.Н. Ясменко, Г.А. Ерина, Е.Н. Усеинова, Н.Н. Поташкова, Ю.С. Холопова и другие рассматриваются вопросы бухгалтерского дела, как представление формирования учета на современном этапе. В своих трудах они рассматривают бухгалтерское дело не в контексте организации учетного процесса, а как ведение учета, формирование учетной политики, контроля, аудита, анализа, что в конечном итоге, по их мнению, базируется на правильной организации получения итоговой учетной информации.

Целью исследований является критический анализ и предложения по совершенствованию методики преподавания дисциплины «Бухгалтерское дело» для студентов профиля «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» образовательного уровня бакалавриат. Методика исследований базируется на анализе учебных программ дисциплин

«Бухгалтерское дело» и «Организация учета» (в Украине).

Результаты исследований. Основой учетного процесса является документально оформленный факт хозяйственной жизни. В силу этого на микроуровне можно считать предметом организации бухгалтерского учета именно хозяйственную операцию, однако понимая организацию учета, как упорядочение всех элементов учетной системы, то, безусловно предмет этой науки следует рассматривать шире - через спектр всех составляющих.

Таким образом, не бухгалтерское дело, а организацию бухгалтерского учета можно познать через ее объекты. Под организацией понимают предмет (явление, процесс), на который направлена организационная деятельность. В организации учета необходимо выделять четыре основных объекта, характеристика которых дает возможность подробно рассматривать предмет организации бухгалтерского учета, как самостоятельную дисциплину.

Самым важным, отдельным объектом организации учета должен являться учетный процесс. По аналогии с производственным процессом, где путем сочетания труда и различных материалов получают готовую продукцию, можно рассматривать учетный как производственно - технологический процесс, где из входной первичной информации в результате обработки получают итоговую учетную информацию на соответствующих носителях, то есть в стандартизированной отчетности. Или относительно учетного процесса – это процесс сбора, обработки, и передачи информации заинтересованным пользователям.

Вторым объектом должен рассматриваться труд исполнителей, которыми являются работники бухгалтерского учета. Здесь основной вопрос в плане организации, является распределение функций между ними и порядок последовательности учетных работ, организация рабочих мест, охрана труда и техника безопасности, а так же оптимизация численности работающих бухгалтеров.

Третьим объектом должен рассматриваться объект организации учета – обеспечение учетного процесса, где осуществляется четкая регламентация и закрепление прав и обязанностей исполнителей по ведению учетного процесса и техническое обеспечение.

Четвертым объектом организации учета должно быть представлено перспективное развитие организации бухгалтерского учета, как неотъемлемое условие требования времени, прогрессивные изменения в рыночных отношениях в государстве, что способствует совершенствованию и обновлению учетных моделей, а следовательно и организации учета.

Выводы. Таким образом, составными исследуемой дисциплины «Бухгалтерское дело» должны быть:

1) предмет – изучение и состояние экономических, организационных, технологических и информационных характеристик систем хозяйственной – учетной деятельности организации;

2) метод учета – система способов и конкретных приемов процесса получения, изучения и оценки финансовой информации об организации учета на основе норм, установленных законодательством и положений бухгалтерского учета Российской Федерации.

Следовательно, метод организации бухгалтерского учета есть совокупность методических и технологических приемов, которые обеспечивают их рациональное функционирование в системе управления. Причем, метод организации бухгалтерского учета реализуется через такие приемы, как моделирование, проектирование, графический метод, анкетирование, наблюдение, прием экспертных оценок и другие.

Поэтому не бухгалтерское дело, а именно организация бухгалтерского учета должна изучаться в высшей школе при подготовке бакалавров по профилю «Бухгалтерский учет, анализ и аудит».

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО УЧЕТУ И АУДИТУ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Пожарицкая И.М.

к.э.н., доцент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ

Введение. Наука о бухгалтерском учете и аудите имеет прикладной характер и базируется, прежде всего, на существующей законодательной базе государства и изучении практического опыта и результатов научных исследований соседних стран. К сожалению, изучение нормативно-законодательной базы Российской Федерации в области бухгалтерского учета, аудита и контроля показало, что бухгалтера и аудиторы Республики Крым обладают большими знаниями в своей профессиональной области, чем их российские коллеги. Это не могло не сказаться на продолжении или видоизменении научных исследований в данной области.

Цель данной публикации состоит в выявлении состояния и перспектив научных исследований по учету и аудиту в Республике Крым. Задачи исследования можно разделить на: анализ состояния научных исследований по учету и аудиту в Автономной республике Крым; выявление проблем переходного периода в системе, прежде всего, бухгалтерского учета Республики Крым, и, формулирование перспективных направлений научных исследований по учету и аудиту.

Методика исследований базируется на анализе отчетов по НИР ведущих кафедр по учету и аудиту крымских вузов, а также статистической информации.

Результаты исследований. Как свидетельствует Крымстат, научные и научно-технические работы в 2014 году на территории Республики Крым выполняли 32 организации, что на 5,9% меньше чем в 2013 году. Общая численность работников научной сферы по сравнению с соответствующим предыдущим периодом сократилась на 4,5%. Из общего количества исполнителей ННТР научную степень доктора наук имели 76 специалиста, кандидата наук -255 специалистов. При этом на долю отрасли естественных наук приходилось 75% объема научных исследований, 14,3% - на технические науки, и только 1,3% составила доля общественных наук. Таким образом, можно констатировать достаточно небольшую долю научных исследований, осуществляемых на хозрасчетных началах экономическими науками, в том числе по учету и аудиту.

Профессорско-преподавательским коллективом кафедры учета и аудита Академии строительства и архитектуры (Национальной академии природоохранного и курортного строительства) с 2013 по 2014 годы выполнялась научно-исследовательская работа по научной теме «Учет, анализ и аудит в системе управления предпринимательской деятельностью: методология и организация» (гос. рег. номер 0112U008400). За этот период было опубликовано 4 монографии, в том числе 1 авторская, 4 учебных пособий, в том числе 1 с грифом МОНУ, 21 статья в специализированных профессиональных изданиях, в том числе 3 в зарубежных изданиях, 30 тезисов в материалах всеукраинских и международных конференций, 28 публикаций результатов НИР студентов. Два аспиранта кафедры защитили диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук и два других сотрудника получили ученую степень доцента по специальности «Бухгалтерский учет, статистика» Российской Федерации.

С переходом Республики Крым в состав Российской Федерации тема научной работы кафедры была изменена на «Учетно-аналитическое и контрольное обеспечение инновационного и устойчивого развития экономических субъектов Крымского Федерального округа». К сожалению, в связи с реформированием системы крымских вузов, данная научная тема регистрацию еще не прошла. Но научные исследования кафедры продолжаются и, прежде всего, по магистерской программе «Бухгалтерский учет, анализ и аудит видов деятельности». Разнообразие непроизводственной сферы деятельности, в частности

торговли, гостиничного хозяйства, сферы услуг, санаторно-курортного и туристского бизнеса дают большое количество объектов исследования и расширение поля предметов научных изысканий.

Крымские организации и учреждения, вливаясь в российское законодательно-правовое поле деятельности, в полной мере ощутили проблемы переходного периода в сфере учета, налогообложения и контроля.

Первая группа проблем адаптации крымского и российского бизнеса связана с отставанием российской нормативно-правовой базы от существующей украинской, в которой работали крымчане. И связано это, прежде всего, с переходом на международные стандарты учета, аудита и отчетности. Большинство научных исследований, выполняемых крымскими учеными, поэтому теперь находятся в застое.

Вторая группа проблем связана с большим количеством документооборота в РФ, который не всегда рационален. В сфере научных исследований это является больше положительным моментом, так как способствует совершенствованию первичных бухгалтерских документов, учетных регистров и другой документации.

Третья группа проблем касается системы государственного контроля и независимого аудита. Здесь, отставание российского законодательства от международных стандартов аудита создает, с одной стороны перспективы для крымских ученых, а с другой – непредсказуемую судьбу в условиях зарубежных санкций. Вопросы государственного аудита и контроля являются методологически не разработанными для Республики Крым и требуют научной адаптации.

Вопросы автоматизации учета и аудита, применения современных компьютерных технологий на территории Крымского федерального округа связаны, в первую очередь, с внедрением системы электронной отчетности во все государственные органы, а также практически сплошного внедрения программных продуктов «1С Бухгалтерия версия 8.3» (и в бюджетных организациях, и в коммерческих структурах). Доработка программных продуктов и адаптация их к крымским реалиям требует не только практических навыков и подготовленных специалистов, но и научного подхода к системе управления информационными технологиями в области учета, анализа и аудита.

Выводы. Таким образом, переходный период вхождения Крыма в состав РФ позволил установить состояние и ряд проблемных вопросов научных исследований в сфере учета, анализа и аудита. По результатам исследований можно констатировать отставание тактики, так и теории по учетно-аудиторской проблематике россиян от крымчан.

Перспективными научными исследованиями по учету и аудиту в Республике Крым являются проблемы государственного аудита, экономической безопасности, учетно-аналитического обеспечения инновационного развития экономических субъектов Крымского федерального округа.

По-нашему мнению, необходимо переобучение всех бухгалтерских кадров полуострова, как минимум, в рамках магистерских программ Российской Федерации соответствующей направленности. Причем, именно научно-исследовательская составляющая учебной подготовки магистрантов-практиков должна дать импульс к дальнейшему совершенствованию бухгалтерской науки и решению актуальных проблем практики. Также актуальным является внедрение системы дополнительного профессионального образования по перспективным направлениям профессиональной деятельности специалистов в области учета, налогообложения, экономической безопасности.

Рассмотрение проблемных вопросов научных направлений по анализу и статистике требуют отдельного изучения и будут освещены в дальнейших публикациях.

СРАВНЕНИЕ РОССИЙСКИХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ В ОБЛАСТИ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ

Пожарицкая О.С.,

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Егорченко Т.И.

Введение. Вопросы применения учетной политики субъектов предпринимательской в РФ не новы. Еще в 1994 году было принято первое положение бухгалтерского учета по учетной политике (в 1998 году была принята вторая редакция ПБУ 1). Сейчас субъекты хозяйствования руководствуются ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации», которое максимально приближено к международным стандартам учета и отчетности. Однако, субъекты предпринимательской деятельности Республики Крым, переходя на российские стандарты учета и отчетности, столкнулись с тем, что ряд положений российской учетной политики отличаются не только от украинских, но и международных требований.

Цель и задачи исследований состоят в проведении сравнения российских и международных стандартов учета и отчетности в области учетной политики для установления сходства и различий. Методика исследования базируется на анализе нормативной базы согласно МСФО 8 «Учетная политика, изменение в учетных оценках и ошибки» и положений бухгалтерского учета ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации».

Результаты исследования. Сравнение отдельных положений вышеуказанных стандартов по учетной политике проведено в табличной форме по основным критериальным составным: основные понятия и определения; подходы к формированию учетной политики; внесение изменений в учетную политику; раскрытие информации в финансовой отчетности об учетной политике. Обобщим основные выводы по сравнительной характеристике статей международных стандартов и российских положений в области учетной политики (МСФО и ПБУ).

1. Определение учетной политики, представленное в МСФО (совпадает с украинскими стандартами) отличается от ПБУ тем, что в международном стандарте ориентация идет на подготовку финансовой отчетности, а по российским требованиям назначение учетной политики относится к ведению бухгалтерского учета.

В ПБУ 21/2008 «Изменения оценочных значений» введено понятие по изменению оценочных значений, которое присутствует в МСФО 8, но ранее в российских стандартах не использовалось.

Понятие «существенность» в международных стандартах определен как самостоятельный критерий, а в российских ПБУ существенность определяется применительно к раскрытию способов ведения учета.

Такие понятия как «ошибки предшествующего периода», «перспективное применение», «ретроспективное применение», «ретроспективный пересчет» были введены в российскую практику в ПБУ 1/2008 и почти полностью соответствуют МСФО.

2. При анализе подходов к формированию учетной политики установлено, что в ПБУ 1 требование полноты информации, своевременности отражения информации и принципа приоритета содержания над формой полностью соответствует международным принципам.

Допущение имущественной обособленности субъектов хозяйствования в МСФО реализовано не через право собственности, а через понятие контроля над активами и ответственности по обязательствам. По принципу допущения непрерывности и последовательности применения учетной политики, а также временной определенности фактов хозяйственной деятельности отличий не имеется.

Отсутствие в МСФО определения требований непротиворечивости и рациональности объясняется тем, что Международные стандарты в большей степени ориентированы на подготовку финансовой отчетности, чем на ведение бухгалтерского учета.

В МСФО отсутствуют организационные аспекты учетной политики в отличие от ПБУ, такие как рабочий план счетов, формы первичных учетных документов, порядок проведения инвентаризации, правила документооборота и технологии обработки учетной информации и другие решения, необходимые для организации бухгалтерского учета.

3. Относительно внесения изменений в учетную политику требования ПБУ к изменению учетной политики, по сути, повторяют перечисленные в МСФО основания, однако с одним добавлением: в соответствии с п. 16 ПБУ 1/2008 изменение учетной политики допустимо при существенном изменении условий хозяйствования.

Относительно раскрытия информации в финансовой отчетности на уровне общих положений различий в стандартах нет. Однако, в российских положениях в отличие от международных стандартов раскрытие в отчетности информации о корректировке существенных ошибок не предусмотрено. Ошибки, относящиеся к предшествующим отчетным периодам, ретроспективно не корректируются.

4. Относительно финансовой (бухгалтерской) отчетности требования МСФО более гибкие и менее регламентированные. При этом ПБУ предоставляют возможность раскрывать в составе форм отчетности информацию в зависимости от вида деятельности и других организационно-правовых особенностей, что в международных стандартах не предусмотрено (например, для субъектов малого предпринимательства предусмотрен сокращенный состав годовой бухгалтерской отчетности).

В российских стандартах учета, в отличие от МСФО отсутствует определение активов, обязательств и собственного капитала, что является составными частями бухгалтерского баланса. И хотя сама форма российского баланса приблизилась к международному аналогу, но аналитичность и информативность показателей баланса значительно снизилась. Отчет о прибылях и убытках российских организаций вообще достаточно краток, хотя международный аналог предусматривает раскрытие информации о расходах по назначению или экономическому содержанию. В отличие от ПСБУ, МСФО предоставляет возможность организациям выбрать метод представления денежных потоков (прямой или косвенный) в отчете о движении денежных средств.

5. Методологический уровень учетной политики, а именно: выбор методов оценки активов и обязательств, выбор метода начисления амортизации внеоборотных активов или выбытия запасов в российских ПБУ еще сильно отличаются от МСФО. Основная проблема связана с запаздыванием внедрения вновь переведенных российских аналогов международных стандартов (или их половинчатость).

Выводы. Таким образом, проведенный анализ международных и российских стандартов по учетной политике позволил выявить сходства и различия. Следует отметить, что российская редакция ПБУ 1 2008 года учитывает все недостатки редакции 1998 года и максимально приближена к МСФО 8. При этом методологический аспект применения учетной политики в российских организациях еще далек от международных стандартов учета. Хотя структура и состав бухгалтерской (финансовой) отчетности российских организаций приблизился к международным требованиям. При этом аналитичность (возможность использовать для нужд анализа) показателей форм отчетности значительно сократилась.

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Полищук В.В.

студент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления
научный руководитель: к.э.н., доцент Ежакова Н.В.

Введение. При современном уровне развития рынка различные коммерческие организации не в состоянии обеспечить свое преимущество только за счет материальных и финансовых ресурсов. Решение данной проблемы зависит от эффективности использования ресурсов нематериального характера.

Вовлечение нематериальных активов в производственную деятельность способствует инвестиционной привлекательности, а также повышению конкурентных преимуществ предприятия.

Операции с нематериальными активами немногочисленны, во многих случаях они не получают полного и достоверного отображения, что приводит к искажению в бухгалтерской отчетности нематериальных активов организаций. Это определяет особую значимость исследования и свидетельствует об актуальности данной темы.

Многие элементы, связанные с учетом нематериальных активов недостаточно законодательно урегулированы, в связи с чем, в бухгалтерском учете возникает много вопросов.

Также имеются расхождения в международной и отечественной практике бухгалтерского учета относительно признания объектов нематериальных активов, их идентификации и оценки.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является изучение проблемных вопросов в учете нематериальных активов для решения учетно-аналитических задач организаций, в составе которых есть существенная доля нематериальных активов.

Задачами исследования являются:

- обоснование правовых особенностей нематериальных активов как объекта исследования;
- совершенствования учета операций с нематериальными активами.

Результаты и методика исследования. Согласно ПБУ 14/2007 к нематериальным активам относят: произведения науки, литературы и искусства; программы для электронно-вычислительных машин; изобретения; полезные модели; селекционные достижения; секреты производства (ноу-хау); товарные знаки и знаки обслуживания, а также в их составе учитывают деловую репутацию, возникшую в связи с приобретением предприятия как имущественного комплекса.

Для оформления операций с нематериальными активами организации необходимы первичные учетные документы. Но утвержденной формы - Карточки учета нематериальных активов (НМА-1) недостаточно, поэтому организация вправе формировать документы в произвольной форме, согласно принятого на предприятии документооборота, но учитывая требования Закона о бухгалтерском учете.

Кроме того, у организации должны быть документы, которые подтверждают факт владения исключительными авторскими правами на нематериальные активы.

Амортизация нематериальных активов согласно ПБУ может начисляться следующими способами:

- линейным;
- уменьшаемого остатка;
- списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Налоговым Кодексом РФ предусмотрены только 2 способа: линейный и нелинейный.

При этом очень важно установить срок полезного использования нематериальных активов. В соответствии с ПБУ 14/07 срок полезного использования может устанавливать сама организация либо же, если она не установила этот срок, то амортизация на

нематериальный актив с неопределенным сроком полезного использования не начисляется. Организация должна ежегодно принимать во внимание факторы, которые свидетельствуют о невозможности надежно отразить срок полезного использования нематериального актива. При прекращении действия указанных факторов организация обязана определить срок полезного использования и способ амортизации нематериального актива.

Срок полезного использования объекта нематериальных активов согласно Налогового Кодекса Российской Федерации определяется исходя из срока полезного использования объекта нематериальных активов, т.е. срока действия патента, свидетельства и (или) из других ограничений сроков использования объектов интеллектуальной собственности в соответствии с законодательством Российской Федерации или применимым законодательством иностранного государства, а также исходя из полезного срока использования нематериальных активов, обусловленного соответствующими договорами.

По нематериальным активам, по которым невозможно определить срок полезного использования объекта нематериальных активов, нормы амортизации устанавливаются в расчете на срок полезного использования, равный 10 годам (но не более срока деятельности налогоплательщика). Таким образом, расчет амортизации нематериальных активов в целях налогообложения будет производиться исходя из этого срока, что неизбежно обернется значительными отличиями между суммами «бухгалтерской» и «налоговой» амортизации.

Такая практика является весьма некорректной, поэтому было бы более целесообразно обеспечить единую систему учета нематериальных активов не только исходя из максимально полезного срока их полезного использования, но и создать единый классификатор амортизационных групп нематериальных активов с конкретными показателями, в которых будут указываться требования либо перечень активов, которые входят в эти группы.

Выводы.

1. Учет принадлежащих предприятию прав на результаты научно-технической деятельности в составе нематериальных активов может существенно повысить общую рыночную стоимость предприятия.

2. В ходе исследования было выявлено отсутствие единства в учете нематериальных активов согласно ПБУ и Налогового Кодекса РФ.

3. Предложение заключается в создании базы, в которой будет единая классификация с конкретной характеристикой нематериальных активов с четкими указаниями отнесения их к той или иной группе амортизации.

ОСОБЕННОСТИ УЧЁТА НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ В БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Поляшова И.А

студентка кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н. доцент Гроздева Е.А.

В данной работе рассматриваются особенности учёта налога на добавленную стоимость (НДС) в бюджетных учреждениях Российской Федерации.

Целью работы является рассмотрение ряда вопросов, связанных с порядком исчисления, уплаты и учета расчётов по суммам НДС в бюджетных учреждениях Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы налога на добавленную стоимость в бюджетных учреждениях Российской Федерации, обосновать сущность налога
- выяснить порядок расчёта, вычета, уплаты и учета НДС

Налог на добавленную стоимость всегда интересовал его плательщиков. Это связано с тем, что он один из самых проблемных и распространённых. Налог на добавленную стоимость – это косвенный налог; форма изъятия в бюджет определённой части стоимости (добавленной), которая создаётся на каждом этапе производственно - коммерческого цикла. Добавленная стоимость же определяется путём нахождения разницы между стоимостью реализованных товаров, выполненных работ, оказанных услуг и общей суммы затрат на её производство (выполнение, оказание).

Для учета расчетов по суммам НДС, предъявленным поставщиками (подрядчиками) за предоставленные нефинансовые активы, выполненные работы, оказанные услуги, и по суммам налога с полученных предварительных оплат в счет будущих поставок нефинансовых активов (выполненных работ, оказанных услуг) в плане счетов бюджетного учета предназначен счет 021001000 "Расчеты по НДС по приобретенным материальным ценностям, работам, услугам" (п. 175 Инструкции № 148н).

Суммы НДС включаются в первоначальную стоимость нефинансовых активов, работ, услуг, если они были приобретены, оказаны, выполнены за счет бюджетного финансирования или получены в рамках бюджетной деятельности.

Суммы НДС подлежат возмещению и не включаются в первоначальную стоимость нефинансовых активов, работ, услуг, а, в дальнейшем, эти суммы принимаются к вычету, если их приобретение, оказание, выполнение происходило в рамках приносящей доход деятельности, облагаемой НДС. Применение налогового вычета означает уменьшение суммы налога, начисленной учреждением к уплате в бюджет, на суммы налоговых вычетов (п. 1 ст. 171 НК РФ).

Как показывает практика, бюджетным учреждениям сложнее вести учёт расчётов по суммам НДС, чем коммерческим организациям. Причиной послужил тот факт, что бюджетное учреждение не ставит перед собой цель получить прибыль, так как его «миссия» предоставить обществу социальные услуги, например, школы, дошкольные учебные образовательные учреждения, дома культуры, искусства и т.д. Такие учреждения финансируются за счёт местного и/или федерального бюджета. Отсюда возникает вопрос: зачем учреждения будут платить денежные средства в бюджет, если их некоммерческая деятельность осуществляется за счёт этих же денежных средств? Так же ряд вопросов возникает в связи с тем, что в законодательной базе не сказано о таких случаях как освобождение от уплаты НДС бюджетных учреждений, если выручка за последние три месяца не превысила 1 млн.руб. В связи с этим появляется следующий вопрос: как правильно определить размер выручки, так как непонятно, стоит ли учитывать только данные о внебюджетной деятельности или же учитывать стоимость товаров, работ, услуг, которые были произведены в рамках бюджетной, то есть основной деятельности? В данном

случае бюджетные учреждения приравнивают к коммерческим организациям, а, значит, имеют право заниматься такими же видами деятельности и могут быть освобождены от уплаты налога на добавленную стоимость. Но, опираясь на статьи 83, 84 Налогового Кодекса Российской Федерации, можно с уверенностью сказать, что бюджетные учреждения должны обязательно стать на учёт в налоговом органе по месту своего нахождения, даже если они не ведут предпринимательскую деятельность.

Итак, для того чтобы рассчитать сумму НДС необходимо выяснить, какова налоговая база. Для этого в учётной политике учреждения указывается метод определения налоговой базы: по отгрузке (по мере предъявления покупателю расчетных документов – день отгрузки, передачи товаров, работ, услуг) или по оплате (по мере поступления денежных средств – день оплаты отгруженных товаров). После того как мы определили налоговую базу, рассчитываем сумму НДС исходя из ставок:

НДС 18% (п.3 ст.164 НК РФ) применяется:

-при реализации товаров, для которых не предусмотрено налогообложение по нулевой, 10-процентной и расчетным (10/110 и 18/118) ставкам;

-при реализации работ и услуг;

-при передаче товаров (выполнении работ, оказании услуг) для собственных нужд, расходы на которые не учитываются при исчислении налога на прибыль (кроме передачи товаров, облагаемых НДС по ставке 10 %);

-при выполнении строительно-монтажных работ для собственных нужд;

-при импорте товаров, реализация которых не облагается по ставке 10 %

НДС 10% (п.2 ст.164 НК РФ) применяется при реализации продовольственных товаров (по списку); товаров для детей (по списку); периодических печатных изданий; книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой; медицинских товаров.

НДС 0% (п.1 ст.164 НК РФ) применяется при экспорте и реализации товаров (работ, услуг): по международной перевозке товаров, в области космической деятельности, драгоценных металлов, построенных судов, транспортных услуг.

Далее отражаем сумму НДС в журнале хозяйственных операций следующими проводками:

Дебет счета 2 210 01 560 "Увеличение дебиторской задолженности по НДС по приобретенным материальным ценностям, работам, услугам"

Кредит счетов 2 208 00 000 "Расчеты с подотчетными лицами", 2 302 00 000 "Расчеты по принятым обязательствам" (по соответствующим счетам аналитического учета).

Списание сумм НДС, принятых учреждением в качестве налогового вычета в порядке, предусмотренном налоговым законодательством, отражается проводкой:

Дебет счета 2 303 04 830 "Уменьшение кредиторской задолженности по налогу на добавленную стоимость"

Кредит счета 2 210 01 660 "Уменьшение дебиторской задолженности по НДС по приобретенным материальным ценностям, работам, услугам".

Рассчитав сумму НДС необходимо заполнить Декларацию по НДС, которая предоставляется в электронном виде в налоговый орган ежеквартально.

Налоговое законодательство не содержит положений об освобождении бюджетных организаций от уплаты НДС, оно освобождает от обложения данным налогом только отдельные товары и операции, а также предусматривает определенные условия освобождения от исполнения обязанностей налогоплательщика. Знание основ обложения НДС, в частности вопросов его возмещения, залог правильного отражения операций в бюджетном учете.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ КАК СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Салтыкова А.О.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Егорченко Т.И.

Введение. Внешнеэкономическая деятельность – суммарное объединение производственных, коммерческих, хозяйственных, инновационных, а также валютных функций организации, направленных на мировой рынок и сориентированных в выборе внешнеэкономического курса деятельности в зарубежных странах. Конкурентоспособность государства на внешнем рынке зависит от ряда задач и факторов. Она приводит к необходимости реформирования промышленности, ее модернизации на новой технологической и управленческой основе с учетом общемировых тенденций экономического развития и особенностей развития мировых рынков в условиях глобализации.

Анализируя политическую и экономическую жизнь России можно выделить тенденцию к введению реформ, направленных на повышение конкурентоспособности на мировом рынке. Стремление к улучшению условий для ведения бизнеса, приближение соотношения между зарплатой и производительностью к среднемировому уровню. Это подтвердило внедрение ряда программ и отраслевых стратегических документов, таких как Государственная программа Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 596 "О долгосрочной государственной экономической политике". Указанные документы направлены на интеграцию усилий государства в сфере развития промышленного потенциала, создание системных долгосрочных стимулов для повышения конкурентоспособности российских промышленных компаний на внутреннем и мировом рынке.

Целью данного исследования является оценка состояния внешнеэкономической деятельности Республики Крым, а также возможность дальнейшего развития и интеграции Республики Крым на международный уровень.

Рассматривая Крым как отдельного участника ВЭД, мы основываемся на деятельности крымских организаций, обществ, фирм и прочих субъектов предпринимательской деятельности, которые самостоятельно участвуют в выборе иностранного контрагента, в выборе экспорта или импорта определенного вида продукции и товаров, валютных операций, в согласовании условий контракта и согласования цены, способа и сроков поставки.

Однако, при рассмотрении Крыма как региона-экспортера следует выделить такой неблагоприятный фактор как введение США и ЕС санкций в отношении России и Крыма в частности, которые затрагивают не только имущество и собственность отдельных лиц, но и запрет на экспорт и импорт товаров, услуг в отношении Крыма, а также запрет на привлечение каких-либо инвестиций.

Напомним, 18 декабря 2014 года президент США Барак Обама подписал законопроект "Акт в поддержку Украины", позволяющий ему вводить новые санкции против России. В ряде требований значатся запрет на экспорт товаров, технологий или услуг в Крым, импорт товаров, технологий или услуг из Крыма, а также новые инвестиции в Крым. Также на территории Крыма согласно законопроекту должны прекратить работу целый ряд основанных в США компаний электронных услуг: сети обслуживания банковских карт «Visa» и «MasterCard», платные услуги интернетной компании «Google».

Со стороны ЕС выдвинуты следующие требования: запрет на приобретение или расширение ранее приобретенных объектов недвижимости, предоставление кредитов или

займов для организаций, действующих в Крыму, приобретение и создание новых предприятий, совместно с местными организациями, предоставление инвестиционных услуг для расширения недвижимости или предприятий. Запрещается продавать физическим и юрлицам в Крыму и Севастополе ряд товаров и технологий, которые могут применяться на транспорте, в телекоммуникациях, энергетике, для разработки и добычи нефти, газа и минеральных ресурсов. Европейские и базирующие в ЕС компании не смогут больше покупать недвижимость или организации в Крыму, финансировать крымские компании или предоставлять соответствующие услуги.

По результатам исследования, полученным на основании данных Крымской таможни, без учета стран Таможенного союза - Беларуси и Казахстана, объём экспорта товаров Республики Крым в апреле-декабре 2014г. составил 147,9 млн. долларов США, импорта – 84,2 млн. долларов. Положительное сальдо внешней торговли сложилось в сумме 63,7 млн. долларов. Наибольшие экспортные поставки товаров осуществлялись в Турцию - 18,3% общего объёма экспорта Республики Крым, Швейцарию - 17,8%, Панаму - 12,5%, Саудовскую Аравию - 9,8%, Бельгию - 8,0% и Ливию - 6,2%. Наибольшие объёмы импортных товаров поступали из Румынии - 45,1% общего объёма импорта Республики Крым, Италии - 12,6%, Германии - 8,5%, Турции - 6,7%, Китая - 4,7% и Финляндии - 4,0%.

Исходя из данных пресс-службы Крымстата, в товарной структуре экспорта наибольший удельный вес занимали минеральное топливо, нефть и продукты ее перегонки – 39,6% от общего объёма экспорта Крым, злаки составляли 25,8%, суда – 13,7%, продукты неорганической химии – 9,8%, черные металлы – 6,8%.

В общем объёме импорта товаров 52% приходилось на минеральное топливо, нефть и продукты ее перегонки, 24,1% – на котлы, оборудование и механические устройства, 3,7% – на электрические машины и оборудование, 2,6% – на мебель, 1,8% – на древесину и изделия из нее.

Необходимо отметить, что в товарной структуре экспорта преимущество остается за минеральным топливом и продуктами нефти. Предприятия данного вида отрасли изначально являются бюджетной составляющей как региона так и страны в целом.

Следует также отметить факт географически удобного расположения республики. Геополитически и геоэкономически республика удобно расположена на пересечении авиа, морских путей, соединяющих страны Черноморского бассейна, а также является центром пересечения дорог между странами Азии и Европы, что благоприятно влияет на внешнеторговое сотрудничество с соседними государствами. На данный период развития экономики Крыма, вопрос о развитии морских путей сообщения требует внедрения пилотных проектов, программ по реконструкции и интеграции Крыма как региона России на мировом уровне.

Для повышения конкурентоспособности Крыма на внешнем рынке, не следует забывать о необходимости кардинальных изменений в курортно-туристической сфере. Улучшение и инновации в инфраструктуре, реконструкция историко-культурных памятников, развитие рекреационного потенциала даст возможность республике выйти на более современный, конкурентоспособный и прогрессирующий уровень в области представления туристических услуг.

Выводы. Подводя итоги, в рамках сложившегося экономического периода, можно видеть неблагоприятную ситуацию. Внешнеэкономическая деятельность Республики Крым в общем зависит от ряда факторов извне. Реформированию подлежит вся банковская и финансовая система на территории республики. Необходимо урегулирование вопросов со стороны мировых общественных организаций, нахождение точек соприкосновения. В данной ситуации Крыму необходимо реализоваться как самостоятельному региону в составе Российской Федерации и наращивать свой внутренний положительный потенциал.

УЧЕТНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖКХ

Сейталиева С.Р.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Егорченко Т.И.

Введение. Как важнейшая отрасль жизнеобеспечения человека жилищно-коммунальное хозяйство требует выделения на свое содержание и развитие значительного объема финансовых ресурсов. Немаловажным моментом в правильной организации финансирования деятельности жилищно-коммунального хозяйства является классификация источников его финансирования. Классификация источников финансирования позволит организации грамотно вести бухгалтерский учет, чем обеспечит эффективное управление и учет всех средств, поступающих в управляющую организацию.

Целью исследования является изучение источников финансирования деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства. Основанием для этого является законодательная база Российской Федерации, определяющая возможные источники финансирования. Исследование позволит более обоснованно структурировать финансирование деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства.

Результаты исследований. Классификация источников финансирования деятельности управляющих организаций, определяет организационно-методические основы деятельности. Деятельность управляющих организаций регулируется Жилищным кодексом Российской Федерации. Согласно статье 39 данного кодекса собственники помещений несут бремя расходов на содержание общего имущества в многоквартирном доме, соответственно с них и производятся сборы.

Все финансовые средства поступают и концентрируются в управляющей компании. В настоящее время существует три главных источника финансирования жилищно-коммунальных хозяйств: платежи потребителей, бюджетные средства, а также привлечение заемных средств. Потребители, а именно собственники и наниматели помещений, осуществляют платежи в управляющую компанию, откуда средства направляются поставщикам и подрядчикам за выполненные ими работы и услуги. Бюджетные средства используются на капитальный ремонт многоквартирных домов, а также компенсируются на покрытие убытков управляющей организации в связи с тем, что многие категории граждан имеют льготы по оплате жилищно-коммунальных услуг. Заемные средства привлекают на осуществление необходимых мероприятий на возвратной основе.

Если рассматривать источники финансирования деятельности жилищно-коммунального хозяйства в целях организации бухгалтерского учета, то их необходимо классифицировать более детально:

1. Средства населения, поступающие в форме платежей за жилищно-коммунальные услуги.
2. Средства организаций – потребителей услуг как оплата за пользование услугами жилищно-коммунального хозяйства.
3. Ассигнования из местного бюджета – прямые дотации за разницу в тарифах, оплачиваемых населением, и покрытие субсидий и льгот, предоставляемых гражданам.
4. Средства от сдачи в аренду объектов жилищно-коммунального хозяйства.
5. Разовые внесения гражданами средств для финансирования конкретных мероприятий по ремонту жилых домов, объектов коммунального хозяйства и по благоустройству населенных пунктов, в том числе за счет банковских кредитов на эти цели.
6. Средства местного бюджета на развитие и реконструкцию объектов жилищно-коммунального хозяйства данного населенного пункта.
7. Средства бюджетов субъектов Российской Федерации, выделяемые на реализацию программ развития жилищно-коммунального хозяйства.
8. Средства федерального бюджета, выделяемые в качестве государственной поддержки

развития жилищно-коммунального хозяйства, обеспечения льгот по оплате строительства, обслуживания и ремонта жилья и других объектов жилищно-коммунального хозяйства, установленные на федеральном уровне.

9. Средства юридических лиц, в том числе финансово-строительных компаний, и граждан, выступающих инвесторами по строительству объектов жилищно-коммунального хозяйства.

10. Средства потребителей услуг в виде инвестиционной составляющей тарифа, обеспечивающей частичное покрытие затрат на реконструкцию и новое строительство объектов жилищно-коммунального хозяйства.

11. Заемные средства кредитных учреждений.

Таким образом, по нашему мнению, все источники финансирования деятельности управляющих организаций для целей бухгалтерского учета необходимо разделить на основные и дополнительные. К основным источникам финансирования необходимо отнести плату за жилищно-коммунальные услуги, а к дополнительным – бюджетные поступления, членские взносы, а также прочие поступления (благотворительные и другие взносы физических и (или) юридических лиц, заемные средства).

Предложенная учетная классификация источников финансирования деятельности управляющих организаций позволит организовать систему бухгалтерского учета, отвечающую требованиям законодательства. Согласно статье 154 Жилищного кодекса Российской Федерации структура платы за жилое помещение включает в себя: плату за пользование жилым помещением (плата за наем), плату за содержание и наем жилого помещения (плата за услуги и работы по управлению многоквартирным домом, содержанию и текущему ремонту общего имущества в многоквартирном доме), а также плату за коммунальные услуги.

Производственная структура жилищно-коммунального хозяйства включает в себя более 30 видов деятельности. В зависимости от степени благоустройства многоквартирного или жилого дома основными из них являются: теплоснабжение, электроснабжение, газоснабжение, водоснабжение, водоотведение, озеленение, ремонт, летняя и зимняя уборка улиц.

Выводы. Предложенная в работе учетная классификация источников финансирования деятельности жилищно-коммунальных хозяйств позволит организовать отдельный бухгалтерский учет всех финансовых средств, поступающих в управляющие организации. Согласно данной классификации можно построить такую систему бухгалтерского учета, которая будет отвечать основным задачам, стоящим перед жилищно-коммунальным хозяйством. Кроме того, будет играть важную роль в организации аналитического учета расчетов в управляющих организациях.

Таким образом, выделено несколько источников финансирования деятельности жилищно-коммунального хозяйства, которые объединены в три основные группы:

- платежи потребителей, состоящие из платежей населения и прочих пользователей жилищно-коммунальных услуг (бюджетных и коммерческих организаций);
- бюджетные средства, которые компенсируются в связи с низкими тарифами для населения и наличием льготных тарифов для некоторых категорий граждан и ряда организаций (дотации, субсидии);
- привлеченные заемные средства.

Дальнейшее развитие предложенной классификации источников финансирования деятельности управляющих организаций требует разработки классификации жилищно-коммунальных услуг, а также организацию расчетных отношений в сфере жилищно-коммунального хозяйства.

ОСОБЕННОСТИ СОСТАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ СОГЛАСНО ТРЕБОВАНИЯМ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ

Сейтасанова Н.М.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доцент Гроздева Е.А.

Введение. Переход экономики Российской Федерации к рыночным отношениям, появление в связи с этим новых форм хозяйственной деятельности, передача предприятий в коллективную и частную собственность обусловили необходимость перестройки системы бухгалтерского учета. Соответствующие изменения в методологии бухгалтерского учета потребовались в связи с появлением ценных бумаг, выходом на международный рынок и, как следствие, использованием иностранной валюты, образованием новых видов расчетов между организациями и т.д. Встал вопрос о том, что взять за основу при реорганизации бухгалтерского учета и было принято решение, что Международные стандарты финансовой отчетности как нельзя лучше подойдут для этого. Во-первых, они имеют международное признание, во-вторых – специально разработаны для стандартизации учета в разных странах, в-третьих, они призваны обобщить международный бухгалтерский опыт.

Целью данного исследования является определение особенностей составления бухгалтерской отчетности Российской Федерации согласно требованиям международных стандартов финансовой отчетности.

Задачи исследований: выявить различия между РСБУ и МСФО; определить методику и выделить особенности составления финансовой отчетности согласно требованиям МСФО;

Результаты исследований. В ходе реорганизации отечественной системы бухгалтерского учета возникла проблема ее приведения в соответствие с требованиями Международных стандартов финансовой отчетности, связанная с определенной спецификой и существенными различиями с системой бухгалтерского учета Российской Федерации.

Специфика системы бухгалтерского учета России заключается в том, что долгое время бухгалтерский учет существовал в условиях плановой экономики. Некоторые особенности плановой системы значительно снижают ценность информации, предоставляемой пользователям, а также препятствуют нормальному развитию экономики.

Различия состоят в том, что МСФО определяют концепцию составления только финансовой отчетности и не распространяются на формирование первичной документации и учетных регистров, записей. В российской практике бухгалтерская отчетность отличается от финансовой. Бухгалтерская отчетность содержит помимо финансовой также внутрихозяйственную информацию, действие МСФО не распространяется на такую отчетность. Также существуют существенные различия в порядке расчета показателей, включаемых в расчетные отчетные формы. Эти различия можно классифицировать следующим образом:

- 1) различия в понятийном аппарате, определяющие расхождения в принятии активов, обязательств, доходов и расходов в целях бухучета для формирования отчетности;
- 2) различия в подходах к оценке отдельных видов активов, обязательств, капитала, доходов и расходов (в том числе учет справедливой стоимости);
- 3) различия в подходах к денежному измерению активов, обязательств, капитала, доходов и расходов в России и в системе МСФО;
- 4) возможности использования аналитических методов (например, дисконтирования), которые необходимы для уточнения оценки активов, обязательств, собственного капитала, доходов и расходов.

Но, несмотря на различия, составление отчетности согласно требованиям МСФО позволит российским организациям быть достойными конкурентами в борьбе за иностранные инвестиции, а также приведет к повышению качества составления отчетности,

в результате ее прозрачности и сопоставимости, не только для отечественных, но и для иностранных пользователей.

Составление бухгалтерской отчетности согласно требованиям Международных стандартов финансовой отчетности проводится с использованием такого метода как трансформация. Трансформация – это анализ финансовой отчетности российских организаций и введение в нее последующих корректировок с целью приближения к финансовой отчетности согласно МСФО. Иными словами трансформация представляет собой перенесение учетных данных в другой бухгалтерский стандарт с необходимыми корректировками.

Методика трансформации включает в себя несколько этапов:

- на первом этапе проводится анализ счетов необходимых для составления отчетных форм (баланса, отчета о прибылях и убытках, отчета о движении денежных средств) а также оценивается состояние бухгалтерского учета организации и ее учетной политики;

- на втором этапе необходимо представить различия в отражении хозяйственных операций, с точки зрения их экономического содержания, путем составления оборотно-сальдовых ведомостей и подготовки рабочих документов (электронных таблиц);

- на третьем этапе проводятся корректировки экономического содержания каждого счета с целью доведения их до того уровня, который требуют МСФО. На этом же этапе составляются пробные балансы и отчеты, в которых экономическое содержание счетов скорректировано согласно новой системы, а план счетов остается российским;

- четвертый этап характеризуется реклассификацией отдельных хозяйственных операций, учтенных в соответствии с РСБУ, а также внесением необходимых трансформационных корректировок. Реклассификация – это перемещение данных из одной статьи отчетности в другую, зачастую без изменения суммы соответствующей статьи;

На заключительном этапе окончательно формируются финансовые отчеты. В них текущие активы включают денежные средства и их эквиваленты; долгосрочные активы - это основные средства, инвестиционная собственность, нематериальные активы, долгосрочные инвестиции, долгосрочная дебиторская задолженность; обязательства делятся на текущие и долгосрочные. Собственный капитал включает: уставный капитал; дополнительный неоплаченный капитал; нераспределенную прибыль.

Так, трансформация баланса проводится следующим образом: по данным оборотных ведомостей по счетам отечественного плана счетов составляется баланс на начало отчетного периода, далее проводятся корректирующие и реклассификационные записи, составляется пробный баланс по МСФО на начало периода. Аналогично продельваются операции и для баланса на конец периода. По данным двух пробных балансов и составляется окончательный баланс соответствующий требованиям МСФО.

Для подготовки отчёта о прибылях и убытках следует собрать и проанализировать информацию о доходах и расходах организации, переклассифицировать доходы и расходы в соответствии с МСФО, раскрыть показатель «Операционная прибыль» по элементам затрат. Кроме того, необходимо определить доходы и расходы по основным видам деятельности. Окончательный отчёт о прибылях и убытках делается после составления рабочих таблиц по формированию доходов и расходов, в которых подводятся итоги сумм корректирующих записей.

Выводы. «МСФО сегодня — это международный язык бизнеса. Чтобы получать выгоды от вовлеченности в мировую экономику, российский бизнес должен уметь говорить на этом языке. По словам И. Р. Сухарева, начальника отдела методологии бухгалтерского учета и отчетности Минфина России». Отчетность, составленная в соответствии с требованиями МСФО, содержит точную и достоверную информацию, отражающую положение компании на российском рынке.

Самым приемлемым методом перевода финансовой отчетности Российской Федерации в соответствие требованиям Международных стандартов финансовой отчетности является трансформация. Этот метод наиболее выгодный, так как требует невысоких финансовых и временных затрат.

СРАВНЕНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В УКРАИНЕ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сидорова О.А.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н. доцент Пожарицкая И.М.

Введение. Налог на доходы физических лиц (ранее подоходный налог) в той или иной форме взимался всегда. В России, как и в большинстве стран мира, подоходный налог служит одним из главных источников доходной части бюджета. Следует отметить, что налог на доходы физических лиц (НДФЛ) — основной вид прямых налогов.

Целью статьи является изучение действующей системы исчислений и уплаты НДФЛ, применение действующих налоговых вычетов в сравнении с Украиной.

Результаты исследования. Налогоплательщиками налога на доходы физических лиц согласно статье 207 НК РФ признаются физические лица, являющиеся налоговыми резидентами Российской Федерации, а также физические лица, получающие доходы от источников в Российской Федерации, не являющиеся налоговыми резидентами Российской Федерации. Исчисляется в процентах от совокупного дохода физических лиц за вычетом документально подтверждённых расходов, в соответствии с действующим законодательством в размере 13%.

В Украине ставка налога с доходов физических лиц составляет 15%, а налогообложение доходов, превышающих 10 минимальных заработной плат – 20% (до 2015 г действовало 17%).

Законодательством РФ предусмотрено льготное налогообложение заработной платы, то есть уменьшение НДФЛ. Это фиксированная сумма, которая уменьшает основную налоговую базу и эта льгота называется налоговый вычет. По общему правилу стандартные налоговые вычеты по НДФЛ предоставляют по итогам каждого месяца (п.1 ст.218 НК РФ). Стандартными налоговыми вычетами в размере 3000 руб. могут пользоваться: военнослужащие, инвалиды, ветераны, лица, принимающие участие в ликвидации аварии на Чернобыльской АЭС, и производственном объединении "Маяк" (подп.1 п.1 ст.218 НК РФ). Налоговыми вычетами в размере 500 руб. могут пользоваться Герои СССР, Герои РФ, участники ВОВ, узники концлагерей.

Правом пользоваться налоговым вычетом могут оба родителя, а так же опекуны и усыновители, дети которых не достигли 18 летнего возраста или 24-х летнего возраста при условии обучения на очной форме, что подтверждается справкой из учебного заведения. Размер стандартного вычета на первого и второго ребенка составляет 1400 руб., на третьего и последующих 3000 руб., а так же на ребенка - инвалида - 3000 руб.

В Украине имеет место не налоговый вычет, а налоговая социальная льгота (НСЛ). Согласно подпункту 169.4.1 Налогового кодекса Украины налоговая социальная льгота в 2015 г. может применяться к доходу работника в виде зарплаты а также приравненных к ней выплат, если размер дохода не превышает размера прожиточного минимума, установленного для трудоспособных лиц по состоянию на 01 января 2015 года, умноженного на коэффициент 1,40 и округленного до ближайших 10 гривен (609 грн). Права пользования НСЛ в Украине уже, чем в РФ. В частности только один родитель может использовать НСЛ и только если размер дохода не превышает прожиточный минимум (1380 грн).

Выводы. Таким образом, налогообложение заработной платы в Российской Федерации по сравнению с Украиной является более демократичным и производится по более низкой ставке. Также в РФ отменено удержание из заработной платы единого социального взноса, который в Украине удерживается по ставке 3,6%.

Дальнейшему исследованию подлежат вопросы налогообложения фонда оплаты труда, их сравнение в РФ и Украине.

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В СООТВЕТСТВИИ С ПАРАДИГМАМИ К ЕГО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ

Сметанко А.В.

*к.э.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой учета, анализа и аудита
Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. С появлением хозяйственных обществ, на различных исторических этапах их существования, под влиянием экономических теорий и концепций происходят трансформационные сдвиги в системе внутреннего контроля, которые создают предпосылки к выделению аудита (внутреннего и внешнего), как формы независимого контроля в системе корпоративного управления.

Следует отметить, что зарождение и становление внутреннего аудита как отдельной формы независимого внутреннего контроля начинается с середины двадцатого столетия в США и Европе под влиянием практической деятельности, обусловленная экономическими интересами владельцев хозяйственных обществ, а также усложнением организационной структуры управления.

Цель исследования сводится к раскрытию характерных парадигм в подходах к осуществлению внутреннего аудита на разных интервалах времени его развития и становления в мире.

Основной задачей исследования является проведение систематизации основных этапов становления и развития внутреннего аудита с учетом влияния научных теорий и концепций на процесс осуществления проверки.

При исследовании указанной проблематики использовался диалектический метод, а также исторический и логический (диалектический) подходы.

Результаты исследования. Развитие внутреннего аудита в мире и изменение подходов к его осуществлению происходит под влиянием растущих требований со стороны собственников касательно эффективности функционирования системы корпоративного управления. Выполнение данных требований становится возможным только при условии предоставления аудиторами качественных консалтинговых услуг управленческому персоналу (менеджменту организации), а также посредством внедрения в систему корпоративного управления систем мониторинга, диагностики эффективности внутреннего контроля и риск-менеджмента.

С учетом влияния отдельных научных теорий и концепций проведена систематизация этапов развития внутреннего аудита в мире, согласно существующих парадигм в подходах к его осуществлению, а именно:

1. Теория адекватности получила свое развитие в период становления внутреннего аудита в 1933-1957 гг. С позиций данной теории концепция внутреннего аудита была направлена на сопоставление учетных данных с данными бухгалтерской отчетности.

Данный период характеризуется бухгалтерским (подтверждающим) подходом к проведению внутреннего аудита. Это обусловлено тем, что в конце 30-х годов и в начале 40-х годов прошлого века внутренний аудит находился на стадии своего становления и был направлен, исключительно, на контроль за активами компании. Проведение проверок на данном этапе осуществлялось путем сопоставления и логической увязки данных бухгалтерской отчетности с учетными регистрами и первичными документами, а полученные данные в процессе его осуществления по результатам инвентаризации сопоставлялись с имеющимся имуществом предприятия.

Начиная с 1947 г. после публикации ведущим американским ученым В. Бринком декларации, в которой регламентировались права и обязанности внутреннего аудитора, внутренний аудит приобретает сугубо подтверждающий (процедурный) характер, а деятельность внутренних аудиторов направляется на оценку степени соответствия деятельности установленным внутри-корпоративным регламентам, планам и процедурам.

На границе 50-х и 60-х годов XX века, внутренний аудит получил новый виток своего развития, который характеризуется переходом от подтверждающего к системно-ориентированному подходу проведения проверок.

2. Теория контроллинга оказала значительное влияние на развитие внутреннего аудита в 60-х – 70-х годах XX века. Влияние данной теории заключается в том, что внутренний аудит в условиях глобального экономического кризиса направляется на усиление контрольных функций и взаимосвязей между внутренними аудиторами и менеджментом предприятия (АО, концерна, корпорации, холдинга) с целью максимизации уровня доходности.

На данном этапе развития внутренний аудит обретает черты внутреннего операционного аудита, а с принятием стандартов внутреннего аудита – начинает трансформироваться в системно-ориентированный внутренний аудит к проведению проверок. Именно в этот период внутренний аудитор в процессе решения задач начинает использовать аудиторские процедуры, направленные на выявление слабых мест в системе внутреннего контроля.

3. Теория консалтинга получает свое развитие в конце 80-х годов XX века. Благодаря этой теории внутренний аудит претерпевает определённые трансформации в подходах к проведению тематических проверок и выполнению задач, возложенных на внутренних аудиторов.

Влияние данной теории фокусирует профессиональную деятельность внутренних аудиторов на контроль и оценку эффективности функционирования субъекта хозяйствования, а применение аналитических процедур позволяет внутренним аудиторам выявлять сильные и слабые стороны отдельных элементов корпоративной системы управления – внутреннего контроля, бухгалтерского учета и принятия решений и управления.

На данном этапе развития внутренний аудит трансформируется с системно-ориентированного к риск-ориентированному подходу к его проведению. Это обусловлено усложнением функциональных и структурных связей в системе корпоративного управления предприятием.

С началом развития концепции контроллинга определяется цель внутреннего аудита, а именно – раскрытие информации относительно влияния профессиональной деятельности (подготовки) работников на конечный финансовый результат деятельности общества посредством определения их реального вклада в получении прибыли или улучшении имиджа общества.

Следует отметить, что повсеместная автоматизация процесса аудита дала мощный толчок к выделению компьютерного подхода осуществления аудиторских проверок и выполнению задач, которые ставятся перед внутренними аудиторами. Использование компьютерных методов, а также усложнение существующих систем бухгалтерского учета, контроля и корпоративного управления становится основой для трансформации внутреннего аудита из системно-ориентированного к риск-ориентированному внутреннему аудиту.

Начиная с 1992 года по настоящее время на подходы к осуществлению внутреннего аудита оказывает влияние концепция управления рисками по модели COSO.

Именно в данный период внутренний аудит начинает приобретать черты риск-ориентированного внутреннего аудита при осуществлении проверок. Основными задачами внутреннего аудита на исследуемом этапе развития наряду с консалтинговыми услугами становится разработка эффективных систем, направленных на выявление и оценку рисков.

Выводы. С учётом генезиса внутреннего аудита и влияния отдельных научных теорий и концепций парадигмы в подходах к его осуществлению выделена следующая систематизация: 1933 по 1977 гг. – подтверждающий подход; 1978-1991 гг. – системно-ориентированный подход; 1992 г. до настоящего времени – риск-ориентированный подход.

ПРИМЕНЕНИЕ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Титаева В.М.

магистрант кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н. доцент Пожарицкая И.М.

Введение. Патентная система налогообложения применяется в Российской Федерации с 01 января 2013 года. Это специальный налоговый режим, который могут применять только индивидуальные предприниматели в том регионе Российской Федерации, в котором принята данная система налогообложения. В Республике Крым патентная система налогообложения действует с 01 июля 2014 года, согласно Закону Республики Крым от 06 июня 2014 года № 19 – 3 РК «О патентной системе налогообложения в Республике Крым». Таким образом, применение данного вида налогообложения индивидуальных предпринимателей в Крымской федеральном округе является новым и требует методического и теоретического осмысления.

В 2014 году предприниматели, сравнивая украинские и российские налоговые ставки, не решались перерегистрироваться, в соответствии с российским законодательством, а думали прекратить предпринимательскую деятельность.

Принятие Закона «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополь» способствовало решению продолжить предпринимательскую деятельность. Перерегистрация субъектов экономической деятельности в 2014 году проводилась без уплаты государственной пошлины. Уже в декабре 2014 года по Крыму было зарегистрировано 15 тысяч индивидуальных предпринимателей, которые вошли в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей.

Цель и задачи исследований. Целью исследования является изучение особенностей применения патентной системы налогообложения в Республике Крым, ее достоинств и недостатков. Методика исследования построена на нормативном анализе действующих законодательных актов и разработке предложений по его практическому применению.

Результаты исследования. Патентная система налогообложения устанавливается Налоговым Кодексом. Индивидуальные предприниматели могут применять данную систему налогообложения при определенных условиях: годовая выручка не должна превышать 60 млн. рублей, а средняя численность наемных лиц, по всем видам деятельности, не может быть более 15 человек, согласно ст. 346.43 Налогового Кодекса Российской Федерации.

Патентная система налогообложения применяется в отношении 47 видов деятельности, перечисленных в пункте 2 статьи 346.43 Налогового Кодекса Российской Федерации, в том числе:

- розничная торговля в помещении с площадью торгового зала не более 50 кв.м, а также через объекты стационарной торговой сети, не имеющие торговых залов, то есть на рынках, ярмарках, через киоски или торговые аппараты;
- осуществление развозной и разносной торговли;
- сдача в аренду жилых и нежилых помещений, земельных участков, принадлежащих предпринимателю на праве собственности;
- оказание населению многих видов бытовых услуг;
- оказание услуг общепита, если площадь зала обслуживания посетителей составляет не более 50 кв.м;
- переработка сельхозпродукции.

Патент выдается сроком от одного месяца до одного года, что очень выгодно для начинающих предпринимателей, а также в курортной зоне. Если патент выдан на срок менее 12 месяцев, то его стоимость определяется исходя из количества месяцев срока действия.

Налоговая ставка составляет 6 процентов, от потенциального возможного дохода, согласно ст.346.50 Налогового Кодекса Российской Федерации. Однако для Республики

Крым ставка налога составляет 1 процент, согласно Закона Республики Крым № 62-ЗРК от 29.12.2014 «Об установлении ставки налога, уплачиваемого при применении патентной системы налогообложения на территории Республики Крым», так как 29 ноября Президентом России был подписан закон о создании в Крыму свободной экономической зоны, Закон № 377-ФЗ «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополь».

Данный закон направлен на поддержание социально-экономического развития Крыма и Севастополя, развитие туризма, сельского хозяйства, и санаторно-курортной сферы, и на повышение уровня и качества жизни граждан. В частности патентная система налогообложения призвана максимально обеспечить жизнь индивидуальным предпринимателям. Она освобождает от таких налогов как: налог на доходы физических лиц, налог на имущество физических лиц, налог на добавленную стоимость.

Данная система налогообложения может совмещаться с другими налоговыми режимами.

По прогнозам аналитиков, более 80% крымских предпринимателей в 2015 году выбрали для себя патентную систему налогообложения. Основными преимуществами данной системы является:

- отсутствие контрольно-кассовой техники, вместо этого индивидуальный предприниматель должен выдавать по требованию покупателя документ, подтверждающий прием наличных денежных средств;

- отсутствие отчетности, но обязаны вести книгу учета доходов, данная книга ведется отдельно по каждому полученному патенту, в которой нужно будет фиксировать всю полученную выручку;

- необходимость сдачи налоговой декларации. Декларация по налогу, уплачиваемому в связи с применением патентной системы налогообложения, в налоговые органы не представляется;

- возможность индивидуальным предпринимателям применять патентную систему налогообложения с другими специальными налоговыми режимами, такими как упрощенная система налогообложения, и единый налог на вмененный доход;

- свободный выбор налоговой инспекции, так как патент действует на всей территории Российской Федерации, при осуществлении деятельности в другом регионе.

Недостатком данной системы налогообложения является авансовая система платежа. Индивидуальный предприниматель обязан оплатить патент в зависимости от срока выдачи патента, но не позднее чем в течение 25 дней с момента его получения. Кроме этого, стоимость патента нельзя уменьшить на сумму начисленных и уплаченных коммерсантом страховых взносов, как при работе на других специальных режимах. Возможно, этого в скором времени можно будет избежать. Законодатели думают над тем, чтобы предоставить такую возможность предпринимателям, оплачивать целиком или 1/3 его часть.

Выводы. Решение правительства по снижению налоговой нагрузки на территории Свободной экономической зоны Крыма дало возможность индивидуальным предпринимателям не так болезненно пройти переходный период. Крым, в котором основными видами деятельности является торговля, общественное питание, сфера услуг, сдача жилья во временное пользование выбрали патентную систему налогообложения, которая в малом бизнесе является наиболее доступной и удобной. Надеемся, что указанные недостатки данной системы налогообложения будут в скором времени нивелированы.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ТРУДА БУХГАЛТЕРА

Фролов В.И.,

к.э.н., доцент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики и управления КФУ

Введение. Ведение бухгалтерского учета – это неотъемлемая часть успешного бизнеса. Ведь, если ведению первичной документации, формированию отчетности, а также заполнению налоговых деклараций не уделять должного внимания, то в будущем это чревато серьезными последствиями для предприятия.

Насколько важно оперативно реагировать на происходящие изменения говорить не приходится. Получать качественную справочную информацию, в том числе с разъяснениями и комментариями хочет каждый бухгалтер. А на регулярный просмотр новшеств законодательства времени зачастую не хватает. Кроме того, безусловно, приветствуются любые компьютерные инструменты и средства автоматизации работ, выполняемых бухгалтерами.

В связи с этим, широкому кругу бухгалтеров-теоретиков и практиков актуально и интересно иметь представление о том, какие современные инструменты информационного сопровождения труда работника бухгалтерии представлены на отечественном рынке.

Цель и задачи исследования заключается в том, чтобы провести обзор рынка инструментов информационного сопровождения труда бухгалтера, произвести их классификацию и дать характеристику каждой из представленных групп.

Результаты исследования. К инструментам информационного сопровождения труда бухгалтерского работника, по нашему мнению, относятся любые источники информации в виде интернет-сайтов, интернет-приложений, информационных систем и программных продуктов, данные которых могут быть использованы им в своей профессиональной деятельности.

Прежде всего, следует отметить, что представленные на рынке системы делятся на платные, бесплатные и частично платные (бесплатна только часть предоставляемых информационных услуг).

Кроме того, существующие информационные сервисы полезные для бухгалтерских работников представлены в форме он-лайн (облачных) приложений, либо приложений устанавливаемых на персональный компьютер или на смартфон (планшет), либо в форме обычных DVD-дисков с информационными ресурсами.

Что касается функциональной направленности систем информационного сопровождения труда бухгалтера то, тут можно выделить следующие группы: информационно-справочные системы (ИСС): правовые и чисто бухгалтерские; системы формирования документов (нормативно-правовых и бухгалтерских); системы обучения профессиональным навыкам; сервисные системы и программы, комплексные системы информационно-технологического сопровождения.

В настоящее время на ИСС работает довольно много компаний и очень большое число сервисных фирм, осуществляющих поставку и текущее обслуживание компьютерных правовых баз. Наиболее известны в России следующие продукты и разработавшие их компании:

1. «Гарант» (НПП «Гарант -Сервис»).
2. «КонсультантПлюс» (Компания «Консультант Плюс»).
3. «Кодекс» (Центр компьютерных разработок)
4. Системы «1С: Кодекс», «1С: Гарант», «1С: Эталон» (фирма «1С»).

В числе систем, созданных государственными предприятиями для обеспечения потребностей в правовой информации государственных ведомств, следует отметить:

1. «Система» (НТИЦ «Система» при Федеральном агентстве правительственной связи);
2. «Эталон» (НЦ ПИ при Министерстве юстиции РФ);

Представителями Бухгалтерских ИСС являются Бухгалтерская справочная система «Главбух», реализованная в виде интернет-сайта (<http://www.1gl.ru>), а также система «Бератор» работать в которой можно либо через интернет-сайт (<http://www.berator.ru>), либо установив соответствующую программу на компьютер или смартфон.

Бератор содержит 12 разделов, которые подробно описывают все участки бухгалтерского учета: от открытия расчетного счета и начисления дивидендов до учета выручки и расчета налогов. Ежедневно более 100 экспертов отслеживают изменения в бухгалтерском учете и налогах и вносят их в бератор.

Популярна в настоящее время система «ФОРМА» - электронный сборник форм первичных учетных документов. Она представляет собой редактируемый электронный сборник 338 образцов форм первичных учетных документов формата Excel и Word, сгруппированных по основным разделам бухгалтерского учёта и отраслевой специфики.

Еще более продвинутой является система «Бизнес Пак», которая позволяет реализовать еще больший спектр операций с документами: формирование, учет и печать документов; экспорт документов в файл ЭПД, в файл формата 1С для последующего импорта его в банковскую систему типа «Банк-Клиент», в файл для системы iBank; экспорт заявок на кассовый расход и заявок на получение наличных денег в файл для Федерального казначейства; ведение справочников реквизитов фирм плательщиков и получателей, товаров, единиц измерения и прочих; возможность создавать собственные отчеты и редактировать уже имеющиеся документы, используя встроенный дизайнер отчетов.

Онлайн центр бухгалтерского обслуживания «Мой учет» реализован в форме интерактивного интернет-сайта (<http://moyuchet.ru>) и предоставляет бухгалтерам ряд бесплатных сервисов: интерактивное формирование пакета документов для регистрации предприятий в налоговой инспекции, онлайн бухгалтерия, видеоуроки 1С и ряд других.

Сервисная система "Мастер учетной политики" – это приложение, позволяющее за 15 минут и минимуме усилий получить профессиональный приказ об учетной политике организации. Процесс построен в виде пошагового выбора нужных вариантов учетной политики.

Сервисная система «Копиратор 1С» помогает быстро и удобно сохранить базу 1С на флешку для сохранения резервных копий, переноса на другой компьютер или отправки аудитору. Копиратор-1С специально рассчитан на обычных пользователей. Он содержит в себе проверки, предотвращающие возможность испортить или перезаписать существующую базу при загрузке. База всегда будет загружена в новую папку.

Информационно-технологическое сопровождение (1С:ИТС) – это комплексная поддержка, которую фирма "1С" совместно с партнерами оказывает пользователям программ "1С:Предприятие". Поддержка осуществляется по договору сопровождения 1С:ИТС. Тип этого договора определяет объем сервисов, которые получает пользователь, а также перечень доступных разделов информационной системы 1С:ИТС.

Информационная система 1С:ИТС создана специально для пользователей "1С:Предприятие". В ней представлены рекомендации по налогообложению хозяйственных операций, пошаговые инструкции по их отражению в программе, инструкции по составлению бухгалтерской, налоговой отчетности и отчетности по страховым взносам и отправке ее в электронном виде прямо из "1С:Предприятие", а также новости, комментарии и консультации специалистов по вопросам бухгалтерского, налогового и кадрового учета.

При заключении договора 1С:ИТС ПРОФ, пользователь получает доступ к следующим разделам информационной системы 1С:ИТС на DVD-диске и на сайте <http://its.1c.ru>: технологическая поддержка прикладных решений, бухгалтерский и налоговый учет, налоги и взносы, отчетность, кадры и оплата труда, юридическая поддержка, отвечает аудитор, база нормативных документов, книги и периодика, разработка и администрирование

Выводы. Таким образом, наличие и грамотное использование ресурсов вышеописанных инструментов информационного сопровождения бухгалтера может существенно упростит и повысить эффективность и результативность его труда.

РЕКОМЕНДАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ КРЕДИТНЫХ ПРОДУКТОВ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Байрам У.Р.

*к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела
Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. Коммерческим банкам для удовлетворения потребностей клиентов необходимо постоянно совершенствовать и развивать новые типы банковских продуктов. В современных условиях выигрывает не тот, кто предлагает низкие процентные ставки, а тот, кто предлагает наилучший выбор методов и видов кредитования. Коммерческие банки произвольно выделяют перечень кредитных продуктов, исходя из своих приоритетов и потребностей заемщиков. В зависимости от целей использования кредита и формы его погашения коммерческие банки предоставляют разнообразный спектр кредитных продуктов для юридических и физических лиц. Ведущие зарубежные банки осуществляют соответствующие мероприятия, улучшая качество и расширяя ассортимент предоставляемых услуг, занимаясь нетипичными для себя операциями, осваивая недооцененные раньше сегменты рынка и разрабатывая новые финансовые продукты. В настоящее время банки, в условиях повышенной конкуренции, посредством новых технологий могут предложить даже малым предприятиям консультационные и информационные услуги, которые еще несколько лет назад были слишком дорогостоящими.

Цель исследования – представить некоторые рекомендации в продвижении кредитных продуктов на банковском рынке.

Результаты исследования. Важным моментом в продвижении кредитных продуктов является маркетинг и его составляющая – реклама. Без этих двух компонентов невозможно продвижение ни одной услуги, ни одного банковского продукта. Так, маркетинг – комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка. Маркетинг выступает как особо важный элемент кредитной политики банка, поскольку направлен на систематизацию продвижения кредитных продуктов, а реклама в свою очередь на донесение информации о продукте до потенциальных клиентов.

К маркетинговым мероприятиям по продвижению кредитных продуктов относятся:

- ценовая политика;
- поддержка или стимулирование сбыта;
- внедрение и продвижение кредитных карт;
- продвижение кредитных карт через мобильные группы.

Ценовая политика включает – процентные ставки, комиссионные вознаграждения, возможности дифференцирования, предоставление скидок, формулировка условий платежа, установление и изменение цены. Банк посредством ценовой политики может изменить информацию о годовой процентной ставке с акцентом на доступность ежемесячного платежа, размер процентной ставки в месяц, снизить сумму авансового взноса, на общем удорожании товара.

Таким образом, банк получает возможность привлечь к себе внимание более широкого круга покупателей, без акцента на размер процентной ставки по кредиту. Благодаря этому,

существует вероятность активного продвижения услуг кредитования банка в условиях жесткого ценового демпинга со стороны конкурентов.

Ценовая политика банка предоставляет возможным погашение задолженностей по ссудам равными платежами (аннуитет). Аннуитет является прогрессивным и своевременным шагом, поскольку это отвлекает от размера процентной ставки с акцентом на ежемесячный платеж по кредиту. На наш взгляд погашение равными платежами для банка более прибыльно, поэтому его использование возможно в основных технологиях потребительского кредитования – «Рассрочка», «Кредит на покупку автомобилей», «Кредит на покупку квартир на вторичном рынке», что в свою очередь является обязательным условием.

При кредитовании товаров потребительского спроса целесообразно на специальных ценниках указывать не только цену товара, но и размер первоначального взноса за товар, а также ежемесячный платеж по кредиту. Следовательно, клиент имеет непосредственную возможность сопоставить платежи по кредиту со своими доходами. Существенной особенностью является контраст между ценой кредитуемого товара и первоначальным взносом за него.

Поддержка или стимулирование сбыта как составляющая маркетинга представляет собой использование набора инструментов, которые предназначены для усиления ответной реакции целевой аудитории на различные мероприятия в рамках стратегии банка. Стимулирование сбыта это средство кратковременного воздействия на рынок, оно не в состоянии обеспечить устойчивый спрос на кредитные продукты банка и привлечь новую клиентуру для налаживания долгосрочных взаимоотношений. Тем не менее эффект от этих мероприятий достигается намного быстрее прочих способов влияния на целевую аудиторию. Следовательно, стимулирование сбыта используется в основном для оживления спроса, повышения осведомленности клиентов о предлагаемых кредитных продуктах, также создания им необходимого имиджа. Комплексная программа стимулирования сбыта представляет собой важный элемент банковского маркетинга, который включает следующие инструменты:

- стимулирование банковского персонала;
- стимулирование потребителей;
- стимулирование сферы торговли.

К средствам стимулирования потребителей можно отнести предоставление скидок с цены, премий, проведение лотерей, демонстраций, конкурсов, распространение образцов, предложение сувениров и прочих подарков.

Стимулирование сферы торговли (стимулирование торговых партнеров) проводится, когда банки оказывают услуги через третьи стороны, в частности потребительские кредиты могут предоставляться персоналом торговой сети.

Для оптимизации продвижения кредитных продуктов банка, например таких как – «Рассрочка» и «Авто в кредит» считаем целесообразным поощрять торговых партнеров следующими действиями:

- при доле продаж в кредит через банк менее 35% общего объема продаж в кредит рекомендовать в обязательном порядке стимулирование менеджеров или торговых точек (магазинов или автосалонов, а также риэлтеров)
- при доле продаж в кредит через банк более 35% стимулирование проводится по усмотрению руководителя банка.

Стимулирование, возможно, применять как в отношении менеджеров – продавца, либо руководителя торговой точки (кого-либо одного или в определенной пропорции), так и самой торговой точки как юридического лица. Максимальные размеры материального вознаграждения продавцов за привлечение клиентов устанавливаются в размере не более 50 руб. за один выданный банком кредит. Размер материального стимулирования продавцов следует устанавливать с учетом предложения от банков-конкурентов. Кроме того, должен учитываться средний размер выдаваемых кредитов через данную торговую точку. На этапе переговоров с продавцом достигается договоренность относительно схемы работы банка с

конкретным торговым представителем и размера материального вознаграждения. Окончательный размер оплаты устанавливается в ходе переговоров с руководством торговой точки в пределах указанных сумм.

Данное стимулирование должно проводиться за счет доходов банка от кредитования. При этом в тех точках, в которых будет проводиться стимулирование, желательно применение схем кредитования с повышенной доходностью для возмещения банку расходов по материальному вознаграждению (рекомендуется устанавливать доходность выше базовой на 1% пункт годовых). Сверка суммы материального вознаграждения торговой точке (менеджеру или руководителю) и ее выплата (согласно акту приема-передачи оказанных услуг) должна осуществляться в стандартном порядке (либо на личную карту менеджера или руководителя, либо наличными, либо на текущий счет торгового предприятия). Контроль за соответствием произведенных выплат возлагается на руководителя подразделения банка, осуществляющего выплаты.

Следующим маркетинговым мероприятием по продвижению кредитных продуктов является внедрение и продвижение кредитных карточек. В соответствии со стратегическими планами банку необходимо развивать и активизировать политику на рынке банковских платежных карточек (эмиссия платежных карт могла бы быть одной из приоритетных направлений деятельности банка). Платежные карточки являются наиболее современными инструментами расчетов. Банкам следует предложить своим клиентам широкий спектр карточных продуктов и программ:

- карточки кредитного класса;
- дисконтные карты для получения скидок в сфере торговли и услуг;
- карточные программы для студентов и пенсионеров;
- зарплатные карты;
- корпоративные карточки для юридических лиц.

С целью устранения разногласий в восприятии кредитных карт следует, в первую очередь, отметить высокую приоритетность данного направления, как одного из наиболее доходного - уровень процентных ставок по отношению к обычным кредитным лимитам выше в 1,5-2 раза.

Выдача карточек производится в соответствии с утвержденными технологиями. Опыт активных и налаженных продаж в отдельных банковских учреждениях показал достаточно высокую эффективность, так называемых, «пакетных» продаж банковских продуктов. Данный метод применяется при презентации продуктов многочисленной аудитории (особенно это актуально для зарплатных проектов). Заключается данный метод в одновременном предложении (презентации) аудитории нескольких продуктов, различных по своей направленности – например депозитные и кредитные продукты. Как правило, любая клиентская аудитория, которую можно заинтересовать в пользовании банковскими продуктами, может быть условно разделена на сегменты потребности – те, у кого есть собственные средства, и существует необходимость в их дальнейшем накоплении и сбережении, и те, которые готовы пользоваться кредитными средствами при недостатке собственных на определенные потребительские цели. Поэтому одновременная презентация разнонаправленных продуктов значительно увеличивает эффективность проведения подобных мероприятий – охватывается больший клиентский сегмент за счет более полного удовлетворения запросов. Очевидно, что при посещении предприятий неоднократно (с презентацией разных продуктов), интерес к первой презентации может быть повышенным, а далее по каждой очередной презентации интерес клиентов к предлагаемым продуктам и в целом к посещению таких презентаций заметно ослабевает.

Выводы. На основании вышесказанного, настоятельно рекомендуем при организации презентаций банковских продуктов на предприятии не уделять особое внимание одному продукту, а по возможности проводить предложение сразу нескольких разноцелевых продуктов («на любой вкус»). В настоящее время рекомендуется включать в «пакет»

следующие продукты: карточки «Товары в рассрочку», «Универсальная», вклад «Накопительный».

Таким образом, постоянное совершенствование и развитие новых типов кредитных продуктов как элемента кредитной политики определяется конкурентоспособностью в банковской системе. Сейчас выигрывает тот, кто предлагает наилучший выбор методов и видов кредитования и большое значение в этом имеют качественные и количественные показатели кредитного продукта, предлагаемых современным банком в новых рыночных условиях.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ В КРЫМУ

Бондарь А.П.¹

¹к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

Введение. На современном этапе интеграции кредитных организаций Республики Крым в банковскую систему Российской Федерации одной из сложных проблем является создание эффективной платежной системы пластиковых карт.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является выявление особенностей развития рынка платежных карт в Республике Крым на примере г.Севастополь на современном этапе.

Результаты исследований. Большинство расчетов, которые проводятся в нашем государстве все еще остаются наличными, в частности это разнообразные расчеты с физическими лицами. Отсюда возникает ряд проблем, которые связаны с печатью и утилизацией изношенных купюр, управлением денежной наличностью и организацией инкассации. Для преодоления всех этих проблем и является распространение применения платежных карточек.

На середину 2015 года 4 кредитные организации (их филиалы) и 7 ВСП осуществляли эмиссию платежных карт на территории г. Севастополь.

По состоянию на 01.07.2015 на территории г. Севастополь было эмитировано 223,6 тыс. платежных карт подразделениями кредитных организаций. В сравнении с данными на 01.07.2014 прирост составил 220,35 тыс. единиц.

Проведенный анализ выявил низкую долю эмиссии карт международных платежных систем на территории г. Севастополь в сравнении с эмиссией карт национальных платежных систем. Так, доля операций, совершенных с использованием карт ЕПСС УЭК (карты ПРО100), выданных на территории г. Севастополь, за II квартал 2015 года составила 67,2% по количеству и 63,1% по объему.

В структуре операций преобладали операции с использованием платежных карт по снятию наличных денежных средств. Доля данного показателя по количеству составила 95,2%, по объему - 99,3 %.

Основная доля операций, осуществленных с использованием платежных карт на территории г. Севастополь, приходилась на РНКБ (ОАО) и ОАО «АБ «Россия». Удельный вес операций по оплате товаров и услуг, осуществленных через устройства РНКБ (ОАО) с использованием платежных карт эмитентов-резидентов, вырос на 5,8% по количеству и на 15,9% по объему, что составило 65,5% и 85,8% соответственно. Рост данного показателя обеспечен наиболее развитой инфраструктурой РНКБ (ОАО) по приему платежных карт на территории г. Севастополь. Дополнительно, данная кредитная организация внедрила программу лояльности «Удачная покупка», которая направлена на стимулирование держателей платежных карт совершать безналичные расчеты в торгово-сервисных предприятиях.

Доля безналичных платежей, совершенных с использованием платежных карт, оставалась довольно низкой. Основными причинами такого соотношения являлись слабо развитая инфраструктура города и ограничения по использованию карт международных платежных систем. Наряду с объективными причинами, оказывающими сдерживающее влияние на развитие инфраструктуры города, стоит отметить работу подразделений кредитных организаций по внедрению сервисов, продуктов и услуг, стимулирующих проведение безналичных расчетов. Все больше банков уделяют особое внимание обучению своих клиентов пользованию сервисов и устройств дистанционного обслуживания. Внедряются программы лояльности по кредитам для владельцев платежных карт, бонусные программы при расчетах платежными картами в торгово-сервисных предприятиях и пр. Ведется работа по внедрению платежного инструмента «Таможенная карта», при использовании которого будет упрощен порядок осуществления расчетов по таможенным платежам, а следовательно и увеличится объем безналичных платежей с использованием платежных карт.

Уровень обеспеченности инфраструктурой по приему платежных карт в расчете на 100 тыс. жителей составил 587,4 единицы, что ниже данных в целом по Российской Федерации в два раза .

Действующие санкции в отношении Республики Крым и города Севастополя, в том числе в части обслуживания карт международных платежных систем на территории г. Севастополь оказывали сдерживающее влияние на развитие платежной инфраструктуры. Отсутствовала возможность использования карт МПС, эмитированных за пределами Крыма и г. Севастополя, на территории региона, что явилось актуальной и острой проблемой анализируемого периода. С внедрением НСПК эта проблема была решена в отношении карт MasterCard, однако продолжали действовать ограничения по использованию карт Visa, составляющие наибольшую долю рынка платежных карт Российской Федерации. В тоже время, население г. Севастополь еще не в полной мере доверяет безналичным платежам, ввиду ограниченного функционала и не достаточного распространения устройств по их приему. С учетом данных факторов, предприятиям торговли и услуг, зачастую, невыгодно устанавливать устройства для приема платежных карт по причине малого количества проводимых операций при наличии ежемесячных расходов за обслуживание таких устройств. Однако внедрение и расширение деятельности НСПК создает хорошие перспективы для развития рынка платежных карт и инфраструктуры.

Выводы. В результате проведенного исследования можно выделить следующие особенности рынка платежных карт на современном этапе в Крыму:

– банковские учреждения, работающие в Крыму, постепенно осваивают карточные продукты, отдавая предпочтение эмиссии карт национальной платежной системы ЕПСС УЭК (карты ПРО100);

– очень низкий показатель использования платежных карт при расчетах за товары и услуги, что объясняется ограниченным характером применения карт международных платежных систем ввиду введенных санкций;

– активная деятельность подразделений кредитных организаций по привлечению организаций на обслуживание по зарплатным проектам, а также развитие социальных и пенсионных программ;

– внедрение кредитными организациями сервисов, продуктов и услуг, стимулирующих проведение безналичных расчетов, в частности, на основе дистанционного обслуживания;

– использование программ лояльности для держателей платежных карт;

– начало осуществления операций по картам международных платежных систем, эмитированных в Российской Федерации, через ОПКЦ НСПК.

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ващенко А.Д.

студентка кафедры государственных финансов и банковского дела Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
научный руководитель: старший преподаватель, к.э.н. Бекирова С.Э.

Введение. В России процесс адаптации западной управленческой модели бюджетирования проходит с трудом. Опыт работы Центра международного бизнеса и регионального развития Академии народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации с рядом предприятий России показал, что 90% финансовых проблем на наших предприятиях связана с неграмотностью высшего руководства в вопросах управления финансами. Эта ситуация объясняется отсутствием у руководителей своевременной полной и точной информации не только о будущем, но и о настоящем финансовом состоянии предприятия.

Бюджетирование представляет собой метод проектирования будущих значений финансовых отчетов, при котором каждая их статья находит ответственное лицо за достижение запланированного результата. Переход из одной точки в другую означает изменения прибыльности, платежеспособности и экономического потенциала предприятия. Поэтому оно должно четко позиционировать и «видеть себя» в этих финансовых координатах, планируя свои перемещения в будущем и их последствия, находя приемлемые соотношения.

В Российских компаниях бюджетирование носит сугубо фрагментарный характер. И это никак не позволяет эффективно управлять финансами, прежде всего движением денежных средств, принимать точные и взвешенные в финансовом отношении управленческие решения. Этим объясняется актуальность изучения теоретических аспектов коммерческого бюджетирования и постановки системы внутрифирменного бюджетирования на российских предприятиях.

Цель и задачи исследований. Целью данной работы является усовершенствование системы бюджетирования на предприятии.

Для достижения поставленной цели в данной работе были поставлены следующие задачи:

- изучение теоретической базы бюджетирования;
- разработка рекомендаций по усовершенствованию системы бюджетирования.

В процессе исследования применялись общие методы исследования: наблюдение, формализация, абстрагирование; метод сравнения и другие.

Результаты исследований. Усовершенствование систем управления предприятием предполагает проведение комплекса мер, способствующих повышению конкурентоспособности бизнеса. Добиться эффективного использования собственных и привлеченных ресурсов возможно при условии разработки детального плана действия организации. Экономически эффективная деятельность организации возможна только в том случае, если она имеет четко заданные, достаточно напряженные, но реальные для выполнения стоимостные параметры доходов и расходов.

Бюджетирование представляет собой информационную систему внутрипроизводственного управления, использующую определенные финансовые инструменты, называемые бюджетами.

Бюджетирование способствует уменьшению нерационального использования средств предприятия благодаря своевременному планированию хозяйственных операций, товарно-материальных и финансовых потоков и контролю за их реальным осуществлением. Бюджетное планирование до сих пор остается слабым местом управления бизнесом российских предприятий промышленности, торговли, банковской сферы, страхования. Сводный бюджет фирмы в рыночной экономике так же отличается от техпромфинплана

государственного предприятия административно-командной системы, как небо от земли. На сегодняшний день в большинстве российских компаний отсутствуют базовые элементы сквозного управленческого планирования (бюджетирования), притом, что технология бюджетного процесса весьма существенно варьируется с учетом отраслевой специфики предприятия.

Главный смысл бюджетирования сводится к повышению финансово-экономической эффективности и финансовой устойчивости предприятия путем координации усилий всех подразделений на достижение конечного, количественно определенного результата.

Система бюджетирования предполагает многовариантный анализ финансовых последствий реализации намеченных планов, предусматривает анализ различных сценариев изменения финансового состояния предприятия, оценку финансовой устойчивости в изменяющихся условиях внешней хозяйственной среды.

Бюджетирование на предприятии выполняет три основные функции: планирования, прогноза и анализа.

Разработка бюджетной системы предполагает усовершенствование существующих и разработку необходимых новых форм бюджетов для полноты отражения и контроля всех существенных сторон финансово-хозяйственной деятельности предприятия, деятельности структурных подразделений по центрам финансовой ответственности, показателей доходов, расходов, закупок, финансовых потоков, инвестиций.

Для усовершенствования системы бюджетирования на предприятиях необходим ряд мер, способных оптимизировать эти процессы:

- поставить перед персоналом предприятия четкие стратегические цели и задачи;
- отладить организацию процессов формирования отчетов и бюджетирования на предприятии, упорядочив документооборот;
- документально определить круг лиц, ответственных за принятие и исполнение бюджета, строго разграничив права и обязанности между этими лицами и структурными подразделениями.

Выводы. В заключении хочется еще раз отметить, что процесс бюджетирования сталкивается с трудностями, как при внедрении, так и в процессе следования разработанным бюджетам. Кроме этого бюджетирование предполагает высокоразвитую систему менеджмента. Поэтому в первую очередь необходимо выяснить, какая информация и в каком виде необходима менеджерам для мониторинга деятельности. Во-вторых, необходимо выяснить, какую информацию необходимо загрузить в информационную систему. В третьих, разработать требования к технологии обработки данных, необходимой для преобразования входящей в систему информации в исходящую. Наконец, четвертый, заключительный шаг — выбор информационного продукта, удовлетворяющего требованиям разработанной методологии бюджетирования и ее автоматизация.

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ НАДЕЖНОСТЬ ВАЛЮТНОГО РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Воробец Т.И.¹,

¹к.э.н., старший преподаватель кафедры «Государственный финансов и банковского дела» Института экономики и управления (структурное подразделение) Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

Введение. В современных условиях качество функционирования любой системы повышается за счет информационной обеспеченности относительно действий на уровне государства в отношении планирования, регулирования и контроля за финансовыми потоками. Информационный базис по регулированию и контролю предусматривает комплексную оценку надежности экономических систем, позволяя разработать действенные рекомендации по повышению уровня надежности, в условиях высокой вероятности получения желаемого результата.

Цель и задачи исследования:

– определить группы показателей, оказывающих воздействие на надежность валютного рынка.

Результаты исследований. На сегодня устойчивость функционирования экономических систем в таких условиях предполагает наличие соответствующего комплексного подхода и соответствующего инструментария по ее обеспечению. Это требует учета внешних и внутренних факторов, позволяет прогнозировать процессы функционирования валютного рынка. Наиболее важна совокупность факторов, которые являются предусловием возникновения угроз функционирования валютного рынка в дальнейшем этапе его развития.

Как показано в табл. 1 существенная разница заключается в наборе показателей описывающие эти характеристики и раскрывают их смысловую нагрузку, представляя характеристики в новом качестве.

Показатели, описывающие надежность выступают входной информации и в первоначальном виде представляются как количественно так и качественно. Показатель надежности валютного рынка, по своему содержанию, является сложным и способным охватить различные стороны функционирования валютного рынка. Определение их равноправия по иерархии, позволяет в дальнейшем построить, при определенных условиях, систему показателей, которая будет иметь свою внутреннюю иерархию.

Таблица 1. – Представление системы показателей характеризующей надежность валютного рынка

№	Группа факторов	Показатели
1	I	Валовый национальный продукт
		Платежный баланс
		Денежная масса
		Процентная ставка
2	II	Политика центрально банка
		Налоги
		Развитость валютного рынка
3	III	Дефицит бюджета
		Инфляция
		Политическая нестабильность
		Ориентация цен на валютный курс

Система показателей, отражающая надежность функционирования валютного рынка, во многом определяется их спецификой и специализацией. Однако в любом случае ее построение должно соответствовать определенным принципам, среди которых:

принцип сопоставимости. Принцип сопоставимости и сопоставимости заключается в применении условий сравнения, сопоставления абсолютных и относительных показателей, согласно которым они должны быть приведены к адекватной формы измерения, а также установление близких или равных условий формирования и использования трудовых, финансовых, природных и других ресурсов для субъектов общественных отношений, имеющих сходные качества и признаки. Сопоставимость уровня показателей в пространстве и времени.

принцип лаконичности. Количество показателей в системе должна быть оптимальной, без излишней нагрузки. Содержит только те элементы, которые необходимы для обеспечения информацией о состоянии объекта и выбора оптимального способа воздействия.

принцип информационной обеспеченности. Источниками информации для определения показателей является отчетная и прогнозная документация (аналитические исследования), при этом процедура их получения должна быть прозрачной и недорогой. А также это не только получение информации о результатах работы, но и наличие обратной связи, позволяет сравнить фактическое состояние управляемой системы с заданным планом.

принцип существенности. Каждый показатель должен отражать сущность и логику различных сторон функционирования фондового рынка, а именно важные и существенные процессы, имеющие системный характер.

принцип обоснованности. Каждый показатель должен быть обоснованным со стороны практической полезности и значимости, отражать специфику функционирования фондового рынка, а следовательно применение обоснованных результатов научных исследований.

Р. Барлоу считает, что под надежностью следует понимать комплексную свойство систем удовлетворительно выполнять необходимые функции в течение данного интервала времени, количественной характеристикой которого является вероятность выполнения необходимых функций, безотказность, долговечность, устойчивость, живучесть, безопасность и др. М.Е. Рогоза предлагает решение проблемы оценки конкурентной надежности социально-экономических систем путем определения разницы состояний потенциала до и после воздействия возмущающих факторов на систему или определения разницы оценки эффективности использования потенциала. В.Ю. Припотень в своем исследовании предлагает вычислять надежность функционирования систем за использование следующего модельного решения:

$$N = 1 - (1 - n_{t1})(1 - n_{t2}) \dots (1 - n_{tk})$$

(1)

где N — это показатель надежности функционирования системы;

$n_{t1}, n_{t2} \dots n_{tk}$ — параметры надежности ключевых элементов.

Однако автор отмечает, что параметры и признаки надежности функционирования является величиной качественной, поэтому в количественных единицах она не измеряется, это в значительной степени ограничивает использование данного подхода. Также отметим, что данный подход был предложен к определению надежности функционирования промышленных предприятий, достаточно слабо формализованным для определения надежности таких сложных экономических систем как фондовый рынок.

Заслуживает внимания исследования Л.Б. Долинского и Д.П. Сашук, посвященные разработке теоретико-методологического подхода к оценке надежности, хотя авторы рассматривают исключительно предприятия. Авторы определяют надежность как интегральный показатель, сводится к построению многофакторной линейной дискриминантной функции. Однако заметим, что для расчета надежности по данным

подходом используются показатели деятельности открытой системы (предприятия), в свою очередь противоречит методологическим основам фондового рынка и, соответственно, делает данный подход непригодным для использования в нашем случае. К тому же в предыдущем разделе уже отмечались недостатки применения интегральных показателей.

В отличие от других А.А. Матусевич предлагает определять надежность функционирования системы используя метод экспертной оценки. Данный метод основан на использовании экспертной оценки. Отметим, что использование исключительно экспертных оценок при оценке надежности функционирования экономических систем может привести к получению достаточно противоречивым результатам. Следует помнить, что экспертные оценки носят субъективный качественный характер, это значительно уменьшает достоверность исходных данных, поэтому ограничиваться чисто методом экспертной оценки очень рискованно.

По нашему мнению, под надежностью как характеристикой функционирования валютного рынка следует понимать способность системы выполнять непрерывно функции структурного элемента системы более высокого порядка (финансовой системы), используя потенциал рыночной экономики, несмотря на влияние и неопределенность внешней среды.

Выводы. Система показателей, отражающая надежность функционирования валютного рынка, во многом определяется их спецификой и специализацией. Однако в любом случае ее построение должно соответствовать определенным принципам, среди которых: принцип сопоставимости; принцип лаконичности; принцип информационной обеспеченности; принцип существенности; принцип обоснованности. На сегодня многие ученые занимаются моделированием экономических систем.

Одни из них акцентируют внимание на системах управления предприятия, другие на макроуровне и только некоторые исследуют устойчивость структурных элементов национальной экономики выступает валютный рынок. Выбранные ими подходы позволяют определить не только систему показателей этих структурных элементов, но и выбрать конкретный математический инструментарий, ориентированный на достижение цели исследования.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

Ворошило В.В.

доцент кафедры «Государственных финансов и банковского дела»

Института экономики и управления

Введение. Финансово-хозяйственная деятельность домашних хозяйств полностью зависит не только от собственных усилий, но и от результативной работы предприятий и государства. Негативное воздействие внутренних и внешних факторов, связанных с глобализацией и интеграцией отечественной экономики, политической обстановкой как внутри государства, так и в мировом сообществе, введение санкций со стороны ряда стран. Все это обуславливает необходимость обеспечения финансовой безопасности самой уязвимой сферы финансовой системы – финансов домашних хозяйств.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является выявить роль государства в обеспечении финансовой безопасности домашних хозяйств. Задачами исследования являются:

1) рассмотреть институциональную систему обеспечения финансовой безопасности домашних хозяйств на макроуровне;

2) выявить объекты обеспечения финансовой безопасности домашних хозяйств на макроуровне.

Методика исследований. Методика исследований основана на теоретическом анализе и обобщении научной литературы.

Результаты исследований. Основным субъектом обеспечения финансовой безопасности домашних хозяйств на макроуровне выступает государство. В условиях рыночной экономики государство утрачивает контроль над производством и справедливым распределением результатов труда, что сказывается на благосостоянии отечественных домохозяйств. В данной ситуации государство должно найти необходимые рычаги воздействия для формирования экономической стабилизации в стране. Это может быть достигнуто путем проведения соответствующей социально-экономической политики государства, направленной на обеспечение социальной, трудовой, инвестиционной защиты домохозяйств.

Объектом обеспечения финансовой безопасности домашних хозяйств выступают: финансовые интересы и финансовые ресурсы [].

Обеспечение финансовой безопасности домашних хозяйств на макроуровне осуществляется путем функционирования системы государственных органов и институтов (рис 1).

На современном этапе существует следующая государственная институциональная система обеспечения финансовой безопасности домашних хозяйств, представляющая собой систему органов и институтов законодательной, исполнительной, судебной власти, а также государственных контролирующих и надзорных органов, направленная на создание условий для осуществления стабильной финансово-хозяйственной, трудовой деятельности домашних хозяйств, а также выявление угроз, предотвращение и устранение их.

Государственное обеспечение финансовой безопасности домашних хозяйств выражается в нормативном регулировании их финансово-хозяйственной, трудовой деятельности, а также соблюдение законодательства РФ и иных нормативно-нормативных актов, в том числе разработанных субъектами РФ, муниципальными органами власти другими субъектами экономических отношений, которые находятся во взаимодействии с ними.

Государственное обеспечение финансовой безопасности домашних хозяйств также выражается в финансовом обеспечении отдельных членов домохозяйств за счет действующей социальной политики, жилищной политики государства.



Рис.1. Институциональная система обеспечения финансовой безопасности домашних хозяйств на макроуровне.

Выводы. Таким образом, роль государства в обеспечении финансовой безопасности достаточно высока благодаря функционированию институциональной системы органов и институтов и заключается не только в законотворческой деятельности, исполнительной деятельности органов государственной власти, направленной на регулирование финансово-хозяйственной деятельности домохозяйств и соблюдение ими законодательства, но и в финансовом обеспечении нуждающихся членов домохозяйств, путем принятия соответствующей социальной и жилищной политики.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ БЮДЖЕТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Кремповая Н.Л.

*к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела
Института экономики и управления КФУ*

Введение. На современном этапе развития демократии и укрепления системы местного самоуправления в Российской Федерации все большее значение приобретает проблематика укрепления финансовой базы регионов, мобилизации и рационального использования бюджетных ресурсов. Бюджетная устойчивость и финансовая самостоятельность бюджетов является основой построения и полноценного функционирования как бюджетной системы страны, так и экономики государства в целом.

Цель и задачи исследования. Целью данной работы будет рассмотрение эффективности и устойчивости муниципального образования, поэтому целесообразно рассмотреть понятие бюджетной устойчивости, которое определено на микроуровне. Согласно мнению большинства ученых, бюджетная устойчивость – это термин, который определяет такое состояние всех фондов финансовых ресурсов, при котором муниципальное образование может стабильно развиваться, сохраняя свою финансовую безопасность в условиях дополнительного уровня риска.

Бюджетно-финансовую устойчивость в российскую практику ввел академик Г. Б. Поляков, который считал, что размер устойчивости бюджета обеспечивается объемом средств, который нужно найти для покрытия минимальных расходов, а именно: таких расходов, которые отвечают и обеспечивают выполнение государством своих прямых функций, закрепленных законодательной базой страны.

Методика исследования. Для достижения поставленной цели применялся метод научного познания. Системный подход к изучению аналитического материала позволил проследить и выявить общность в понимании самой дефиниции «бюджетная устойчивость». Что касается экономистов, то они говорят об устойчивости с точки зрения банковских кризисов, уровня и масштабов государственного долга, бюджетного дефицита, ликвидности средств.

Результаты исследований. Если же все-таки говорить о понятии "устойчивость" с точки зрения формирования бюджета, то в данном контексте речь пойдет о достаточности доходной части бюджета, ее способности покрыть расходы, правильном и рациональном соотношении и структуры налоговых и неналоговых поступлений, их эффективность.

В этой системе целесообразно рассмотреть имеющиеся принципы бюджетной устойчивости, которые представлены на рисунке.

По сути, совокупность этих принципов и представляют собой обобщенное понятие о "бюджетной устойчивости" региона или муниципального образования. Но главным и приоритетным, на наш взгляд, все же является "рациональное использование ресурсов", так как именно этот фактор является определяющим в формировании и обеспечении устойчивости.

Для достижения и сохранения устойчивости принято выделять периоды:

Текущая бюджетная устойчивость – устойчивость внутри одного бюджетного года, имеет прямое отношение к решению вопросов о кассовых разрывах, обеспечивает структуризацию и сбалансированность доходной части и расходов бюджета, а также занимается оперативным отслеживанием всех недочетов для наиболее быстрого реагирования и нейтрализации имеющейся проблемы.

Среднесрочный период – (от двух или трех до пяти лет) характеризуется оценкой кредитоспособности органов власти, результативности инвестирования в различные доходные активы, анализ тенденций.

В долгосрочном периоде, который рассчитан на пять и более лет, можно говорить о серьезном составлении социально-экономической стратегии региона или муниципального образования, действие на перспективу, проведение SWOT-анализов и составление различных матриц.

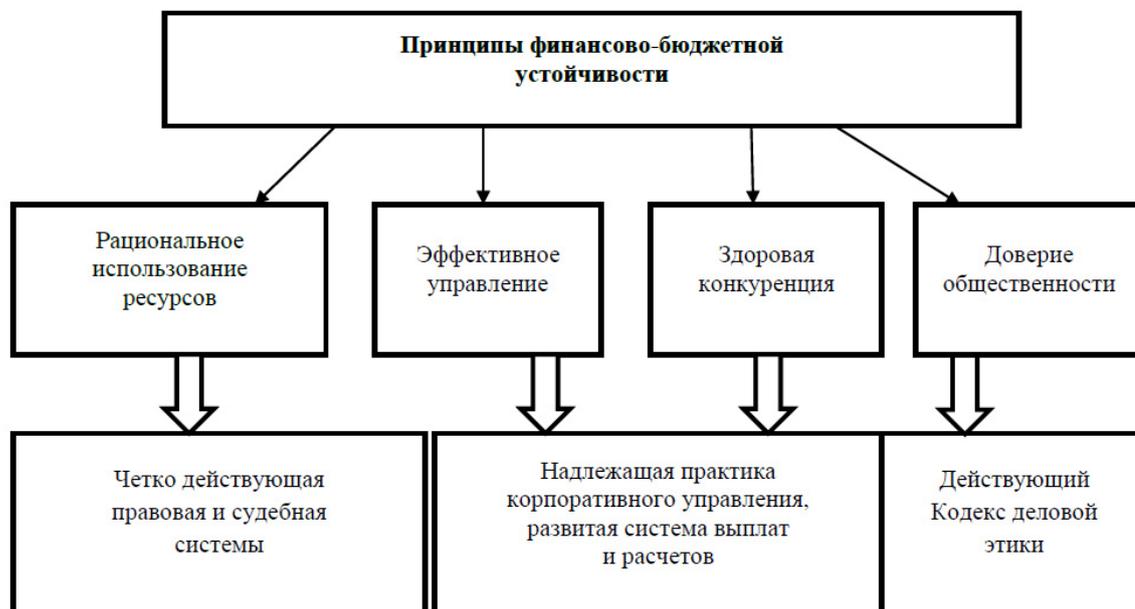


Рис.1. Принципы финансово-бюджетной устойчивости

Источник: Сульженко В.С. "Обеспечение устойчивости бюджетной системы российской федерации в условиях институциональных преобразований / В.С. Сульженко [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://eizvestia.isea.ru>

Выводы.

В заключении приведем ряд советов и методик, которые были разработаны непосредственно для реалий Российской Федерации.

Правило финансовой устойчивости. Регулирование совокупного долга федерального правительства на безопасном уровне в % от ВВП с учетом рейтинга странового риска и уровня долга в иностранной валюте. Разработка долгосрочного целевого показателя уровня государственного долга.

Правила цены на нефть. Федеральный бюджет с корректировками цен на нефть может находиться в состоянии дефицита только в периоды финансирования расходов на реализацию структурных реформ, объем временного дефицита должен корректироваться в соответствии с предельным уровнем в % к ВВП (правило применимо к федеральному бюджету).

Правила баланса структурного бюджета. Правило заключается в поддержке баланса структурного бюджета: бюджет должен строиться с ориентиром на поправку влияния экономических циклов. В странах часто возникает ситуация, когда в условиях экономического роста резко увеличиваются бюджетные расходы, что придает дополнительный рост ВВП. По мере завершения экономического роста сложно сократить государственные расходы и провести их реструктуризацию с целью расширения антициклических расходных компонентов. Страны еврозоны модифицируют бюджетные правила, позволяющие проводить корректировки на цикличность.

ТЕХНОЛОГИИ КОРПОРАТИВНОГО ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Круглова О.И.

студентка кафедры государственных финансов и банковского дела Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
научный руководитель: старший преподаватель, к.э.н. Бекирова С.Э.

Введение. В современных условиях неопределённости рыночной экономики финансовое планирование является важным элементом корпоративного планового процесса на предприятии, поскольку позволяет определить важнейшие показатели, пропорции и темпы расширенного воспроизводства корпорации, а также является основной формой реализации ее основополагающих целей в будущем.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является изучение особенностей и применяемых технологий корпоративного финансового планирования в Российской Федерации.

В соответствии с поставленной целью в работе решены следующие задачи:

1. Раскрыть экономическую сущность понятия «корпоративное финансовое планирование».
2. Изучить процедуру финансового планирования на предприятии.
3. Рассмотреть применяемые технологии корпоративного финансового планирования в Российской Федерации.

Методика исследования построена на применении методов абстракции и конкретизации, индукции и дедукции, а также сравнительного анализа.

Результаты исследования. Корпоративное финансовое планирование – это финансовое планирование деятельности хозяйственных обществ. Требования к корпоративному финансовому планированию отражены в правовых актах, регламентирующих деятельность хозяйственных обществ, порядок эмиссии ценных бумаг, а также в стандартах корпоративного поведения.

Финансовое планирование является необходимой сферой деятельности предприятия, что обусловлено относительной самостоятельностью движения денежных средств по отношению к материально-вещественным элементам. Финансовое планирование осуществляется по следующему сценарию: первые два месяца — по понедельно, далее — помесячно (2—3 месяца), далее — поквартально.

Основными условиями эффективного финансового планирования являются:

- наличие на предприятии технологии, позволяющей составлять точные и обоснованные финансовые и маркетинговые прогнозы, и специалистов, способных эти технологии реализовать;
- система бюджетирования (движения денежных средств, доходов и расходов, планового баланса);
- система учета и контроля за реализацией финансового плана.

В процессе финансового планирования отслеживаются финансовые показатели (на верхнем уровне), а также натуральные показатели. В сводную службу поступают итоговые показатели от каждого подразделения. При необходимости они могут быть детализированы.

Поэтому, процедура финансового планирования включает:

- планирование натуральных показателей;
- планирование по структурным подразделениям.

Говоря о финансовом планировании, необходимо уточнить, что помимо планирования комплексное бюджетирование включает стадии: принятия решений и их реализации, учета и контроля результатов (фиксации факта), анализа фактического состояния (анализа «план—факт»), необходимых корректировок .

При постановке финансового планирования целесообразно использовать, типовую технологию финансового планирования - взаимосвязь между различными бюджетами, в том числе при формировании бюджетного баланса, а также последовательность «план — факт — анализ» (табл.1).

Таблица 1 — Типовая технология корпоративного финансового планирования*

Категория	Сущность
План продаж	Финансовое планирование необходимо начинать с планирования продаж. Готовит план продаж маркетинговая (сбытовая) служба.
План производства	План производства составляется исходя из плана продаж с учетом предполагаемых остатков готовой продукции на складе. Специалисты службы планирования производства (плановый отдел, планово-диспетчерский отдел, цеха) рассчитывают необходимый объем производства под планируемую отгрузку.
План закупок	В соответствии с планом выпуска производственная служба рассчитывает потребности в сырье, основных и вспомогательных материалах и комплектующих.
План по труду	План по труду формируется в соответствии с нормами затрат времени по квалификационным группам рабочих и расценкам их оплаты.
Накладные расходы	Бюджет накладных расходов целесообразно разделить на несколько достаточно автономных бюджетов: бюджет коммерческих расходов; бюджет общепроизводственных расходов, связанный с производством продукции; бюджет административных расходов; бюджет финансовых расходов; бюджет социальных расходов.
Бюджет капитальных вложений	В отличие от остальных планов (бюджетов), бюджет капитальных вложений не привязан к текущей деятельности и текущим доходам, а ориентирован на будущие доходы. Бюджет капитальных вложений влияет на увеличение основных средств и требует оплаты денежными (или другими) средствами.
Поступления	План поступлений показывает сколько средств, когда и в какой форме получит предприятие за проданную продукцию.
Платежи.	Из плана закупок, плана по труду и плана накладных расходов формируется кредиторская задолженность. Погашение кредиторской задолженности фиксируется в плане движения денежных средств в качестве платежей.
Сводный план	Результаты планирования в укрупненном виде представляются финансовой службой в виде сводного плана, включающего баланс, план по прибылям и убыткам и план движения денежных средств.

*Составлено автором на основе

Следует отметить, что финансовый план включает чисто финансовую и производственно-технологическую части. Однако касаясь торговых предприятий, у которых отсутствует производственно-технологическая цепочка, общая схема планирования соответственно упрощается.

Выводы. Таким образом, корпоративное финансовое планирование является неотъемлемой частью общего планирования корпорации, поскольку:

1. Позволяет определить границы финансовых ресурсов, необходимых для реализации планов предприятия.
2. Улучшает координацию действий между структурными подразделениями предприятия.
3. Оперативные планы предоставляют информацию для разработки корпоративной стратегии.

Следовательно, корпоративное финансовое планирование создает возможности для оценки инвестиционной привлекательности отдельных видов деятельности, которые осуществляет или планирует осуществлять в будущем организация.

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В КРЫМУ

Мочалина О.С.

*к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела
Института экономики и управления КФУ*

Введение. Одним из основных источников ресурсов для развития хозяйственной деятельности является кредитование. На сегодняшний день существует множество кредитных программ, которые предлагают коммерческие банки, но кредитные ресурсы все еще остаются недоступными для большинства предпринимателей, юридических и физических лиц, осуществляющих свою деятельность на территории Республики Крым.

Цель исследования – изучить существующие в Республике Крым проблемы, связанные с банковским кредитованием.

Задачи исследования – выявить факторы, негативно влияющие на развитие кредитования в Республике Крым, выделить существующие возможности получения кредита для юридических и физических лиц, функционирующих в Крыму.

Методы исследования – абстрактно-логический, обобщенных статистических показателей, диалектический.

Результаты исследования. В связи с переходом к новым условиям хозяйствования в Республике Крым клиенты коммерческих банков столкнулись с рядом проблем в банковской системе. Бондарь А.П. выделяет четыре этапа интеграции банковской сети Республики Крым в банковскую систему Российской Федерации:

- 1) подготовка и проведение референдума;
- 2) введение переходного периода в финансовой системе с 02.04.2014 года;
- 3) закрытие отделений украинских банков с 06.05.2014 года;
- 4) переход на рублевые наличные и безналичные расчеты граждан и предприятий на территории Крыма с 01.06.2014 года и становление полнофункциональной банковской сети.

В связи с уходом из Крыма украинских банков, в республике резко сократилось количество банковских отделений, что негативно отразилось на возможности осуществления банковских операций и расчетов между организациями. Благодаря активным действиям властей Крыма, за короткий промежуток времени работа банковской системы была восстановлена и на полуострове начали работу российские банки.

Кредитование в Крыму после вхождения в состав Российской Федерации было затруднено. Пришедшие на полуостров российские банки не спешили кредитовать крымчан, так как такая деятельность была связана с очень высокими рисками. Среди основных причин, которые тормозили развитие кредитного рынка банкиры называли такие, как наличие паспортов двух стран у населения Крыма, что повышает риск невозврата кредита. Также отмечают, что в связи с уходом банков, которые ранее работали на территории Крыма, в республике не осталось кредитной истории, основываясь на которую банки могли бы прогнозировать свои риски по кредитованию отдельных лиц. Тем не менее, российские банки возобновили работу по кредитованию в Крыму и по состоянию на 1 сентября 2015 года многие банки предлагают различные кредитные программы, из которых заемщики могут выбрать наиболее подходящую для себя.

Наибольшую долю крымского банковского рынка занимает Российский национальный коммерческий банк. По состоянию на 1 сентября 2015 года РНКБ является одним из немногих банков на полуострове, который предлагает физическим лицам ипотечные кредиты. Срок ипотеки составляет до 15 лет, ставка по кредиту – от 14,95%, при этом первоначальный взнос должен быть не менее 30%. Также банк предоставляет специальные условия по ипотечному кредитованию для военнослужащих.

По потребительскому кредитованию РНКБ предлагает большой спектр программ, рассчитанных на пенсионеров, бюджетных работников, военнослужащих. Однако, следует

отметить, что данные программы предполагают, что данные категории заемщиков получают заработную плату или пенсию на карту РНКБ.

Основные условия кредитных программ РНКБ: сумма – до 500 тысяч рублей, срок – до 3-х лет, процентная ставка – 25,9%. Для руководителей организаций предусмотрена возможность получения льготного кредита с суммой до 1 миллиона рублей, на 3 года, под 21% годовых.

По количеству отделений и банкоматов в Республике Крым второе место занимает Генбанк. Однако, программы кредитования в этом банке не так развиты. Есть несколько предложений по кредитованию физических лиц, а также внедряется программа по автокредитованию.

Банк «Рублев» также предлагает программы по ипотечному и потребительскому кредитованию. Ипотека может предоставляться на срок до 25 лет, ставка по кредиту – от 15,25% до 18,25%. Первоначальный взнос должен составлять от 30 до 50% от стоимости жилья. Банк предлагает льготную программу ипотечного кредитования для молодых семей, а также дает возможность использовать для покупки квартиры материнский капитал.

Условия потребительского кредитования в Банке «Рублев»: срок – до 10 лет, ставка – 18% годовых. Однако, такой кредит выдается только под залог недвижимости и может составлять до 50% от стоимости объекта.

Джаст Банк предлагает автокредитование на автомобили Luxgen: сумма – до 600 тысяч рублей, срок кредита – до 1 года, первоначальный взнос – от 50% стоимости автомобиля.

Банк Россия предлагает потребительские кредиты, ипотечные и автокредит.

Ипотека выдается на вторичное жилье, срок кредита – до 25 лет, сумма – до 15 миллионов рублей, ставка – от 17,5%, первоначальный взнос – от 50%.

Условия потребительского кредита в Банке Россия: срок кредита – до 5 лет, сумма – до 750 тысяч рублей, ставка – 22-25%. Данные программы рассчитаны на партнеров банка, его клиентов и работников бюджетной сферы.

Условия автокредитования: срок кредита – до 5 лет, сумма – до 5 миллионов рублей, ставка – 19,5-22,75%. По данной программе можно получить кредит на покупку нового автомобиля российского или иностранного производства.

К сожалению, кредитные организации проявляют низкую заинтересованность в кредитовании сельского хозяйства в Крыму. Так, на 01.01.2015г. удельный вес таких кредитов сельскому хозяйству, охоте и лесному хозяйству в совокупном кредитном портфеле кредитных организаций Республики Крым составил всего 0,2%, в то время как в целом по Российской Федерации – 1,3%. Поэтому будет осуществляться государственная поддержка данной сферы посредством предоставления субсидий из средств федерального бюджета бюджету Республики Крым на условиях софинансирования при условии финансирования за счет средств бюджета Республики Крым возмещения части затрат на уплату процентов по краткосрочным и инвестиционным кредитам, полученным в российских кредитных организациях и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах.

Выводы. Таким образом, в Республике Крым начался процесс развития кредитования в новых условиях функционирования, возникших в результате вхождения Республики Крым в состав Российской Федерации. Также можно предложить использовать в Крыму такие направления поддержки процесса кредитования, как государственная поддержка предпринимателей, льготное кредитование отдельных сфер деятельности, льготное кредитование молодых семей, создание кредитных товариществ с коллективной ответственностью, поддержка государственного аграрного банка, а также создание областных фондов взаимопомощи. Все это будет способствовать росту объема кредитных ресурсов, доступ к которым будут иметь предприниматели и физические лица.

РАСХОДЫ НА ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Мустафаева Ф.А.¹

¹студентка Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

научный руководитель: к.э.н., доцент Бондарь А.П., к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела

Введение. В данной работе проводится анализ динамики расходов на образование в структуре консолидированного бюджета Российской Федерации, поскольку современное состояние образования обычно характеризуется в первую очередь с позиций недостаточности бюджетных средств, выделяемых для обеспечения функционирования данной сферы деятельности. В этой связи, анализ динамики расходов на образование представляется весьма актуальным.

Цель и задачи. Целью работы является анализ финансирования образования в структуре консолидированного бюджета РФ, выявление проблем расходования бюджетных средств в данную сферу и поиск путей их решения.

Результаты исследований.

Расходы на образование являются одним из важнейших показателей социального развития, отражающих степень внимания государства к образованию граждан. Инвестиции в образование – не только важный способ увеличения человеческого капитала страны и улучшения перспектив экономического развития, но и расширение кругозора людей, обеспечение возможности самореализации, также образование способствует материальному благополучию граждан и их здоровому образу жизни.

Анализ показал, что в целом объемы бюджетных расходов на систему образования в структуре консолидированного бюджета Российской Федерации с учетом реализуемых социальных проектов и программ увеличились за период 2010–2014 годов в 3,7 раза. Доля расходов на образование в расходах консолидированного бюджета Российской Федерации ежегодно составляет около 11%.

Следует также отметить, что по состоянию на 01.03.2015 года из 6-ти основных статей расходов консолидированного бюджета РФ расходы на образование занимают 3-е место (после расходов на национальную оборону и социальную политику). Это говорит о том, что в нашем государстве вопрос образования стоит не на последнем месте.

Проведя анализ в разрезе структурного распределения бюджетных ресурсов на образование, можно выявить следующие показатели.

Наибольшая доля государственных (муниципальных) расходов приходится на общее образование из-за длительности обучения и большего охвата населения.

Увеличение расходов на общее и профессиональное образование связано в последние годы с реализацией различных программ и проектов, направленных на обеспечение конкурентоспособности российского образования, повышение соответствия потребностям рынка труда, а увеличение расходов на дошкольное образование – с введением новых мест, необходимостью их оборудования, содержания (в том числе в связи с увеличением численности соответствующего персонала). Одной из таких программ является государственная программа Российской Федерации «Развитие образования». В рамках этой программы объем расходов инвестиционного характера в 2014 – 2017 году составит 74,27 млрд. рублей или 4,19% от общего объема средств ГПРО по разделу «Образование». Наибольшая доля расходов инвестиционного характера в рамках ГПРО приходится на строительство объектов в рамках Федеральной целевой программы развитие образования (с учетом бюджетных ассигнований, зарезервированных на реализацию Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 годы) и составляет 60,68% или 45,07 млрд. руб. Наибольший объем расходов инвестиционного

характера в рамках ГПРО запланирован на 2017 год и составляет 28,88% или 21,45 млрд. рублей от общего объёма расходов инвестиционного характера.

Говоря о перспективах финансирования образования в РФ, можно отметить следующее:

- в 2014 году из федерального бюджета было выделено 616,78 млрд. руб на образование, что на 6,28 млрд руб. больше, чем планируется затратить в 2015 году. В 2016-2017 гг этот показатель незначительно возрастает.

Вывод.

Таким образом, проведенный анализ показал, что в Российской Федерации за последние 5 лет уровень расходов на образование не уменьшается, учитывая демографическую специфику, особенности экономической ситуации.

Но вместе с тем модернизационные и оптимизационные процессы последних лет, роль которых отражается прежде всего на изменении структуры сети (укрупнении образовательных организаций) и повышении эффективности расходования выделяемых средств, также не привели к существенному снижению общего уровня расходов на образование.

В связи с чем Россия находится на 36 месте в рейтинге стран мира по уровню образования. Каковы причины этого? На мой взгляд, это:

- Во-первых, неэффективное и нецелевое использование бюджетных средств, выделяемых на образование.

- Во-вторых, устаревшая материально-техническая база учебных заведений.

- В-третьих, доступность высшего образования.

В связи с этим можно предложить следующие пути решения данных проблем:

1. Подвергать жесткому контролю использование государственных ассигнований в сферу образования;

2. Сократить длительность обучения на уровне общего образования, куда, собственно, и направляется основная часть выделяемых государством средств на образование;

3. Обновить материально-техническую базу учебных заведений. Например, вместо дорогостоящего выпуска книг и учебных пособий можно предоставлять ученикам школ портативные устройства, где в электронном варианте будут находиться данные пособия;

4. Сделать высшее образование менее доступным.

ХЕДЖЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ БАНКОВСКОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Перзекке Н.Б.

к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Одной из самых больших проблем развития инвестиционного кредитования является его высокая рискованность. Поэтому перед банками возникает актуальная задача уменьшения рисков при проведении инвестиционного кредитования наряду с его активизацией. Одним из механизмов предотвращения значительного количества рисков для банка одновременно с выполнением функции инвестиционного кредитора является привлечение к этому процессу третьей стороны и ограничение собственного участия лишь ролью посредника.

Цель и задачи исследования. Изучение существующих возможностей переложения части риска банковского инвестиционного кредитования на третью сторону и выбор оптимального варианта.

Методика исследования. Для решения поставленных задач использовались системно-структурный и другие методы исследования.

Результаты исследования. Внедрение новых механизмов управления банковскими проблемными кредитами всегда способствовало оздоровлению банковской системы и повышению эффективности ее функционирования в целом. Сегодня в мировой практике достаточно распространенным способом уменьшения кредитных рисков является продажа проблемных кредитов паевым инвестиционным фондам (фондам взаимного инвестирования). Это достаточно новый и потенциально эффективный способ очистки активов банка от проблемных составляющих. Начиная с конца 2000-х гг. за рубежом успешно начинается и проходит процесс образования кредитных фондов. Основными целями кредитных фондов являются инвестирование и реструктуризация. Инвестиционная цель заключается в покупке плохой задолженности с дисконтом и ее последующее размещение с целью получения дохода. Что касается другой функции, то она реализуется следующим путем: банк переводит из собственного баланса плохие кредиты на баланс кредитного фонда, а взамен им получает долю в фонде (пай), под которую не нужно формировать резервы. Описанный тип фондов может быть использован для секьюритизации портфеля кредитов путем эмиссии под него инвестиционных сертификатов (акций) и рефинансирования таких проблемных кредитов путем продажи инвестиционных сертификатов на рынке ценных бумаг. Следует отметить, что кредитные ПИФы не только выкупают кредитные обязательства, но и сами осуществляют кредитование за счет капитала фонда, а также привлекают кредиты. Стоит также отметить, что такие фонды традиционно являются закрытыми ПИФами, а их участники - квалифицированные частные инвесторы.

В России деятельность кредитных инвестиционных фондов также является достаточно распространенной. Отечественное законодательство выделяет виды инвестиционных фондов в зависимости от направлений вложений, поэтому возможно функционирование кредитных фондов, фондов недвижимости и тому подобное. Правда, их деятельность регулируется отдельными законодательными актами. На сегодняшний день в России действует более 70 таких фондов, а следовательно можно констатировать, что такой инструмент снижения инвестиционных рисков при наращивании темпов кредитования является весьма привлекательным для российских банков. Кроме того, кредитные инвестиционные фонды успешно использовались в России для очистки балансов банков от «плохих» кредитов.

Для активизации инвестиционного кредитования и совершенствования деятельности кредитных фондов целесообразным является создание нового вида инвестиционных фондов - хеджевых инвестиционных фондов (ХИФ).

Что касается сферы деятельности, то они займут место между венчурными фондами и паевыми инвестиционными фондами. Отличие ХИФа от венчурного фонда заключается в том, что главной целью венчурного фонда является поиск ценных бумаг, которые не торгуются на биржах, и в ближайшем будущем планируют выход на биржи. Надеясь на стремительный рост цены таких ценных бумаг, венчурные фонды покупают их и зарабатывают на этом. Стратегия достаточно рискованная, учитывая непредсказуемость рынка ценных бумаг и низкий удельный вес его организованной части. Мы предлагаем определить главной целью ХИФа кредитование развития предприятий. Данное кредитование может происходить в разных формах - традиционный кредит, покупка долговых ценных бумаг, инвестиции в капитал. Главное, чтобы цель кредитования заключалась в использовании полученных от фонда средств на эффективное развитие предприятия - за счет реализации инновационных проектов, выхода на новые рынки, модернизации и расширения производства. При этом ХИФам будет запрещено держать акции предприятий в своем портфеле менее 1 года, для того чтобы исключить спекулятивную торговлю.

Нами предлагается также создание биржи инвестиционных проектов. Созданная в форме некоммерческой организации, биржа будет аккумулировать предложения предприятий (инвестиционные проекты), собирая всю необходимую техническую и финансовую информацию. Для публичного доступа будут доступны данные о продолжительности проекта, сферы его реализации, желаемой суммы инвестиций и краткое описание проекта. ХИФы - участники биржи, получают доступ ко всей документации, касающейся реализации проекта при условии соблюдения требований коммерческой тайны. Таким образом, инвестиционный проект, прежде чем попасть на рассмотрение ХИФу, проходит первоначальную экспертизу на бирже, что экономит в дальнейшем банкам время и ресурсы при оценке проектов.

Выводы. Создание в России и странах с посттрансформационной экономикой новых институтов в рамках финансового рынка - хеджевых инвестиционных фондов и биржи инвестиционных проектов позволит значительно расширить спектр применения инвестиционного кредитования, соединив его банковскую форму с фондовыми инструментами и институтами. При этом банки получают возможность осуществлять инвестиционное кредитование практически без рисков, поскольку банк рискует средствами клиентов, при этом несет ограниченную ответственность и сохраняет полный контроль над инвестиционным процессом. Оставаясь по своей сути кредитной операцией, финансирование инвестиционных проектов при такой схеме может происходить за счет широкого спектра фондовых инструментов, простейшими из которых является покупка долговых ценных бумаг реципиента инвестиционных средств или выкуп ХИФом акций с обязательством их обратной продажи по завершению реализации инвестиционного проекта. Партнеры ХИФа получают возможность заработать большую прибыль по сравнению с вложением в депозит, при низком уровне риска, который достигается благодаря совместному участию партнеров и банка в отборе проектов, контроле за реализацией проекта и участия биржи инвестиционных проектов. Со стороны государства достигается положительный эффект за счет активизации инвестиционных процессов в экономике, расширение возможностей по модернизации основных фондов отечественных предприятий, возможности непосредственного участия государства в поддержке финансирования развития стратегически и общественно важных проектов.

ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Садовская А.В.

студентка кафедры государственных финансов и банковского дела Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
научный руководитель: старший преподаватель, к.э.н. Бекирова С.Э.

Введение. Одним из важных инструментов управления предприятием в условиях рыночной экономики является бюджетное планирование (бюджетирование). Технология бюджетирования предусматривает сопоставление плановых значений показателей деятельности на текущий момент с фактическими для принятия управленческих решений. Бюджетирование рассматривается как универсальный инструмент управления, направленный на организацию и оптимизацию системы бизнеса с целью повышения его конкурентоспособности. Современные тенденции в области управления определяют, что построение системы бюджетирования должно основываться на глубоком изучении рынка, понимании клиентуры и контрагентов предприятия, вовлечении в процесс бюджетирования и управления предприятием большого количества руководителей и специалистов разного уровня ответственности.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является изучение особенностей бюджетирования строительных компаний.

В соответствии с поставленной целью в работе решены следующие задачи:

4. Раскрыть экономическую сущность понятия «бюджетирование».
5. Изучить процедуру бюджетирования на предприятии.
6. Рассмотреть, как применяется бюджетирование в строительных компаниях.

Методика исследования построена на применении методов абстракции и конкретизации, индукции и дедукции, а также сравнительного анализа.

Результаты исследования. Бюджетирование представляет, процесс составления финансовых планов и смет, а с другой - управленческая технология, предназначенная для выработки и повышения финансовой обоснованности принимаемых управленческих решений. Его можно рассматривать как один из инструментов управления предприятием.

Бюджетирование - включает процесс планирования, контроля, анализа и корректировки финансово-экономического состояния предприятия с распределением ответственности за итоги работы, результаты которого оформляются системой бюджетов.

Сущность бюджетирования заключается, прежде всего, в том, что бюджетирование представляет собой механизм, посредством которого происходит управление текущими (краткосрочными) целями предприятия, а реализация процесса бюджетирования есть повседневная деятельность предприятия.

Бюджетирование как система представляет собой интеграцию таких основных функций управления как:

1. Планирование;
2. Организация;
3. Учет;
4. Контроль;
5. Анализ;
6. Регулирование деятельности предприятия.

Специфика управленческого учета и бюджетирования в строительных компаниях объясняется такими особенностями отрасли, как продолжительность и уникальность проектов, многочисленные стадии согласования проекта, необходимость составления смет и т. д. Поэтому процесс формирования бюджета строительства должен быть связан с проектно-сметной деятельностью. Это отражается в первую очередь на составе статей бюджета и методике их планирования.

Финансовые директора, переходящие в строительные компании из других отраслей, часто сталкиваются с непривычным способом ведения бизнеса. Среди особенностей строительной отрасли, оказывающих влияние на финансовое управление, можно выделить следующие:

- высокая степень государственного регулирования;
- продолжительность инвестиционного цикла;
- уникальность строительных проектов.
- составление проектно-сметной документации обязательно для каждого строительного проекта, а от грамотного составления сметы на этапе проектирования в конечном итоге зависит финансовый результат проекта;
- организационная структура;
- консервативность персонала;
- низкая квалификация персонала.

Перечисленные особенности повышают риски при реализации строительных проектов. Снизить эти риски можно путем создания эффективной системы управления внутри компании, в частности внедрения системы управленческого учета и бюджетирования.

Для компаний, ведущих одновременно несколько проектов, как правило возникают трудности с корректным отнесением общехозяйственных затрат на конкретные проекты. Возникает проблема выбора метода, которым будет производиться распределение. Универсальной формулы не существует, но наиболее эффективным подходом является выделение экономических показателей проектов отдельно от общехозяйственных затрат (директ-костинг). При этом общехозяйственные расходы на рентабельность проекта не влияют, а используются при расчете экономических показателей в целом по компании. Соответственно экономические показатели делятся на:

- рентабельность по проектам – используется для принятия ключевых решений по проектам.
- рентабельность деятельности компании – используется для управления компании в целом.

Преимущества данного подхода заключаются в том, что экономические показатели проектов не искажаются величиной постоянных затрат и методикой их распределения по проектам. Решения, принимаемые по проектам, будут более взвешенными, а контроль затрат будет осуществляться более эффективно.

Один из недостатков — требование, чтобы собственники компании, реализующей несколько инвестиционных проектов, определяли такой набор плановых показателей доходности проектов, который бы покрывал текущие постоянные расходы и обеспечивал прибыль в ожидаемом объеме.

Выводы. Таким образом, нужно сделать один очень важный вывод – если в строительной компании не наладить четкое производственное планирование, то никакое бюджетирование там работать не будет.

В строительных компаниях нужно по каждому объекту составлять четкий план в котором, прежде всего, должны быть расписаны объемы используемых материальных и трудовых ресурсов. И только потом на основании этого плана должны составляться сметы, которые в дальнейшем будут консолидироваться в финансовые бюджеты.

СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ В РФ.

Харченко В. А.

Ст. преподаватель кафедры Государственные финансы и банковское дело

Введение. Система социальной защиты населения — один из основополагающих институтов человеческой цивилизации. В современном обществе он осуществляет перераспределение средств и ресурсов в пользу социально слабозащищенных категорий населения. Необходимость изучения этой проблемы обусловлена снижением уровня жизни и социальной защищенности значительной части населения страны в ходе экономических санкций.

Цель и задачи. Рассмотреть теоретические аспекты функционирования социальной защиты населения, выявить основные виды социальной защиты населения в РФ, проанализировать состояние данной сферы в период с 2007-2014 годы.

Результаты исследования. Российская Федерация, согласно действующей Конституции России (ст.7), является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека.

Под социальным государством следует понимать определенный этап развития правового государства, на котором гарантируются стандарты материальной жизнедеятельности для всех граждан, позволяющие реализовывать право на частную и публичную автономию. Для обеспечения социальной стабильности в России сформирована многосторонняя система защиты населения, которая охватила механизм социального страхования, включая обязательное медицинское страхование, коллективное страхование работников от производственного травматизма за счет работодателей (на основе соответствующих договоров), развитие индивидуального страхования за счет доходов граждан, сочетающего страхование от несчастных случаев с долгосрочным страхованием жизни и пенсионным страхованием.

На данный момент в РФ применяются 5 видов расходов на социальную защиту населения.

Пенсии:

1. обязательное пенсионное страхование
2. пенсии по государственному пенсионному обеспечению
3. дополнительное пенсионное обеспечение
4. расходы по накопительной составляющей бюджета ПФР и пр.

Меры страхового типа:

1. пособия по временной нетрудоспособности
2. пособия в связи материнством (гражданам, подлежащим и не подлежащим обязательному социальному страхованию) и пр.

Меры в области содействия занятости населения:

1. осуществление полномочий Российской Федерации в области содействия занятости населения,
2. региональные программы дополнительных мероприятий по снижению напряженности на рынке труда,
3. пособия по безработице

Меры социальной помощи:

1. натуральные льготы или их денежный эквивалент
2. регулярные и единовременные денежные выплаты
3. адресные социальные программы для малообеспеченных
4. отдельные виды нестраховой социальной поддержки семей с детьми
5. другие виды пособий и социальной помощи

Другие расходы на социальную сферу

Уровень финансирования данных видов расходов по данным отчетности Росстата в общей оценке структуры совокупных государственных расходов, составляет более пятой части величины валового внутреннего продукта страны в целом.

Такие результаты удалось достичь благодаря долгосрочному социально-экономическому развитию страны. Удельный вес расходов бюджетной системы на социальную защиту на данном этапе в объеме ВВП вырос в 1,5 раза (в 2009 году свою роль в этом сыграло и кризисное сокращение ВВП — на 7% в текущих ценах от уровня 2008 года). В 2013 году он превысил 13% ВВП, немного не достигнув повторения максимума 2010 года (13,6%). В 2014 году вновь стал снижаться (до 11,9%), тем не менее, значительно превосходя тот уровень, достижение которого прогнозировалось к 2020 году (до 9–9,8% ВВП) (рисунок 2).

С 2008 по 2013 годы финансирование социальной защиты ежегодно возрастало на 20–30%, существенно обгоняя по темпам роста и расходы бюджетной системы в целом, и остальные социальные направления. В 2009–2010 годах такую динамику обеспечили возросшие объемы трансфертов из федерального бюджета, необходимых для масштабного увеличения пенсионных выплат («валоризация пенсий», федеральная социальная доплата к пенсии) и обеспечения сбалансированности бюджета Пенсионного фонда.

В 2014 года, вследствие принятия санкций и снижения объемов аккумуляции основных бюджетобразующих источников, в целом по стране приток финансирования в социальные отрасли стал менее интенсивным. Наиболее резко «затормозил» свои социальные расходы федеральный бюджет: за последние два года, номинальный объем уменьшился на 9%. По отдельным направлениям ежегодная динамика разная: в социальной защите отрицательные приросты мы наблюдаем уже в течение двух лет.

Такие результаты удалось достичь благодаря долгосрочному социально-экономическому развитию страны. Удельный вес расходов бюджетной системы на социальную защиту на данном этапе в объеме ВВП вырос в 1,5 раза (в 2009 году свою роль в этом сыграло и кризисное сокращение ВВП — на 7% в текущих ценах от уровня 2008 года). В 2013 году он превысил 13% ВВП, немного не достигнув повторения максимума 2010 года (13,6%). В 2014 году вновь стал снижаться (до 11,9%), тем не менее, значительно превосходя тот уровень, достижение которого прогнозировалось к 2020 году (до 9–9,8% ВВП) (рисунок 2).

С 2008 по 2013 годы финансирование социальной защиты ежегодно возрастало на 20–30%, существенно обгоняя по темпам роста и расходы бюджетной системы в целом, и остальные социальные направления. В 2009–2010 годах такую динамику обеспечили возросшие объемы трансфертов из федерального бюджета, необходимых для масштабного увеличения пенсионных выплат («валоризация пенсий», федеральная социальная доплата к пенсии) и обеспечения сбалансированности бюджета Пенсионного фонда.

В 2014 года, вследствие принятия санкций и снижения объемов аккумуляции основных бюджетобразующих источников, в целом по стране приток финансирования в социальные отрасли стал менее интенсивным. Наиболее резко «затормозил» свои социальные расходы федеральный бюджет: за последние два года, номинальный объем уменьшился на 9%. По отдельным направлениям ежегодная динамика разная: в социальной защите отрицательные приросты мы наблюдаем уже в течение двух лет. Для дальнейшей оптимизации механизма предоставления социальной защиты населения в России с 1 января 2015 года вступил в силу Федеральный закон 28 декабря 2013 года № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» (в ред. Федерального закона от 21 июля 2014 года № 256-ФЗ), в котором учтены все современные требования к правилам и нормам в сфере социального обслуживания.

Выводы. Реализация механизмов социальной защиты населения обуславливает прежде всего ресурсное обеспечение, которое включает: определение потребностей в материальных (денежных и натуральных) и трудовых (профессиональных кадрах и добровольцах),

необходимых для оказания различных форм социальной помощи и поддержки населения; оценку общего объема ресурсов в денежном и натуральном выражении на основе нормативов, разрабатываемых и утверждаемых федеральными и территориальными органами управления, для обеспечения различных социальных программ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ РЕГУЛЯТОРНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

Шаповалова И.М.

к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Одной из важнейших задач государственного регулирования социально-экономического развития является качественная оценка социально-экономических процессов, что дает возможность оперативно получать информацию о состоянии финансового механизма и оперативно решать возникающие проблемы.

Сложившаяся к настоящему моменту глубокая дифференциация основных социально-экономических процессов в регионах страны, а также достаточно противоречивые тенденции развития государства в целом обуславливают необходимость дать комплексную объективную оценку развития финансового механизма реализации регуляторной политики государства. Поскольку прежде чем предлагать меры по улучшению функционирования финансового механизма, необходимо рассмотреть его современное состояние и основные тенденции его развития.

Цель и задачи. Целью исследования является разработка методических положений функционирования финансового механизма регуляторной политики социально-экономического развития и рекомендаций по стимулированию социально-экономического развития. Реализация поставленной цели обусловила постановку и решение следующих основных задач: разработать методiku проведения оценки финансового механизма государственного регулирования социально-экономического развития; обосновать приоритетные направления стимулирования социально-экономического развития региона.

Методика исследования. При проведении исследования использовались результаты фундаментальных и прикладных разработок, а также труды отечественных и зарубежных ученых в сфере государственного управления социально-экономическим развитием. Достижение цели исследования основывалось на использовании совокупности научных методов: 1) методы эмпирических и теоретических исследований: анализ, синтез, индукция, дедукция, логическое обобщение, сравнение; 2) экономико-статистические методы: индексный метод, анализ рядов динамики, сведение и группировка; 3) эконометрические методы и элементы теории вероятностей; 4) графический метод.

Результаты исследования. Одной из важнейших задач государственного регулирования социально-экономического развития является оценка социально-экономических процессов, дающая возможность оперативно получать информацию о состоянии финансового механизма и своевременно решать возникающие проблемы.

На данный момент разработан ряд методик оценки уровня социально-экономического развития, которые отличаются критериями оценки, набором показателей и т.д.

Практика показывает, что при проведении анализа регуляторной политики социально-экономического развития крайне важно обосновать применение конкретных показателей и способов их расчета. Вместе с тем необходимо учесть, что наибольшей глубины анализа можно достичь при конструировании иерархической системы индикаторов, используя соответствующие интегральные показатели.

Проведение комплексной оценки состояния финансового механизма государственного регулирования должно базироваться на следующих основных принципах: системность проведения оценки; комплексность оценки; выбор наиболее репрезентативных показателей для оценки всех аспектов социально-экономического развития; максимальная адаптация системы используемых показателей к существующей статистической отчетности; обеспечение наибольшей информативности полученных результатов; достижение приемлемого уровня вариативности полученных оценок с учетом возможности корректного использования методов экономико-статистических исследований полученных результатов; максимально возможное соответствие системы показателей задачам прогнозирования социально-экономического развития.

В схему проведения оценки предлагается включить анализ показателей развития трех секторов: производственно-хозяйственного, социального и инвестиционно-инновационного. Такое деление связано с выделением приоритетных направлений в социально-экономическом развитии Республики Крым.

Поскольку система показателей для проведения оценки содержит показатели, измеряемые в различных величинах, что значительно затрудняет их анализ, то для решения этой проблемы предлагается нормировать показатели, характеризующие состояние каждого сектора в соответствии с авторской методикой, которая дает возможность обойти имеющиеся в других аналогичных методиках недостатки.

Методика проведения комплексной оценки финансового механизма государственного регулирования социально-экономического развития предусматривает расчет комплексного показателя – индекса развития финансового механизма, который позволит обобщить результаты проведенного анализа и обеспечит сравнимость результатов анализа по регионам Республики Крым.

Рассчитанные на основе разработанной методики индексы развития секторов, входящих в состав финансового механизма, свидетельствуют о значительных диспропорциях на региональном уровне в Республике Крым во всех сферах, что в дальнейшем может привести к усугублению разбалансированности финансового механизма и дезинтеграции регионального развития.

В качестве инструмента повышения эффективности государственной регуляторной политики предлагаются региональные стратегии развития. Механизм разработки региональной стратегии должен включать в себя: проведение комплексного анализа внутреннего состояния региона; изучение внешней среды с оценкой угроз и поиском потенциальных перспективных областей для развития; обоснование стратегических целей и сценариев развития; определение организационных форм и рычагов воплощения плана; осуществление мониторинга реализации стратегии; оценка эффективности реализации стратегических мероприятий. Стратегии регионального развития, как инструмент стимулирования социально-экономического развития, - это документ, который принят в установленном порядке, имеет определенный срок действия, подкрепляется соответствующими расходами, может быть быстро адаптирован к изменениям внешних условий.

Разнообразие выявленных проблем социально-экономического развития регионов Республики Крым требует селективного подхода к выбору стратегии регионального развития исходя из ситуации в каждом регионе в отдельности. В результате проведенного исследования были разработаны десять типов стратегических планов регионального развития в зависимости от уровня развития каждой подсистемы в структуре финансового механизма и степени его сбалансированности: стратегия устойчивого развития и роста, стратегия сбалансированного развития, стратегия приоритетного развития инвестиционно-инновационного сектора, стратегия приоритетного развития социального сектора, стратегия приоритетного развития производственно-хозяйственного сектора, стратегия приоритетного развития социального и инвестиционно-инновационного секторов, стратегия приоритетного развития производственно-хозяйственного и социального секторов, стратегия приоритетного

развития производственно-хозяйственного и инвестиционно-инновационного секторов, стратегия стабилизации, стратегия стабилизации и сбалансированного развития. Необходимо отметить, что эффективное применение указанных стратегий в реальной ситуации возможно только при условии обеспечения возможности их корректировки на протяжении периода их использования, что позволит исключить возможные ошибки и неточности в процессе реализации

Выводы. Оценка финансового механизма реализации государственной регуляторной политики является достаточно сложным процессом, поскольку должна отразить, с одной стороны, уровень достижения целей и интересов субъекта федерации, а с другой – его вклад в достижение целей государства в целом. На основе результатов оценки определяются приоритетные направления стимулирования социально-экономического развития, формируется база для проведения дальнейших исследований. Необходимо отдельно отметить, что применение разработанной методики не ограничивается исключительно финансовым механизмом реализации регуляторной политики государства и может колебаться от микросреды конкретного региона или даже предприятия до макросреды целого государства или группы государств. Соответственно, это будет влиять на выбор показателей и количество отраслей для анализа, в зависимости от целей проведения оценки.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЬЮКТУРЫ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Швабий И.И.¹,

¹ студент кафедры мировой экономики Института экономики и управления КФУ
Научный руководитель: Бондарь А.П., к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела

Введение. Развитая банковская система – залог высокого уровня развития государства и качества предоставляемых банковских услуг. Она обеспечивает финансовое распределение и перераспределение как внутри отдельных регионов, так и между ними.

До присоединения Крыма к территории России в нем функционировало свыше 180 финансово-кредитных организаций, которые обладали сетью в тысячу отделений. На каждые 100 000 жителей приходилось около 52 отделений. Данный показатель был выше среднего показателя по Украине, где, согласно данным Независимой ассоциации банков, на это же количество человек приходится около 44 отделений.

Весной 2014 года Национальный банк Украины дал распоряжение об остановке деятельности украинских банков в Крыму. В течение месяца, после данного решения, полноценно на полуострове работал единственный банк «Надра». Все остальные закрылись сразу или обслуживали только своих клиентов. Уже в начале лета украинских банков в Крыму не осталось.

Цель и задачи исследования изучить современную конъюнктуру банковской сферы в Крымском федеральном округе, выявить основные сложности переходного периода и рассмотреть возможные тенденции развития.

Результаты исследований. Проведя анализ банковской системы Крыма, следует отметить, что процесс ухода банковских учреждений оставил жителей Крыма без возможности пользоваться всем спектром банковских услуг, проводить оплату счетов, а также заморозил выплату кредитов и возврат вкладов. На сегодняшний день выплатой компенсаций сейчас занимается Фонд защиты вкладчиков Крыма, созданный Агентством по страхованию вкладов.

Фонд защиты вкладчиков принял от жителей Крыма более 90% от ожидаемого количества заявлений о компенсациях, это около 206 тысяч потерявших вклады жителей Крыма. Фонд принял решения по 133 тысячи из них. Банкам-агентам было переведено 14,9 млрд. рублей для проведения выплат. По прогнозам, общая сумма выплат планируется в размере 30-35 миллиардов рублей.

В России компенсации клиентам банков выплачиваются через Агентство по страхованию вкладов, куда кредитные организации делают определенные отчисления. В Крыму эта схема не действует, так как ушедшие с территории полуострова банки не были в системе АСВ. Поэтому выплаты происходят за счет полученного от ЦБ РФ кредита.

Все движимое и недвижимое имущество сейчас передается в аренду действующим в Крыму банкам. Это, прежде всего, РНКБ и Генбанк. Предоставление аренды было в пользу тех, кто предложил наиболее выгодные условия. До конца года Фонд надеется получить на этих сделках около 250 млн. рублей.

На данный момент банковская система в Крыму активно восстанавливается и реорганизуется. Зарегистрированные в Крыму кредитные учреждения «ЧБРР» и Банк «Морской» приняли предложение работать по российским стандартам и перешли совершенно в другое правовое поле.

Свои отделения в Крыму уже открыли свыше двадцати российских банков. Однако только пять из них входят в ТОП-170 крупнейших учреждений России. Далее следуют шесть банков из третьей сотни и остальные одиннадцать из второй половины рейтинга, включающего в общей сложности свыше 700 организаций.

Такие крупные федеральные банки, как Сбербанк России, ВТБ, Альфа-Банк и прочие, не планируют открывать свои филиалы в Крыму, так как опасаются возможных санкций со стороны Запада, а также проблем с бизнесом на территории Украины, где их позиции достаточно сильны, и потери могут быть значительными.

Сложности начала работы в Крыму для многих мелких банков вызвано неустойчивостью их бизнеса в родном регионе или даже желанием снизить риск штрафных санкций со стороны ЦБ РФ. Так, например, банк «Смолевич» в конце прошлого и в начале текущего года имел проблемы с выполнением нормативов ликвидности, о чем был предупрежден Центробанком. В «ФИА-Банке», который зашел в Крым, сейчас проводится проверка ЦБ РФ.

Так же к проблемам банков следует организационный момент, связанный с арендой движимого и недвижимого имущества. Фонд защиты вкладчиков, который сейчас распоряжается имуществом Ощадбанка и Приватбанка, сдавая его в аренду на неопределенный срок - до отмены судебных решений о передаче имущества. Если Ощадбанк и Приватбанк расплатятся со всеми своими кредиторами в Крыму, судебные решения будут отменены.

Следует отметить нерешенность проблемы услуг, не предоставляемых банками на территории Крыма. Определенные проблемы возникли с денежными переводами физических лиц. Так, из крупнейших российских и зарубежных систем международных денежных переводов информация о наличии пунктов выплаты и отправки в Крыму есть только у системы Contact, «Лидер» и «Золотая корона», однако и они не всегда функционируют в полной мере.

Кредитные учреждения проявляют невысокую заинтересованность в кредитовании предприятий, особенно сельского хозяйства в Крыму. Так, на начало 2015 года удельный вес таких кредитов сельскому хозяйству, охоте и лесному хозяйству в совокупном кредитном портфеле кредитных организаций Республики Крым составил всего 0,2%, в то время как в целом по Российской Федерации – 1,3%. В абсолютном выражении объемы задолженности потаким кредитам составили всего лишь 20,1 млн. руб.

Актуальным является вопрос об обслуживании пластиковых карт. Сразу встает вопрос о доступности системы банкоматов Крыма, которая сейчас насчитывает 350 устройств, из которых 225 – банкоматы РНКБ, второе место занимает «Генбанк». Соответственно доступ к

средствам на своих картах жители и, особенно, гости Крыма могут пока получить с большими трудностями, что негативно сказывается на престиже крымского туризма. Снять в банкоматах можно средства по картам системы ПРО 100. С международными Visa и MasterCard работает РНКБ и Генбанк. За снятие денег банки не берут комиссии.

Выводы. Для решения проблемы пластиковых карт, крупнейшим банком Крыма РНКБ принято решение о переходе на более мощную денежную систему «Мир». Активные переговоры Российской Федерации со странами Запада дают возможность наладить экономические отношения и в перспективе ослабить или даже снять санкции, что позволит стабилизировать экономическую обстановку в регионе.

У небольших банков действительно есть шанс закрепиться в Крыму – сейчас банковская система восстановлена лишь на 40%, поэтому найти свое место в регионе будет достаточно несложно. Правда, этот процесс потребует значительных инвестиций, так как для многих банков сеть офисов в Крыму будет масштабнее, чем в материнском регионе, а сами кредитные учреждения не имеют опыта по работе с такой крупной инфраструктурой.

Несмотря на все трудности переходного периода, наблюдается дальнейшее расширение сети структурных подразделений российских банков в Крыму, увеличивается количество и объемы предоставляемых услуг, что позволяет сделать вывод о начале завершающего этапа интеграция банковской сети Республики Крым в банковскую систему Российской Федерации.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ РФ

Шевченко М.В.

к.э.н. доцент кафедры государственных финансов и банковского дела Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Введение. Государственный финансовый контроль способствует более эффективному развитию финансовой системы государства. Развитие государственного финансового контроля в РФ имеет ряд проблем и препятствий.

Цель и задачи исследования. Цель исследования заключается в установлении основных проблем государственного финансового контроля РФ.

Задачей исследования является определение мер эффективного функционирования государственного финансового контроля.

В ходе исследования применялись общетеоретические методы исследования. Проводился анализ литературы и современных документов по теме исследования.

Результаты исследования. Государственный финансовый контроль служит одной из главных предпосылок качественного преобразования процесса управления экономикой в целом, ее развития и стабилизации. Финансовый контроль должен быть направлен на обеспечение развития общественного и частного производства, ускорение темпов модернизации промышленности, развитие научно-технического прогресса, повышение качества и объемов выпускаемой продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг.

Финансовый контроль является составной частью единого механизма государственного контроля, без осуществления которого невозможно нормальное функционирование экономики и финансовой системы. Государственный финансовый контроль осуществляется на всех стадиях финансовой деятельности, т. е. в процессе собирания, распределения (перераспределения) и использования фондов денежных средств. Он направлен на проверку соблюдения финансового законодательства, своевременности и полноты мобилизации государственных ресурсов, законности доходов и расходов всех звеньев государственной финансовой системы, соблюдения правил учета и отчетности, выполнения обязательств

перед бюджетом и государственными внебюджетными фондами, а также под держания правопорядка в сфере финансов в целом.

Проблемы развития государственного финансового контроля РФ исследовались рядом авторов. Как отмечено в работе Горбуновой И.Е. «Построение государственного финансового контроля, отвечающего требованиям демократического общества, и способствующего более эффективному развитию финансовой системы России, связано с преодолением многих препятствий и проблем, требующих скорейшего их решения». Основными из которых являются: выработка концепции общегосударственной системы государственного финансового контроля, установление задач и целей данной системы, отсутствие адекватных мер, применяемых к нарушителям бюджетного законодательства, отсутствие гибкого планирования текущего контроля, дублирование контролирующих органов своих функций, подготовка высококвалифицированных кадров.

1.Первым и важнейшим этапом в создании общегосударственной системы государственного финансового контроля является выработка и принятия ее концепции.

2.Принципиальное значение имеет строгое установление задач и целей государственного финансового контроля а также установления положений по формированию и функционированию органов государственного финансового контроля субъекта Федерации. Крайне необходимо, чтобы вся система единого государственного финансового контроля в стране строилась на единых принципах.

3.Одна из основных проблем эффективного функционирования государственного финансового контроля - отсутствие адекватных мер к нарушителям бюджетного законодательства.

Введена уголовная ответственность за нецелевое использование бюджетных средств и средств государственных внебюджетных фондов, однако привлечение виновных в бюджетных нарушениях лиц не возможно, т.к. в Бюджетном кодексе РФ понятие «бюджетное правонарушение» отсутствует. Вместо него используется понятие «нарушение бюджетного законодательства».

4.Существует объективная необходимость в корректном и гибком планировании контрольными органами своих планов проверок, своевременном осуществлении проверок и ревизий в процессе исполнения бюджета (текущий контроль). Практика показывает, что контрольные органы, выявив факты нецелевого использования бюджетных средств в ревизуемых периодах, в большинстве случаев не могут рассчитывать на преследование виновных лиц в административном порядке в виду истечения сроков давности.

5.Серьезное препятствие для успешного осуществления экономических реформ в числе прочих - достаточно громоздкая структура органов государственного финансового контроля. Они должны более тесно взаимодействовать между собой при сохранении ответственности каждого органа за свой участок контроля.

Необходимо дальнейшее укрепление правового статуса Счетной палаты РФ, статус которой как контрольного органа закреплен Конституцией РФ. Имеет смысл наделить Счетную палату РФ дополнительными полномочиями по координации деятельности всех субъектов государственного финансового контроля, правом непосредственной законодательной инициативы по вопросам финансового контроля, правом рассматривать дела об административных правонарушениях в области законодательства о финансовом контроле, правом обращения с иском в суды, что пока не решено в действующей нормативной базе.

6.Необходима система общих для всех контрольных органов и обязательных для выполнения стандартов. Разработку стандартов необходимо возложить на Министерство финансов РФ, как органу, имеющему опыт регулирования аудиторской деятельности и разработки стандартов для независимых аудиторов.

7.Одной из ключевых проблем остается проблема подготовки кадров контрольных органов. Необходимость регулярного повышения квалификации и профессионального

уровня, обмена опытом обусловлена постоянным изменением действующей нормативно-правовой базы.

Выводы. Для совершенствования системы государственного финансового контроля необходимо преодоление:

- бессистемности осуществления государственного финансового контроля и его правовой неопределенности;
- слабой законодательной и методологической базы;
- отсутствия общепринятой концепции государственного финансового контроля и единой информационной системы о выявленных правонарушениях, неупорядоченности контроля, когда зачастую неоднократно проверяются одни организации, другие годами оказываются вообще вне сферы контроля;
- слабого взаимодействия между контролирующими органами.

От своевременного решения указанных организационно-структурных вопросов, от совершенства правовой и организационной структуры контроля, успешного внедрения результатов научных исследований зависит успех организации и построения единой и эффективной системы государственного контроля, здоровой и эффективной системы государственных финансов и успешной экономической политики государства в целом.

АРТ-БАНКИНГ В РОССИИ И МИРЕ

Ягупова Е.А.

*к.э.н доцент кафедры государственных финансов и банковского дела
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования (ФГАОУВО) «Крымский федеральный
университет имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления г. Симферополь, Республика Крым, РФ*

Введение. Время экономической нестабильности заставляют владельцев и топ-менеджеров крупных компаний рассматривать альтернативные формы инвестиций, ожидая от них большей устойчивости, нежели от традиционных и более распространенных на сегодняшний день депозитов и инструментов фондового и валютного рынков. Искусство — один из немногих активов, стоимость которого со временем только увеличивается. В среднем годовой прирост стоимости предметов искусства составляет 5–12%. Интерес к арт-инвестициям продиктован потребностью в цивилизованном процессе выбора, приобретения и владения арт-объектом или коллекцией. Ответом на такой спрос является арт-банкинг — комплекс финансово-консультационных услуг по сопровождению инвестиций на арт-рынке.

Цели и задачи исследования. Проанализировать современное состояние рынка арт-банкинга в России и других зарубежных странах.

Результаты исследования. Инвестиции в арт-объекты чаще всего практикуются в рамках департаментов private banking кредитных организаций, а также компаниями, специализирующимися на направлении wealth management (управление частными капиталами). Раньше, когда инвестирование такого рода считалось уделом очень богатых людей, профессионалы рынка называли порог входа \$500 тыс. Для индивидуального подбора коллекции порог входа, разумеется, был больше — \$1–5 млн (портфель из 5–7 картин).

Составляющее значительную часть арт-рынка современное искусство расширяет его границы, переводя инвестиции во вполне доступную нишу \$3–10 тыс., и понятие «входной порог» теряет свой смысл. Но и в этом случае потребность в квалифицированных посредниках и организациях, предоставляющих услуги арт-банкинга, чрезвычайно высока.

Комплекс услуг в той или иной степени и в разных комбинациях (в зависимости от организации, предоставляющей сервис арт-банкинга) включает:

1) рекомендации менеджеров относительно приобретения наиболее выгодных с точки зрения инвестиционного роста арт-объектов, прогноз рентабельности на базе анализа рынка и ценообразования;

2) консультирование при формировании коллекции. Собрания стоят дороже, чем отдельные предметы, кроме того, тематические частные коллекции, посвященные определенному направлению или периоду в искусстве, часто выкупаются государственными музеями;

3) адекватную оценку (стоимость услуги может достигать до 1% от цены произведения) и экспертизу подлинности посредством привлечения лицензированных экспертов с различной профильной специализацией, заключение которых имеет мировой авторитет и оформляется в соответствии с российскими и международными стандартами; химико-технологическую экспертизу (достоверность атрибуции по материалам и собственным автору технологическим операциям) и искусствоведческую экспертизу (атрибуция, подлинность, ценность);

4) выяснение юридической чистоты объекта инвестирования, подготовку документов, помощь в заключении сделки, в том числе на международном уровне;

5) организационную поддержку в вопросах транспортировки (расходы на транспортировку могут составить примерно 0,5% от стоимости работы), таможенные вопросы и страхование покупки (0,6–0,8% от стоимости страхуемого объекта в год);

6) расчет налоговых последствий приобретения;

7) отслеживание уровневых торгов, арт-мероприятий различного формата, обеспечение участия клиента в аукционах (открытие счета в аукционном доме, предоставление гарантий);

8) реставрацию и хранение работ в охраняемых депозитариях (ориентировочная стоимость такой камеры с поддержкой температурно-влажностного режима — \$4–7 за 1 кв. м площади хранения в день в зависимости от срока);

9) кредитование под залог предметов искусства — обычно сумма кредита не превышает 50% от установленной стоимости объекта (мера предосторожности со стороны банка);

10) консультирование по вовлечению приобретенных творений искусства, а иногда и целых коллекций в художественную жизнь. Грамотная демонстрация как инструмент продвижения работы благоприятно влияет на ее стоимость;

11) консультирование по стратегии инвестирования.

Сектор арт-банкинга в мире выглядит следующим образом:

1. Европа: Англия — традиционно тренд-сеттеры рынка, родина крупнейших аукционных домов Christie's, Sotheby's, Bonhams, MacDougall's. Доля Англии в общемировом объеме продаж — 20%. Здесь давние традиции арт-бизнеса, а плотное сотрудничество с целым штатом арт-консультантов — привычная практика, как и в других центрах европейского арт-финанса: Германии, Италии, Франции, Швеции. Обширные связи профессионального сообщества европейских арт-банкиров помогают им добывать для своих клиентов редчайшие предметы искусства даже из частных коллекций.

2. США: стабильно высокий интерес к сектору, проработанные механизмы взаимодействия Art & Finance-сферы, зрелость арт-банкинга. Американские коллекционеры составляют 49% от всего мирового коллекционерского сообщества (Россия составляет 2%). Доля США в объеме продаж — порядка 40%.

3. Китай: благодаря активной позиции правительства в сфере взаимодействия финансового сектора и культуры рост арт-банкинга продолжается, но уже не такими темпами, как в предыдущее десятилетие. О развитой стадии арт-рынка говорит присутствие в Китае крупнейших аукционных домов Poly (занимает третье место в мире) и China Guardian (четвертое место в мире). Доля Китая в общемировом объеме продаж — 24%.

4. Ближний Восток: несмотря на геополитическую нестабильность в регионе распространение сферы искусства, концентрация роскоши и ультрабогатых персоналий

(Ultra High Net Worth Individuals) говорят о том, что регион будет играть важную роль в формировании глобальной картины арт-бизнеса.

5. Латинская Америка: латиноамериканский арт-маркет остается вторым по влиятельности после европейского и имеет огромный потенциал дальнейшего роста. Интерес к этому рынку огромен, и индустрия Art & Finance в Латинской Америке будет только развиваться.

6. Африка: здесь формируется новое поколение серьезных коллекционеров. С формированием зрелого финансового рынка арт-банкинг продолжит уверенное развитие. Спрос на услуги в секторе показывает уверенный потенциал роста.

7. Россия: 90-е годы — время первоначального накопления капитала, когда «предметами первой инвестиционной необходимости» были квартиры, машины, драгоценности, — сменились периодом дальнейшего роста благосостояния, и российские арт-инвесторы начали присматриваться к более изысканным объектам инвестиций. Появляются первые предложения в сегменте арт-банкинга. После кризиса, в 2009 г., падение российского арт-рынка составило только 5%, и вскоре рост возобновился. Традиционно отмечается большой интерес к «своему» классическому искусству, но есть и ценители всемирно признанных шедевров (одной из наиболее крупных сделок в этом сегменте считается продажа русскому покупателю с аукциона картины испанского художника Эль Греко «Молитва святого Доминика» за \$13,8 млн).

Ежегодный отчет Deloitte & ArtTactic 2014 г. на основе показателей аукционных торгов фиксирует возрастающую уверенность российских покупателей в секторе арт-инвестиций: в фаворитах — знаменитый российский авангард и современное искусство. Отметим, что российские инвесторы не проявляют интерес к искусству как к классу активов, в том числе и как к источнику косвенной выгоды, а именно попадания в особый социальный круг и приобретения соответствующих связей.

Выводы. Рынок арт-банкинга в России развивается, однако из-за сложившихся кризисных тенденций в экономике, не слишком стремительно, однако есть положительные аспекты в данном вопросе и желание заниматься арт-банкингом и развивать его в полной мере.

ОСОБЕННОСТИ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Бужинская О. С.,

студентка кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.фил.н., доцент Вершицкая Е.Р.

Введение. В данной статье рассмотрены основные задачи в системе управления персоналом, делается обзор современных методов отбора персонала в организациях.

Цель и задачи:

- рассмотреть основные задачи в системе управления персоналом;
- сделать обзор современных методов отбора персонала в организациях.

Результаты исследования. За последние 50 лет термин «управление персоналом» определял функции управления: найм, обучение, развитие, ротация, обеспечение безопасности и увольнение персонала.

На сегодняшний день можно определить следующее, что «управление персоналом» - это организованное воздействие на сотрудников с целью обеспечения эффективной деятельности предприятия и удовлетворения интересов коллектива в целом и каждого работника индивидуально.

Для эффективного управления персоналом необходимо поставить и осуществить следующие задачи:

- набор в коллектив заинтересованных в сотрудничестве кадров;
- применение максимального уровня профессионализма и мастерства сотрудников;
- обеспечение благоприятного психологического климата в организации;
- развитие эффективных методов обучения персонала;
- улучшение условий труда.

Одним из важных, на мой взгляд, этапов в управлении персоналом является подбор персонала.

Подбор (отбор) персонала – это совокупная кадровая технология, которая обеспечивает соответствие качеств человека требованиям, необходимым для конкретного вида деятельности или должности в организации.

Перед тем, как проходит подбор персонала, происходит поиск кандидатов. Существует несколько способов подбора кандидатов, каждый из которых может увеличить количество претендентов на должность в организации. К таким методам относятся:

- внутренний поиск;
- объявления в средствах массовой информации;
- поиск с помощью имеющихся сотрудников;
- поиск через агентства и биржи труда;
- отбор в учебных заведениях;
- случайные кандидаты.

Отбор персонала может включать в себя:

- анализ анкетных данных;
- приглашение на предварительное собеседование;
- наведение справок о кандидате, изучение рекомендаций с предыдущих мест работы;
- проверочные испытания, тестирование;
- медицинское освидетельствование;

- основное собеседование;
- принятие решения.

Сегодня существуют два вида методов отбора персонала: традиционный и нетрадиционный.

К традиционным методам относят:

- Резюме;
- Анкетирование;
- Собеседование;
- Центры оценки;
- Тестирование.

В иностранных компаниях, а также во многих крупных отечественных компаниях используют не только традиционные методы отбора персонала. В этом случае сотрудники кадрового отдела не ограничиваются только лишь интервью и прочтением резюме. Иногда кандидат даже не подозревает о том, что его ждет на собеседовании.

К таким методам относят:

- Brainteaser-интервью;
- Физиогномика;
- Шоковое интервью;
- Графологию и др.

Выводы. Все перечисленные методы лучше не применять, как отдельные инструменты в системе отбора персонала, так как они не могут дать стопроцентной информации о кандидате как личности. Рекомендуется использовать их совокупности. Но, тут стоит не переусердствовать. Не столь важно, какой метод подбора соискателей на вакантную должность выбирает организация, этот процесс должен проходить наиболее быстро, качественно и эффективно. Недостаточное внимание к деталям, ограниченное количество нужной информации, непрофессиональные подходы к отбору персонала приводят к снижению качества персонала и, как следствие, падение рейтинга предприятия.

ЭВОЛЮЦИОННАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОФИЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРОВ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА

Василенко В.А.,

д.э.н., профессор кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. Полномасштабные структурно-экономические преобразования, происходящие в Республике Крым, по времени совпадают с реформированием ряда отраслей РФ и не могут не затронуть систему высшего образования республики. В этих условиях резко обострилась необходимость качественной подготовки специалистов (бакалавр и магистр), включая экономистов и управленцев, необходимых для различных отраслей народного хозяйства. Существующее положение: «Экономистов с дипломами – много, а специалистов отвечающих требованиям производства – нет» должно уйти в прошлое! Необходимы кардинальные изменения в подготовке востребованных наукой и производством молодых кадров, обладающими добротными знаниями и необходимыми компетенциями. Результат: «Знаний мало, а навыков нет» должен быть изменен на принцип: «Знания есть, владеет навыками и компетенциями!» Этот принцип должен реализовываться не абстрактно, вообще, а для определенной, отрасли, еще лучше, – конкретного вида производства, деятельности.

Актуальность такого подхода, с одной стороны, обосновывается требованиями

производства, формирует его лояльность к выпускникам и гарантирует их трудоустройство. С другой – повышает имидж вуза и его рейтинговое положение по национальным и мировым оценкам, улучшает качественно-количественный состав и конкуренцию среди будущих абитуриентов. Последний аспект особенно важен сегодня, в связи с настороженным отношением некоторых стран к вузам Крыма, после его воссоединения с Россией. Поэтому **целью** данной работы является обосновать необходимость кардинальной перестройки системы образовательного процесса путем поэтапной эволюционной оптимизации профильной подготовки менеджеров высокого качества, сопряженной с требованиями производства. Попытки восстановления, реформирования, совершенствования, перестройки (и т.п.) высшего образования не новы. Они были и раньше (как в Украине, так и в РФ). При этом ставились различные «диагнозы болезни» и предлагались разные способы лечения и «лекарства».

Заметим, что любое совершенствование объекта (образование) это естественный процесс, который будет продолжаться бесконечно долго в соответствии с вызовами времени, ибо без прогрессивных изменений – нет и развития. Но нынешнее состояние образования в сфере подготовки экономистов требует, говоря медицинскими терминами, хирургического вмешательства. Поэтому **основными задачами**, поставленными нами, будут заключаться в следующем: 1) в выборе доминирующего критерия оптимизации подготовки менеджеров в высшей школе в соответствии с требованиями времени; 2) в разработке предложений по реструктуризации системы подготовки менеджеров, способных быстро адаптироваться к требованиям производства и эффективно решать его проблемы.

Результаты исследования. Талант руководителя дан не каждому, хотя и дарованию необходимы определенные знания. Но подготовить экономически грамотного руководителя (менеджера) линейного и среднего звена, способного к выполнению своих обязанностей – прямая обязанность вуза, тем более, федерального университета. Наверное, мало кто будет спорить с тем, что человек «от станка», прошедший школы бригадира, мастера (и т.д.) более приспособлен к продуктивной руководящей деятельности, чем амбициозно настроенный молодой человек, закончивший сегодня вуз даже с заслуженным «красным» дипломом.

Система обучения, как известно, непосредственно связана с рядом обязательных стандартов, программ и учебных планов, предусматривающих изучение определенных дисциплин в пределах жестких регламентаций норм учебных занятий, 3-х – 4-х различного вида практик, примерно столько же курсовых работ (проектов), преддипломной практики и написание заключительной – выпускной (дипломной) или магистерской работы. Казалось бы все нормально. Защитил итоговую работу – и молодой специалист готов к производству! Но на самом деле все обстоит иначе. Новоявленный «специалист» абсолютно не готов ни к производству в сфере народного хозяйства, ни к науке. Нет ни знаний, ни навыков, ни умений и, тем более, компетенций даже у самого добросовестного выпускника! Такое явление наблюдалось 15 лет назад и, к большому сожалению, – сегодня! Почему же так происходит? Причин множество, но доминирующей является абсолютная технологическая безграмотность и беспомощность наших студентов на фоне большой удаленности учебы от практики производства. Молодой выпускник – специалист-менеджер, не знает технологических процессов, производства, того, как сырье и полуфабрикаты превращаются в готовую продукцию. Возникает вопрос: может ли вчерашний студент совершенствовать производство, принимать эффективные решения или управлять им, не зная технологии на своем участке, процесса формирования затрат, эффективности или экономической целесообразности?

Большое значение имеет поэтапное формирование специалиста [работы автора за 2001-2002 гг.- сайт: <http://kafmen.ru/personal/>]: количество (сейчас очень мало) и качество курсовых работ, выполняемых студентом по ведущим профильно-ориентированным дисциплинам по тематике реально существующих производств конкретных организаций; отсутствие производственных баз практик; формальность и недостатки прохождения самих практик, связанных между собой в единую цепочку на одном и том же или смежном предприятиях

единой сферы; бесконтрольность прохождения практики студентами в виду отсутствия плановой нагрузки у ППС; отсутствие надежных коммуникаций вуза с производством. К другим немаловажным причинам можно отнести: недостаточность знаний и навыков для будущей конкретной работы (рекомендуемые «стандартом» 1-2 компетенции!) по каждой специальной профильной дисциплине с нормативом времени в 144 часа; территориальная разобщенность структуры коммуникационного общения между экономическими кафедрами одного направления подготовки (специализации). Например, подготовка менеджера-строителя требует изучения не просто «Экономики предприятия», «Системы технологий», «Операционного менеджмента» «Маркетинга» и т.д., а учета специальной направленности подготовки специалистов (Строительство). Ведь экономика строительной организации, очевидно, будет отличаться от «Экономики туризма». «Планирование деятельности предприятия» вообще или конкретно: «Планирование деятельности торгового предприятия», «Планирование строительства». То же в туризме и т.п. (таких специфически ориентированных дисциплин в учебных планах не один десяток).

Данные вопросы и другие проблемы подготовки специалистов управленческого профиля в увязке с оптимизационными процессами КФУ были подняты и обсуждены на бывшем факультете управления в марте текущего года и официально переданы по инстанции высшему руководству Федерального университета 30.04.15 года. Предлагаемые мероприятия изложены в двух документах: 1.«Концепция реструктуризации (оптимизации) факультета управления с целью высококачественной профильной подготовки студентов и активизации НИР» на 24 с. и 2. «О подходе к оптимизации факультетов экономического профиля КФУ» на 15 с. Данные документы организационно-методической направленности призваны устранить расхождения между целями и результатами, выявленными в ходе проблемно-ориентированного анализа проходящей оптимизации КФУ.

Выводы. Востребованность специалистов данного профиля подготовки актуализируется новыми задачами, стоящими перед Республикой Крым по реализации принятых целевых программ социально-экономического развития полуострова. Важную роль в процессе модернизации системы образования призваны сыграть федеральные университеты как новая форма организации образовательной и научной деятельности. Революционность мышления и эволюционный характер преобразований способны преодолеть инерционность существующей образовательной системы и направить усилия на профильную (отраслевую) направленность подготовки специалистов-экономистов, практическую потребность в которых испытывают все организации. Для этого есть высококвалифицированный ППС, его потенциал и методические наработки, хотя степень успеха в значительной мере зависит от доброй воли руководства КФУ, степени энтузиазма, смелости и компетентности аппарата управления (департаментов, отделов и конкретных лиц), свободного от чиновничьего бюрократизма и использования возможностей федерального *автономного* образовательного учреждения.

ОСОБЕННОСТИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Высочина М.В.,

доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. Принятие управленческих решений составляет основу управленческой деятельности, ее стержень. Именно от реализации эффективных и качественных управленческих решений зависят результаты хозяйственной деятельности предприятия, его устойчивость во внешней среде, возможность развития. Поэтому процессу разработки, принятия и реализации управленческих решений следует уделять особое внимание с целью его совершенствования.

Процесс разработки, принятия и реализации управленческих решений включает в себя ряд этапов: формулирование проблемной ситуации, постановка целей и задач, формирование перечня альтернатив разрешения проблемной ситуации, определение последствий реализации альтернатив, выбор критериев оценки альтернатив, выбор метода оценки альтернатив, сравнение и выбор «наилучшей» в сложившейся ситуации альтернативы, оформление решения, планирование реализации решения, организация реализации решения, реализация решения и оценка эффективности принятого решения. В настоящее время разработан достаточно серьезный инструментарий, который может быть с успехом использован на различных этапах процесса принятия управленческих решений. При этом остаются некоторые трудности при прогнозировании последствий реализации альтернатив разрешения проблемной ситуации, связанные со спецификой процесса принятия управленческих решений.

Цель исследования – выявить особенности прогнозирования в процессе принятия управленческих решений, обусловленные спецификой этого процесса и его результата – собственного управленческого решения.

Методика исследования основана на анализе возможностей применения различных методов прогнозирования для выявления последствий реализации тех или иных альтернатив разрешения проблемной ситуации.

Результаты исследования. Прогнозирование представляет собой метод, в котором используются как опыт, накопленный в прошлом, так и текущие допущения в отношении будущего в целях его определения. Цель прогнозирования состоит в определении характера изменения тех или иных характеристик объекта, протекания того или иного процесса в будущем. Прогнозирование – это научно-обоснованное предсказание наиболее вероятного состояния, тенденций и особенностей развития управляемого объекта в перспективном периоде на основе выявления и правильной оценки устойчивых связей и зависимостей между прошлым, настоящим и будущим.

Прогноз в процессе разработки управленческого решения представляет собой технологию разработки моделей развития объекта управления и его отдельных элементов по различным траекториям, при различных взаимосвязях и структурных соотношениях. В процессе разработки управленческих решений прогнозирование может быть полезно для:

- 1) выявления угроз и возможностей, возникающих в ходе развития проблемной ситуации;
- 2) определения направления и скорости развития проблемной ситуации;
- 3) предсказания благоприятных и неблагоприятных последствий;
- 4) определения момента и места проявления этих последствий;
- 5) определения связей между последствиями;
- 6) оценки уровня и направления влияния элементов внутреннего и внешнего окружения на процесс реализации управленческих решений;
- 7) определения достаточности необходимых для реализации управленческих решений ресурсов.

При этом в ходе прогнозирования может возникнуть ряд трудностей, связанных со специфическими особенностями процесса принятия управленческих решений и собственно управленческого решения.

Во-первых, управленческое решение носит нематериальный характер. Процесс принятия управленческого решения носит умственный характер, который заключается в переработке и анализе большого объема самой разнообразной информации. Т.е. главной особенностью этого процесса является информационный характер. Процесс принятия управленческих решений характеризуется необходимостью восприятия и переработки большого объема информации, дефицитом времени для ее переработки, повышением, как общественной значимости, так и личной ответственности за принимаемые решения.

Во-вторых, не всегда последствия принятых управленческих решений можно оценить при помощи количественных показателей. Количественные модели чаще всего не могут «вместить» в себя все переменные, которые оказывают влияние на ход развития того или иного объекта / процесса, вследствие сложности структуры и взаимосвязей между элементами системы. Поэтому такие модели будут слишком упрощать реальную картину и давать искаженный прогноз развития событий в будущем. Кроме того, все формальные процедуры прогнозирования предполагают перенос прошлого опыта в будущее, т.е. все они построены на предположении, что условия, породившие полученные ранее данные, неотличимы от условий будущего. В действительности же подобное предположение о неразличимости прошлого и будущего не выполняется в полной мере. Поэтому полученный прогноз будет неточен.

В-третьих, природа процесса принятия управленческих решений достаточно переменчива во времени, по решаемым задачам, т.е. этот процесс не является стандартным, постоянным, неизменным, что обусловлено наличием неопределенностей различного вида. Неопределенность представляет собой неустранимое качество среды, связанное с тем, что на условия, в которых принимается управленческое решение, оказывает свое одновременное воздействие слишком большое количество факторов различной природы и направленности, не подлежащих совокупной оценке. На принятие управленческих решений оказывают влияние различные неопределенные факторы, которые, с одной стороны, характеризуют множество возможных состояний природы и представляют собой объективную неопределенность, а с другой – характеризуют множество возможных действий лица, принимающего решение, и обуславливают субъективную неопределенность. Поэтому процесс принятия управленческих решений плохо поддается механизации и автоматизации и очень часто в нем присутствуют творческие аспекты.

Указанные специфические характеристик процесса принятия управленческих решений накладывают отпечаток на выбор метода прогнозирования последствий реализации альтернатив разрешения проблемной ситуации. При этом слабая возможность формализации процесса принятия управленческих решений ограничивает применение количественных методов прогнозирования.

Выводы. Перечисленные особенности управленческого решения и процесса его разработки и принятия позволяют заключить, что применение количественных методов прогнозирования не всегда возможно, а если и возможно, то нет гарантий, что количественная модель прогнозирования позволит получить достоверный прогноз развития исследуемого объекта. Следовательно, наибольший успех в данном случае будут иметь качественные методы прогнозирования, которые позволят учесть специфику процесса разработки и принятия управленческих решений.

РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Зименкова Е.Н.,

ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: д.э.н., профессор Ячменева В.М.

Введение. Научно-технический прогресс и как следствие стремительное развитие экономики, всеобщая индустриализация, чрезмерная ресурсоемкость производства, экологически “грязные” технологии производства, развитие генной инженерии и многие другие факторы оказывают неоднозначное влияние на окружающую природную среду и все больше обостряют взаимозависимость между экономической деятельностью человека и состоянием экологической системы. Любые изменения в окружающей природной среде сказываются на экономической безопасности как отдельно взятого региона, так и государства в целом в виде последствий различного масштаба и характера. В настоящее время возможность нарастания экологического кризиса беспокоит все мировое сообщество. В результате в большинстве экономически развитых стран восстановление окружающей природной среды является одним из самых важных и приоритетных направлений при осуществлении экономической деятельности, в частности, вводятся экологическая экспертиза и экологические нормативы, используются альтернативные источники энергии, применяются субсидии, стимулирующие модернизацию производства путем внедрения экологически безопасных технологий, разрабатываются новые технологии пониженного ресурсопотребления и т.д.

Целью данного исследования является определение значимости экологических изменений в формировании экономической безопасности региона. Для этого необходимо решить следующие **задачи**: 1) выяснить значения понятий “изменение” и “экология”; 2) дать определение понятию “экологическое изменение”; 3) определить степень влияния экологических изменений на экономическую безопасность региона.

Результаты исследования. Рассмотрим существующие определения понятия “изменение”. В Новой философской энциклопедии под редакцией В. С. Степина понятие “изменение” описывается как состояние, альтернативное стабильности, отражающее смену одного состояния на другое и обновление содержания во времени. В Малом академическом словаре русского языка Д.Н. Ушакова дается характеристика изменению как средству, с помощью которого изменяется что-либо прежнее. В «Энциклопедии социологии» говорится об изменениях как о процессе, благодаря которому происходит смена состояний, появление новых свойств и функций. В свою очередь, в «Идеографическом словаре русского языка» Баранов О. С. отметил, что одно изменение вызывает другое, а также охарактеризовал изменение как различие в существовании объекта, последовательность и переход состояний объекта. Таким образом, можно с уверенностью сказать, что понятие “изменение” является достаточно устойчивым. Общее в определениях данного понятия - это: процесс, смена или переход состояний, появление новых свойств в течение определенного периода времени.

В настоящее время в связи с мощным антропогенным воздействием и беспощадной эксплуатацией окружающей среды экология приобрела особое значение и стала междисциплинарной наукой, которая изучает взаимодействие человека и природы. Таким образом, можно сформулировать следующее определение “экологическое изменение” – это процесс смены состояний, либо появления новых свойств и функций окружающей природной среды в определенный период времени, возникшие в результате взаимодействия человека и природы.

Экономическая безопасность региона обусловлена сочетанием различных условий и факторов, которые обеспечивают конкурентоспособность региона, сохранение региональных структур и сохранение целостности территории региона, высокий уровень качества жизни населения. К экологическим факторам, влияющим на формирование экономической

безопасности региона можно отнести следующие: природно-ресурсный потенциал (углеводороды, газ, нефть, полезные ископаемые, почвенные ресурсы, лесные ресурсы и т.д.); рекреационный потенциал (заповедные зоны, курорты), состояние окружающей среды (изменение климата, истощение почв и т.д.), стихийные бедствия и экологические катастрофы. Отделить экологические факторы от экономики региона в наше время практически невозможно, так как они являются и средствами производства, и орудиями труда, и даже капиталом. Определить степень воздействия текущих экологических изменений на экономическую безопасность региона достаточно сложно, т. к. данные изменения неоднозначны, они зачастую носят латентный характер. В таком случае отследить их трудно. Зачастую возможно лишь наблюдать последствия уже произошедших изменений, но не сам процесс.

Глубокая интеграция экологических факторов в современную экономику позволяет с уверенностью заявить, что любые негативные изменения в состоянии окружающей природной среды, связанные с хозяйственной деятельностью человека, например, истощение почвы, истощение запасов полезных ископаемых, загрязнение атмосферного воздуха, загрязнение сточных вод, техногенные катастрофы различного масштаба неминуемо повлекут за собой крушение системы экономической безопасности региона. В начале 2015 года, выступая в Госдуме, министр природных ресурсов и экологии РФ С. Донской отметил, что ежегодные потери Российской Федерации от ухудшения экологической обстановки в стране находятся на уровне 4 – 6 % ВВП. При этом уровень затрат на природоохранные мероприятия достаточно низкий, не более 0,5 % ВВП.

В свою очередь, негативное воздействие на экономическую безопасность региона оказывают и стихийные бедствия, например: селевые потоки, наводнения, ураганы, природные пожары, землетрясения и др. Общеизвестно, что за последние полвека количество природных катастроф увеличилось в три раза, и темп роста постоянно повышается. Причинами постоянного роста количества природных катастроф являются последствия экономической деятельности человека, а именно: усиление антропогенного воздействия на природную среду, опасные производства, экологически “грязные” технологии производства, чрезмерная ресурсоемкость, неэффективные системы мониторинга и контроля государства за состоянием окружающей природной среды, недостаточное стимулирование природоохранных мероприятий на производствах и т.д. В марте 2015 года выступая на 3-ей Всемирной конференции ООН генеральный секретарь ООН Пан Ги Мун заявил, что ежегодный ущерб от стихийных бедствий в мире превышает 300 миллиардов долларов, к 2030 году сумма ущерба увеличится до 360 миллиардов долларов. В России же стихийные бедствия наносят ежегодный ущерб в среднем более 1,5 миллиардов рублей, иногда данный ущерб возрастает более, чем в три раза.

Выводы. Подводя итоги, стоит заметить, что экологические изменения обоснованы взаимодействием человека и окружающей природной среды и играют важную роль в формировании экономической безопасности как региона, так и страны в целом. Негативные экологические изменения сдерживают экономическое развитие региона, могут нанести огромные убытки и даже “обвалить” систему экономической безопасности. Без рационального использования природных ресурсов, внедрения новых экологически чистых технологий производства, контроля за состоянием окружающей природной среды и стимуляции природоохранных мероприятий невозможно повышение экономического благосостояния региона.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ КАК СИСТЕМА ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ ДЕЙСТВИЙ СУБЪЕКТОВ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Ищенко А.Д.,

магистрант кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: д.э.н., профессор Ячменева В.М.

Введение. В связи с ростом населения планеты одной из основных проблем ряда континентов является проблема продовольственной безопасности. Это связано, во-первых, с ограниченностью сельскохозяйственных территорий, которая является условием производства продовольствия, во-вторых, неразвитостью сельского хозяйства и непригодностью части земельных угодий к сельскохозяйственному возделыванию, в-третьих, высоким уровнем урбанизации. Экономика России стабильно и динамично развивается, в результате чего происходит постепенная трансформация рыночных отношений, затрагивающая все субъекты рынка, среди которых существенное место занимает социально-ориентированная негосударственная система организаций потребительской кооперации.

Результаты исследования. На рынках, где традиционно представлена потребительская кооперация, происходит активное укрепление позиций средних и крупных участников и их объединений. Развиваются системы управления в торговле и производстве потребительских товаров. Потребительская кооперация существует как система, то есть состоит из совокупности взаимосвязанных и взаимосогласованных действий субъектов рыночной экономики. Система управления потребительской кооперации является социально ориентированной, отличается сложностью, которая заключается в иерархии, гетерархии, многопрофильности и территориальной разбросанности, также сложность системы управления обосновывается множеством и неоднородностью видов деятельности субъектов потребительской кооперации.

Сохранение потребительской кооперации как системы и защита её от угрозы внешних и внутренних факторов остаются актуальными задачами, поэтому понятие системы и взаимоотношение в ней отдельных субъектов выходят из ряда теории стратегических альянсов и приобретают практическую значимость.

Существование потребительской кооперации как системы, создает и закрепляет иерархические и гетерархические связи внутри коллектива, формируя тем самым систему управления, как это представлено на рис. 1.

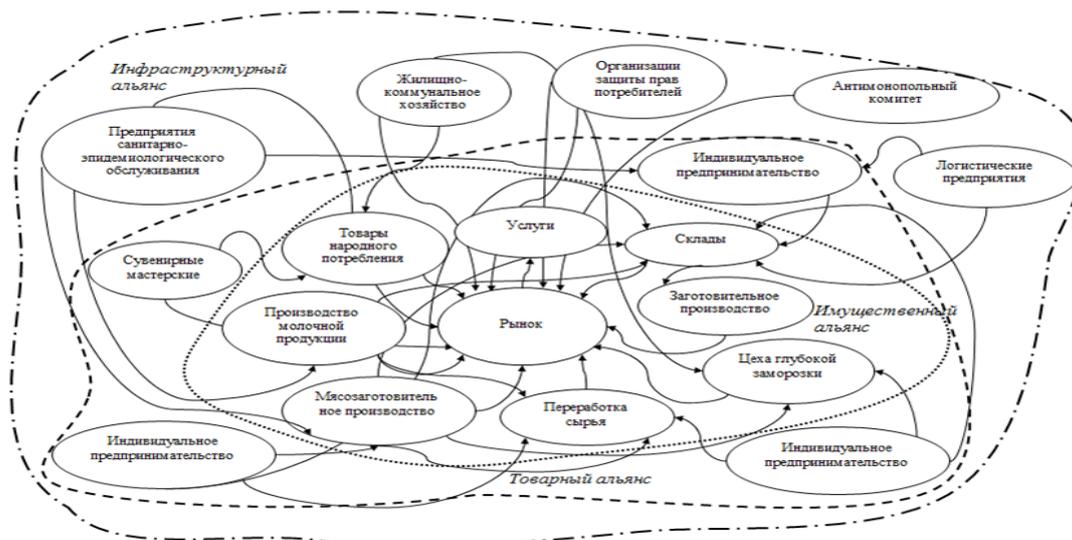


Рис. 1. Структура стратегического альянса потребительской кооперации

На рис. 1 представлена структура стратегического альянса потребительской кооперации. Потребительская кооперация состоит из иерархии альянсов, в данном случае – имущественного, товарного, инфраструктурного альянсов.

Кандидатами на вступление в имущественный альянс есть несколько предприятий, такие как заготовительное производство, перерабатывающее производство, рынок, цеха глубокой заморозки, предприятия, производящие товары народного пользования, мясозаготовительное производство, заготовка молочной продукции. По условиям имущественного альянса каждый из его участников должен передать часть своих активов в совместное пользование. При этом каждый актор-предприятие заинтересовано в получении определенного уровня дохода в зависимости от объема активов. Прежде чем говорить о распределении дохода стратегического альянса, определим взаимосвязи между участниками стратегического альянса с целью установления их участия в его функционировании. Визуально взаимосвязи и взаимоотношения между участниками стратегического альянса приведены на рис. 1. Стратегический альянс можно рассматривать как систему, а имущественный, товарный и инфраструктурный альянсы его подсистемами, в пределах которых отдельные акторы-предприятия осуществляют производственные процессы. В рамках стратегического альянса имущественный, товарный и инфраструктурный альянсы выступают пространственно выделенными элементами системы, которые имеют свою функциональную специализацию. Наличие таких связей между структурными элементами (подсистемами) обуславливают существование стратегического альянса. Связи и взаимодействия заключаются в воздействии друг на друга акторов-предприятий во время функционирования стратегического альянса. На основе взаимодействия между членами альянса строятся технологические процессы функционирования стратегического альянса его пространственная и временная организация.

Выводы. Таким образом, связи и взаимодействия акторов в системе потребительской кооперации обеспечивают эффективное функционирование кооперации в целом, что, в свою очередь позволит, укрепить объединение организаций потребительской кооперации в случаях, когда это необходимо для повышения экономической эффективности их деятельности; сохранить экономику потребительской кооперации; упорядочить взаимодействия с хозяйственными обществами, созданными организациями потребкооперации или с их участием, вовлечь их в выполнение задач единой стратегии развития потребкооперации.

КУРОРТООБРАЗУЮЩИЕ РЕСУРСЫ В СИСТЕМЕ ИНТЕРЕСОВ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ КУРОРТНОГО РЕГИОНА

Кузьмич В.А.,

старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. При целенаправленном поиске оптимального разграничения интересов всех субъектов, имеющих право пользования рекреационными ресурсами, важную роль играет разумное самоограничение и в то же время обеспечение не только необходимого для выживания уровня эффективности общественного производства, но и достаточного для полноценного устойчивого развития и воспроизводства. В силу неограниченной восстановительной и поглотительной способностей окружающей среды, а также расточительного использования рекреационных ресурсов, приводящему к их истощению и потере специфических свойств, необходимо согласование интересов всех субъектов природопользования.

Обоснованность расстановки приоритетов при формировании стратегии эффективного природопользования курортного региона требует формализованного подхода к учету

интересов всех его природопользователей. В связи с этим **целью исследования** является выявление значимости курортообразующих ресурсов в системе интересов природопользователей курортного региона.

Результаты исследований, их краткий анализ. Представляя субъектов природопользования в курортном регионе в качестве сил, влияющих на эффективность природопользования в нем, можно выделить следующих акторов: аграрные предприятия, промышленные предприятия, санаторно-курортное хозяйство, государство (государственные органы), население и рекреанты.

Относительно использования курортообразующих ресурсов может формироваться широкий круг интересов СП. Предприятия как аграрного, так и промышленного секторов нацелены на реализацию своих социально-экономических интересов. Санаторно-курортное хозяйство посредством вовлечения в свою деятельность курортообразующих ресурсов реализует эстетические, медико-биологические и социально-экономические интересы. Население и рекреанты стремятся удовлетворить свои научно-познавательные эстетические, медико-биологические, социально-экономические интересы. И только государство в наибольшей степени обеспечивает полноту использования курортообразующих ресурсов, поскольку стремится достичь целей наиболее весомого спектра научно-познавательных, эстетических, медико-биологических, социально-экономических и воспитательных интересов. Только государство заинтересовано в использовании курортообразующих ресурсов с целью воспитания подрастающих поколений и формирования духовных потребностей людей, экологического образования населения.

Научно-познавательный интерес населения и рекреантов выражается в познании природы как таковой, в то время как государство выполняет обеспечивающую роль для достижения их цели в данном случае и стремится сохранить биологическое разнообразие организмов, неизменных участков природы, ее отдельных объектов и т.д. с целью их научного познания.

Интересы эстетической направленности по своей сути сходны у акторов, стремящихся их реализовать. У населения и рекреантов — это сохранность целостности ландшафтов. При этом санаторно-курортное хозяйство во исполнение эстетических потребностей человека стремится поддерживать отдельные природные комплексы в состоянии, способном удовлетворять эстетические потребности человека а государственные структуры призваны сохранять и развивать эстетическую и символическую ценность курортообразующих ресурсов. Поэтому данная группа интересов может быть успешно реализована всеми акторами по бесконфликтному сценарию.

Медико-биологические интересы для государства выражаются через безопасность окружающей среды; экологическую чистоту воды, воздуха и пищевых продуктов, определяющих здоровье человека, сохранение генофонда, снижение уровня заболеваемости и повышение продолжительности жизни. Таким образом, государство, осуществляя деятельность, направленную на достижение своих целей, служит своего рода базисом реализации таких медико-биологических интересов населения как обеспечение здоровья, экологическая безопасность. Рекреанты же в свою очередь будут обеспечены получением ощутимого лечебно-оздоровительного эффекта от проведенных процедур, безопасностью потребления санаторно-курортной услуги.

Относительно реализации социально-экономических интересов субъекты природопользования могут вступать в наибольшие противоречия по поводу использования курортообразующих ресурсов. В этой связи для государства наиболее значимым является повышение экологической безопасности, рост национальной экономики, обеспечение конкурентоспособности страны, обеспечение здоровья нации, преодоление безработицы, пополнение бюджета, обеспечение сохранности качества природных ресурсов и сырья для народнохозяйственного комплекса, определяющие повышение материального благосостояния людей. Аграрные и промышленные предприятия, а также организации санаторно-курортного комплекса как субъекты хозяйствования с целью повышения

эффективности природопользования стремятся к экономии ресурсов (средств), снижению экологических сборов, платежей и штрафов, расширению существующих и завоеванию новых рынков сбыта, обеспечению здоровья работников, расширению земельных владений, повышению прибыли, снижению себестоимости, безопасности производства, повышению статуса предприятия. Местное население, постоянно проживающее в курортном регионе, имеет интересы, связанные с местом жительства, работы и отдыха, определяющие качество жизни человека. Для рекреантов же социально-экономический интерес выражается в низкой стоимости койко-дня.

Проводить оценку значимости курортообразующих ресурсов для реализации интересов СП предлагается экспертным методом, при котором респондент должен из всех возможных парных сочетаний объектов, предложенных ему, выбрать самый предпочтительный в соответствии с заданным критерием. Результатом реализации метода будет являться матрица парных сравнений, в котором сумма элементов строк дает представление о ранжировке респондентом всех объектов.

В результате диагностики методом парных сравнений будет получена информация о том, какие акторы в большей степени создают препятствия реализации интересов других субъектов природопользования курортного региона (т.е. демонстрируют агрессивный тип взаимодействия), а также интересы какого актора (по каждой группе и в целом) ущемлены в большей степени. Эти данные послужат для формирования вектора приоритетности реализации интересов акторов в стратегии эффективного природопользования курортного региона.

Выводы. Согласование интересов природопользователей должно строиться на основании выбора наиболее оптимального сочетания использования курортообразующих ресурсов. Ведь наряду с конфликтным характером сочетания интересов природопользователей, их реализация может и усиливать конечный эффект оказания рекреационных услуг. Следует отметить, что при наличии в регионе необходимого и достаточного объема рекреационных ресурсов высокого качества развитие санаторно-курортного комплекса всегда будет приоритетным, поскольку он обеспечивает (при государственной поддержке) высокую прибыльность не только себе, но и всему спектру смежных направлений развития региона, которые в совокупности обеспечивают полноценный отдых (пищевая промышленность, торговля, трудовые ресурсы). Кроме того, обеспечивается дополнительная выгода за счет сокращения расходов на здравоохранение в масштабах, выходящих за рамки курортного региона, поскольку оздоровление и отдых получает как постоянное население, так и рекреанты, прибывающие из других регионов.

ИНФРАСТРУКТУРА УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Малышева К. А.,

*студентка кафедры международного менеджмента Института экономики и управления
КФУ*

научный руководитель: к. фил. н., доцент Вершицкая Е. Р.

Введение. Рыночная инфраструктура сферы обслуживания является сложной и динамичной системой, объединяющей множество самых различных субъектов хозяйствования и обеспечивающей оказание значимых услуг. Эффективное функционирование системы обслуживания крайне важно для отечественной экономики, так как является важнейшей составляющей качества жизни населения.

Перед отечественными производителями услуг стоит актуальная задача обеспечения экономической стабильности сферы услуг. В настоящее время еще остаются недостаточно изученными институциональные основы рыночных механизмов, обеспечивающие стабилизационное воздействие на экономические процессы в сфере услуг. В результате складывается ситуация, когда решения, касающиеся важнейших вопросов обеспечения устойчивости развития, в ряде случаев принимаются без анализа и прогноза их реализуемости и в последующем осуществляются без должной подготовки и не на системной основе. Актуальность данной проблемы обусловлена потребностью в исследовании институтов обеспечения устойчивости функционирования рыночных механизмов в сфере услуг, а также необходимостью разработки системы стабилизационных мероприятий в деятельности органов управления сферой обслуживания.

Цель и задачи. Целью исследования является разработка теоретических и методологических основ формирования инфраструктуры рынка услуг, обеспечивающей объективную комплексную статистическую оценку его состояния и развития.

Для достижения указанной цели в работе поставлены следующие задачи: изучить теоретические аспекты инфраструктуры услуг; рассмотреть классификацию услуг в туризме; осуществить анализ международного опыта услуг в сфере туризма; оценить перспективы развития рынка услуг в России.

Результаты исследования. Россия лидирует по уровню обеспеченности мировыми ценными природными лечебными и историко-культурными ресурсами, которые вызывают значительный интерес у отечественных и иностранных туристов. На международном туристическом рынке национальный туристический продукт и природные лечебные ресурсы России оцениваются как менее привлекательные и конкурентоспособные, чем в других странах. Сфера туризма и курортов на государственном уровне не играет значительной роли в полноценном выполнении экономических, социальных и гуманитарных функций, сохранении окружающей природной среды и культурного наследия, наполнении бюджетов всех уровней, создании новых рабочих мест, увеличении удельного веса сферы услуг в структуре ВВП. Для повышения конкурентоспособности сферы туризма и курортов России необходимо усилить роль государства в этой сфере с одновременным формированием эффективной модели сотрудничества государства, бизнеса и общества. Преодоление имеющихся отрицательных тенденций, создание системных и комплексных предпосылок для развития туризма и курортов, улучшение функционального и технического качества компонентов национального и региональных туристических продуктов должны стать приоритетами обеспечения постоянного развития страны в целом и весомым элементом в решении вопросов повышения уровня жизни населения. Необходимость государственного планирования развития туризма в России связана со значительной зависимостью некоторых регионов от индустрии туризма (Крым и Сочи) и проблемами, обусловленными стремительным развитием туризма (например, защита исторического наследия и окружающей среды в условиях массового туризма). Государственное планирование развития туризма (концепции, стратегии, программы) является одним из

элементов государственной политики в сфере туризма, которым занимается Федеральное агентство по туризму.

Таким образом:

1. Для обеспечения устойчивого роста туризма в России необходимо принять государственную стратегию развития туризма, сбалансированную относительно параметров туристического потока и ресурсных возможностей страны, в которой должны быть определены основные цели развития туризма в России в краткосрочной и долгосрочной перспективах, способы и критерии их достижения, источники финансирования, ответственные лица, сроки выполнения.

2. Необходимо упростить процесс координации между различными уровнями власти для стратегического развития регионов туристических дестинаций.

3. Следует увеличить объем финансирования государственной политики развития туризма адекватно потребностям быстро развивающейся индустрии туризма России.

4. Информационной основой стратегии должны стать вспомогательные счета (TSA), что позволит проводить систематический мониторинг статистических данных экономики туризма. Указание конкретных показателей в стратегии и плановых значений для них даст возможность контролировать достижение стратегических целей и корректировать их по отклонениям по мере необходимости.

Вывод. Позиция России на мировом рынке услуг в настоящее время не очень устойчива: она входит в тридцатку крупных стран – участниц международной торговли услугами, но продолжает оставаться нетто-импортером услуг.

Рынок этот действительно молод и получил развитие в основном в последнее десятилетие. Во главе компаний этой отрасли стоят, как правило, динамичные, инициативные специалисты с широкими зарубежными связями, легко усваивающие все новое, понимающие уровень конкурентоспособности своей фирмы на отечественном и мировом рынках. Правительственные структуры должны быть способны собрать воедино, обобщить и оценить всю эту обширную информацию, выработать на ее основе более совершенную систему правового регулирования сферы услуг, используя опыт зарубежных стран.

Улучшение ситуации на рынке сферы услуг сильно зависит от иностранных инвестиций, но в то же время, либерализуя этот рынок, необходимо поддерживать баланс между интересами по защите своего внутреннего рынка и потребностью в инновациях для создания современной инфраструктуры. Ведь без крупномасштабной сферы услуг с развитым транспортом, связью, торговлей, финансово-кредитным и страховым секторами, комплексом деловых услуг, сферами образования и здравоохранения, отвечающим современным требованиям, Россия не сумеет создать эффективное рыночное хозяйство и достойно войти в мировую экономику. Поэтому главной задачей на современном этапе перехода на рыночные основы и интеграции в мировое хозяйство должно стать ускорение развития сферы услуг.

КРИЗИС КАК ФОРМА ПРОЯВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Османова З. О.,

старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. Несмотря на то, что кризис является относительно новым понятием для российской экономики, с каждым годом оно обретает все большую популярность. С каждым годом все больше предприятий в своей деятельности сталкиваются с явлением кризиса в том или ином его проявлении. Такая тенденция объясняется сложившейся экономической ситуацией в стране. Множество факторов внешней среды, постоянное усиление их влияния и жесткие условия конкурентной борьбы становятся причинами кризиса деятельности предприятий.

Цель и задачи исследования. Цель исследования заключается в изучении понятия «кризис» как формы проявления развития деятельности предприятия. Для достижения цели исследования необходимо изучить понятие «кризис» и выявить какие новые возможности он открывает для предприятий.

Методика исследований. В процессе исследования использовались такие методы как: анализ и синтез, описание, сравнение и системный метод.

Результаты исследований. В переводе с греческого языка термин «кризис» означает «перелом». Согласно общепринятому определению кризис — это некоторая сложная и нестабильная ситуация, имеющая непредсказуемые последствия. Важной особенностью в трактовке этого понятия является то, что в большинстве случаев кризис интерпретируют исключительно как отрицательное явление, сложнопрогнозируемое и практически неконтролируемое. Аналогичным образом понятие кризис трактуется и относительно деятельности предприятия.

Однако, как уже было указано выше, в рамках этого исследования кризис предлагается изучать как форму проявления развития деятельности предприятия. Важно учитывать, что кризис является постоянной составляющей деятельности предприятия — кризис зарождается при основании предприятия и исчезает при окончании его деятельности. Соответственно при появлении внешних или внутренних раздражителей кризис может активизироваться и начать развиваться. Но не всегда для предприятия кризис является полностью отрицательным явлением и имеет исключительно отрицательные последствия. Кризис в деятельности предприятия может стать переломным моментом, который позволит найти решение той или иной проблемы, позволит выявить новые направления развития деятельности предприятия. Учитывая, что кризис в деятельности предприятия развивается постепенно, при грамотном управлении выявить симптомы кризиса возможно уже на ранних стадиях его развития. Следовательно, предприятие соответствующим образом должно реагировать на эти симптомы и искать пути для их устранения. Это может быть более оптимальное управление затратами предприятия, повышение квалификации персонала, изучение рынка сбыта для выявления новых возможностей для предприятия и т.д.

Согласно проведенному исследованию можно выделить некоторые направления развития предприятия, в результате проявления в его деятельности кризиса:

– устранение изношенных элементов предприятия и сокращение недееспособных элементов предприятия. На предприятии могут быть нерентабельные элементы (неиспользуемое или изношенное оборудование, свободные неиспользуемые помещения и т.д.), на которые в условиях стабильного развития предприятие могло не обратить внимания. Но в условиях кризиса и недостатка финансовых средств такого рода проблемы решаются в первую очередь;

– сокращение нерентабельных направлений деятельности и нерентабельных видов продукции. В условиях ограниченности финансов предприятия стремятся перераспределить имеющиеся финансовые средства между более перспективными направлениями деятельности и видами продукции;

– выявление новых резервов ресурсов (производственных, финансовых, кадровых и т.д.). В условиях кризиса у любого предприятия возникает дополнительная потребность в тех или иных ресурсах, которая может быть удовлетворена за счет внутренних возможностей при эффективной системе управления деятельностью предприятия.

Выводы. В результате проведенного исследования были выявлены направления развития деятельности предприятия в условиях кризиса. Согласно проведенному анализу можно утверждать, что данное направление исследования является для современных предприятий актуальным и своевременным. Более детальное и глубокое его изучение позволит, во многом, сократить негативное влияние кризиса на деятельность предприятия и открыть с его помощью новые направления развития деятельности предприятия в условиях кризиса.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Остапчук А.В.¹

¹аспирант кафедры Менеджмента Института экономики и Управления КФУ
научный руководитель д.э.н. профессор Подсолонко Е.А.

Введение. Туризм для Республики Крым всегда был и есть важной отраслью экономики и приоритетом в развитии территорий. С переходом Крыма в правовое поле РФ проявился ряд проблем, таких как: нахождение новых рынков сбыта туристического продукта, диверсификация туристических потоков, расширение и продолжение рамок курортного сезона, поиск новых направлений в развитии туристического комплекса, обеспечение межнационального согласия, сохранения культурных традиций и культурной идентичности коренных народов, защита памятников истории и археологии, культурных ландшафтов. Все вышеперечисленные проблемы могут быть решены с помощью развития культурного туризма в Крыму.

На современном этапе развития мировой туристической индустрии культурный туризм занимает значительную долю рынка туристических услуг. Данная тенденция связана с развитием информационных технологий, простотой доступа к источникам информации, возрастающим стремлением людей к получению новых знаний и впечатлений, а также интересом к истории, традиционной культуре и искусству.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является выявление предпосылок развития культурного туризма в Республике Крым. Для достижения поставленной цели будут решены следующие задачи:

- проанализирована доля, занимаемая культурным туризмом в потребительских предпочтениях туристов из РФ и Европы;
- рассмотрена структура культурного туризма по видам туризма;
- выявлены ресурсы для развития культурного туризма в Республике Крым.

Результаты исследования.

Культурный туризм в последние годы стремительно развивается, по данным ВТО на долю культурного туризма приходится от 37 до 40 % от всех международных прибытий. По данным Европейской комиссии, в 2013 году среди основных мотивов по выбору места отдыха европейскими туристами, культурные мотивы занимают 25 % – четвертую позицию, следуя за пляжным отдыхом – 46 %, визитами к родным и друзьям – 43 % и отдыхом на природе – 30 %.

Среди основных видов группового туризма, которым отдают предпочтение граждане РФ, первое место занимает культурный туризм – 60,1 %, за ним следует деловой – 13,8 %, лечебно-оздоровительный – 11,0 %, учебный – 9,0 % и шоп-туризм – 6,1 %.

Из представленных данных видно, что культурный туризм занимает значительную долю рынка туристических услуг и превалирует в потребительских предпочтениях Европейских туристов и туристов из РФ.

В структуру культурного туризма входят следующие виды туризма: 1. Историко-архитектурный (туризм наследия); 2. Событийный (фестивальный); 3. Религиозный (паломнический); 4. Археологический; 5. Этнографический (экокультурный); 6. Музейный 7. Арт туризм.

Исходя из представленной структуры культурного туризма, в Республике Крым целесообразно развивать все изложенные виды туризма. Для развития историко-архитектурного туризма Крым обладает обширными ресурсами, на его территории располагается 538 памятников архитектуры и градостроительства, 1246 памятников истории и монументального искусства, 6 заповедников, 39 заказников, 36 парков, 94 памятника природы, 9 пещер и гротов, пригодных и оборудованных для посещения туристами, 62 туристические стоянки, 16 мест массового отдыха.

Ежегодно в Крыму проводятся различного рода фестивали, мастер классы ремесленного, кузнечного, кулинарного мастерства, презентации, экспозиции и выставки. В 2013 г. было зафиксировано рекордное количество различных событийных мероприятий, всего около 270 на всей территории Республики Крым. Это говорит о перспективе в развитии событийного (фестивального) туризма и арт-туризма. На территории Республики Крым официально зарегистрировано более 1300 религиозных организаций принадлежащих к 48 конфессиям. Количество христианских культовых сооружений различных эпох, включая пещерные города, монастыри и храмы составляет 435 объектов из которых, 93,6% – православные храмы, 4,2% – армянские храмы, 2,2% – католические храмы. Количество религиозных объектов мусульман – 366. За период с 1991 года было построено более 80 мечетей и других религиозных сооружений мусульман. Приведенные данные показывают значительные возможности Крыма в развитии религиозного (паломнического) туризма.

С точки зрения археологии, Крым по праву считается «музеем под открытым небом», на всей территории Крыма располагается свыше 1550 памятников археологии разных периодов, от стоянок первобытных людей до современного периода. По инициативе правительства Республики Крым и лично С.В. Аксенова, был оглашен призыв к масштабным археологическим раскопкам для пополнения музейных коллекций и противодействия черной археологии.

В Крыму проживает свыше 115 различных национальностей, а также расположено 92 этнографических объекта, на основе которых осуществляются проведение экскурсий по разработанным культурно-этнографическим маршрутам. Это является основанием для дальнейшего развития этнографического туризма в Республике Крым.

Музейный туризм имеет значительный потенциал для развития в Крыму. Всего на территории Республики Крым расположено 323 музея, из которых: 195 имеют историческую и военно-историческую направленность, 12 естественно-научных и технических, 32 этнографических, 71 краеведческих и 13 художественных, литературных и мемориальных.

Выводы. В мировой туристической индустрии культурный туризм занимает весомую долю рынка в общем объеме предоставляемых услуг. Процент европейских туристов и туристов из РФ предпочитают культурный туризм, а также значительные ресурсы находящиеся в распоряжении Республики Крым, позволяют судить о перспективности развития данного вида туризма в Крыму.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПУТЕМ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Рыбальченко К.В.,

студентка кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.фил.н., доцент Вершицкая Е.Р.

Введение. Сегодня гостиничное хозяйство полуострова выступает тем резервом, который способен сформировать конкурентные преимущества региона, поэтому к данному вопросу необходимо подходить с пониманием тенденций и отличительных особенностей, присущих республике. В связи с вхождением полуострова в состав Российской Федерации туристическая отрасль стала нести убытки ввиду меньшего числа туристов: ранее из 6 млн. туристов, ежегодно посещающих Республику Крым, основная часть туристов (65%) приходилась на граждан Украины; в настоящее время - турпоток из России вырос в 3 раза (около 80% от общего турпотока). Из этого следует, что необходимость формирования позитивного имиджа Республики Крым в глазах туристов, как, в первую очередь, безопасного туристского направления является одной из основных задач Правительства полуострова, а также повышение качества предоставляемых услуг размещения, соответствие ценовой политики уровню обслуживания. Предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами – это одно из основных направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе. Таким образом, актуальность вопроса заключается в определении мероприятий, позволяющих сформировать особые конкурентные преимущества, которые позволят привлечь туристов нового рынка для полноценного отдыха.

Целью данного исследования является выявление конкурентных преимуществ, способствующих привлечению туристов в Республику Крым.

В соответствии с поставленной целью в настоящей работе решаются следующие **задачи**: изучение состояния, а также материальной базы гостиничных предприятий на территории Республики Крым; внесение предложений по созданию конкурентных преимуществ предприятия гостиничного хозяйства.

Результаты исследований. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что сезонность туризма, связанная с привязкой к пляжному отдыху, отрицательно влияет на деятельность предприятий, предоставляющих услуги размещения, которые в виду этого несут большие убытки. Данная проблема подлежит решению путем разработки на базе гостиничных предприятий уникальных программ развлечений, мероприятий организации досуга, а также созданием новых видов турпродуктов, не подверженных сезонным колебаниям. Диверсификация турпродукта может быть представлена следующим образом: развитие делового туризма, конференц-сервиса, способного привлечь туристов в любое время года вне зависимости от погодных условий; обеспечение курортного лечения и оздоровления, которое функционирует не только в сезон, но и в межсезонье; проведение событийных мероприятий, позволяющих привлечь и заинтересовать большее число туристов; развитие историко-культурного туризма, который дополняет крымские курортные продукты.

Из анализа данных Аналитической справки об итогах работы предприятий санаторно-курортного и туристского комплекса Республики Крым за 2014 год следует, что количество туристов, посетивших Республику Крым после вхождения в состав Российской Федерации, резко сократилось с 5903,4 тыс. чел в 2013 году до 3805,0 тыс. чел в 2014 году. За январь-август 2015 года данный показатель снизился еще на 500 тыс. чел., что свидетельствует о ряде проблем, которые препятствуют посещению Республики Крым туристами. Неудовлетворительное состояние инфраструктуры на территории туристских регионов Республики Крым требует постепенной модернизации. Остро стоит вопрос транспортной доступности региона, а именно переориентация пассажиропотока с железнодорожного

транспорта, являющегося более доступным, на авиатранспорт и автомобильный транспорт. К сожалению, в Республике Крым размещение и структура транспортных коммуникаций, транспортной инфраструктуры в целом не отвечает необходимым внутренним и внешним транспортно-экономическим связям и нуждается в существенном совершенствовании. Также, на сегодняшний день туристско-рекреационный комплекс Республики Крым характеризуется неравномерностью развития, что проявляется в повышенной загрузке объектов размещения и инфраструктуры Южного берега Республики Крым и, соответственно, минимальной загрузкой на востоке и западе полуострова (более 60% туристов предпочитают Южный берег Республики Крым).

Несоответствие мировым стандартам качества обслуживания при мировом уровне цен на услуги свидетельствует о том, что большее число туристов предпочитает отдых за границей по ценам, аналогичным на полуострове, однако с лучшим уровнем обслуживания. Также остро стоит вопрос нехватки квалифицированных кадров, отвечающих за принятие стратегически важных решений для функционирования гостиницы. По статистике уровнем сервиса в целом удовлетворены 62,4% отдыхающих, которые считают основными недостатками туристической сферы Республики Крым следующие: низкий уровень сервиса, т.е. несоответствие качества услуг стоимости услуг, (на него указывают 36,7% отдыхающих); высокую стоимость проживания и питания. Для того чтобы избежать углубления данных проблем, необходимо преобразовывать их в конкурентные преимущества и, тем самым привлекать туристов. Для повышения уровня квалификации персонала необходимо регулярно проводить тренинги, семинары, на которых обучать этике общения и поведению с клиентами. Конкурентным преимуществом также может служить создание на территории гостиницы нестандартного центра досуга, который будет не только привлекать туристов, но и приносить дополнительный доход (например, боулинг, волейбольная площадка, детские игровые комнаты).

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что мероприятия по усилению конкурентных преимуществ позволят предприятию обеспечить своевременный анализ качества и уровня потребительской удовлетворенности, разработать и внедрить стандарты качества на предлагаемые услуги, а значит, обеспечат более качественное обслуживание потребителей по сравнению с конкурентами.

Выводы. В условиях нарастающей конкурентной борьбы и перехода в состав Российской Федерации, предприятиям гостиничного хозяйства необходимо приумножать свои конкурентные преимущества и улучшать качество предоставляемых услуг, т.е. разрабатывать такие мероприятия, которые будут способствовать их росту. Это позволит более полно удовлетворять потребности клиентов, а, следовательно, повысит уровень конкурентоспособности, улучшит позицию предприятия на рынке туристских услуг.

ГЕТЕРАРХИЯ КАК НОВЫЙ ТИП ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ

Святохо Н.В.,

доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. В результате масштабных социально-экономических и политических преобразований начала 90-х гг. XX в. экономики стран бывшего СССР претерпели значительные трансформации, связанные с переходом от командно-административной модели экономической системы к экономике рыночного типа. Наиболее значительные изменения в деятельности предприятий были обусловлены, прежде всего, формированием негосударственного сектора, что актуализировало необходимость поиска и применения новых форм, способов, инструментов и методов управления ими. Отечественные предприятия столкнулись с проблемой принятия решений в условиях высокой степени динамизма и неопределенности внешней среды. В этих условиях особую актуальность приобрела проблема организации и управления субъектами национальной экономики как экономическими системами. В последнее время все более частыми становятся дискуссии по поводу оптимальной модели организации и управления, которая бы позволяла экономическим системам не просто реагировать на внешние вызовы, но и генерировать возможные варианты развития событий внутри себя, на основе рефлексивного познания. Именно такая модель способна обеспечить предприятию устойчивые конкурентные преимущества за счет быстрой адаптации к изменяющимся условиям внешней среды.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является выявление сущности и особенностей гетерархической организационной структуры, определение ее преимуществ в современных рыночных условиях.

Результаты исследования. Любое предприятие является открытой динамичной социально-экономической системой, постоянно взаимодействующей с внешним окружением путем обмена материальными, трудовыми, финансовыми, информационными и др. потоками. Одним из важнейших принципов современного менеджмента является адаптивность предприятия к постоянно изменяющимся условиям внешней среды, однако традиционные строго вертикально организованные иерархические организационные структуры часто не способны реализовать вышеуказанный принцип. Все существующие организационные структуры (линейные, функциональные, дивизиональные, линейно-функциональные, матричные и др.) по сути являются иерархическими и характеризуются рядом существенных недостатков. Основной их недостаток — жесткое разделение власти, отношения зависимости и эволюция на основе организационных решений верхнего уровня иерархии, что определенным образом лишает предприятие возможности ситуационной реакции в конкретных условиях места и времени. Данные недостатки побудили экономических субъектов искать более прогрессивные организационные структуры, среди которых особое место занимают гетерархические структуры.

Термин «гетерархия» (от греч. «иная власть») был введен профессором социологии и международных отношений Колумбийского университета Д. Старком в работе «Смысл диссонанса: оценки ценности в хозяйственной жизни». По его мнению, вместо того чтобы просто реагировать на возникающие ситуации извне, организации могут поощрять такие организационные формы, которые бы снова и снова производили неопределённые ситуации внутри самой организации. Именно это и происходит в организационных структурах, отличных от традиционной иерархии. Д. Старк назвал их гетерархией.

Основной принцип построения гетерархических организационных структур — горизонтальное распределение полномочий, формирование власти по горизонтали. Гетерархия предполагает автономность всех элементов и обеспечивает возможность их эволюции. То есть в случае гетерархии акцент в управлении смещается от строгой организации к самоорганизации. Гетерархия широко использует принцип партисипативного

управления, при котором каждый участник имеет возможность участвовать в принятии управленческих решений.

По мнению Д. Старка, основными особенностями гетерархической оргструктуры являются, во-первых, наличие поперечно организованных сетевых структур, отражающих более сильные взаимозависимости, возникающие в процессе сложно организованного сотрудничества; во-вторых, в гетерархиях не существует никакой иерархии среди соперничающих принципов оценивания, т.е. в условиях турбулентности внешней среды в большинстве случаев неясно, что станет ресурсом в тот или иной момент, поэтому наличие конкурирующих моделей оценивания само по себе может стать ценным организационным ресурсом.

Важнейшей особенностью гетерархии является то, что координация и интеграция в ней обеспечиваются не через формальные процедуры и вертикальную иерархию, а посредством организационной культуры, системы ценностей, стиля управления. Гетерархия по сути своей полицентрична, что предполагает наличие множества центров решений, обладающих полномочиями и ресурсами для принятия конкретных решений. Однако автономия участников в гетерархической организационной структуре должна быть осведомлена об общей корпоративной стратегии для того, чтобы эффективно ее развивать и дополнять. Немаловажной особенностью гетерархии является взаимоинформированность ее участников, что позволяет формировать общую систему знаний для более оперативного и успешного решения проблемных вопросов.

Ценность гетерархии в условиях инновационной экономики и постиндустриального общества возрастает в разы. В современном мире важнейшим ресурсом является информация, которую не столь трудно найти, как должным образом интерпретировать. То есть этот процесс отходит от простого управления информацией, он требует ее осмысления, распознавая, интерпретации на основе рефлексивного познания. Д. Старк считал, что гетерархии представляют собой когнитивные среды, которые способствуют работе рефлексивного познания.

Выводы. В современных условиях жесткая, инерционная организация не дает возможности быстрой адаптации к произошедшим изменениям, поэтому для выживания и успешной деятельности предприятиям необходимо постоянно реагировать на внешние вызовы, в том числе путем постоянного пересмотра своей организационной структуры. Гетерархические организационные структуры являются гибкими адаптивными структурами, в которых жесткое вертикальное разделение власти заменяется горизонтальным разделением труда с наделением участников автономностью действий, что позволяет более оперативно и эффективно реагировать на изменяющиеся условия внешней среды. Гетерархия базируется на нескольких автономных системах оценивания благ и организационной культуре, ценностях, стиле управления, что позволяет предприятию более быстро и безболезненно приспособиться к изменившимся условиям деятельности.

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРА ВРЕМЕНИ НА ОБРАЩЕНИЕ С ТВЕРДЫМИ БЫТОВЫМИ ОТХОДАМИ

Сиволап А.В.,

старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. Экологическая ситуация в Республике Крым на сегодня является чрезвычайно сложной по ряду причин, в том числе негативного воздействия твердых бытовых отходов (ТБО) на окружающую среду: растет загрязнение земельных ресурсов, воздушного бассейна, водных ресурсов, деградируют лесные ресурсы, вследствие чего повышается заболеваемость населения региона и снижается привлекательность Крыма для рекреантов.

Цель исследования состоит в выявлении факторов, влияющих на эффективность функционирования системы обращения с твердыми бытовыми отходами.

Результаты исследования. Одним из факторов, влияющих на обращение с ТБО, является время, определяющее продолжительность процесса их старения. От этого, в свою очередь, зависят продолжительность промежуточного складирования, содержание и количество вредных веществ, объемы накопления на полигонах, и др.

Твердые бытовые отходы (ТБО) на всех этапах обращения с ними подвергаются воздействию различных факторов окружающей среды (ультрафиолетовое излучение, колебания температур, атмосферные осадки и пр.) в результате чего происходит их старение.

Старение - совокупность химических и физических превращений, которые происходят с материалами при их хранении, переработке и эксплуатации, приводящих, в конечном итоге, к потере комплекса их положительных свойств.

Старению подвергаются органическая и неорганическая части ТБО. Старение неорганической части ТБО, содержащей тяжелые металлы, галогены и некоторые другие химические элементы, приводит к их разложению и вызывает загрязнению почвы и грунтовых вод. Тяжелые металлы обладают канцерогенными и мутагенными свойствами.

Старение органической части ТБО (целлюлозно-бумажные материалы, картон, волокнистые материалы из клетчатки или из ее производных, а также белковые материалы, в том числе разнообразные пищевые отходы) проявляется в протекании процессов химического и биохимического характера.

Процесс старения ТБО, протекающий на современных полигонах (оборудованных таким образом, чтобы не допустить контакта с окружающей средой), длительный и неопределенный. Как показали проведенные исследования, за 15 лет 80% органического материала, попавшего на полигон (пищевые отходы) не разложилось.

Поскольку ТБО по морфологическому составу разнообразны, то и время старения компонентов будет различным. При доступе кислорода бумага и картон разлагаются в земле за 2...3 года, древесина - несколько десятков лет, батарейки - около 10 лет, железо - несколько десятков лет (1 мм в глубину за 10-20 лет), изделия из пластмасс - около 100 лет, алюминий - несколько сотен лет, стекло - более тысячи лет. Без доступа кислорода эти процессы замедляются. Вследствие этого для захоронения ТБО на полигонах отторгаются значительные площади земли.

Природные материалы подвержены процессу разложения под действием биологических и биохимических факторов, в результате чего происходит образование и патогенной флоры (развитие и размножение бактерий, вызывающих инфекционные заболевания).

Под действием ультрафиолетовых лучей происходит старение материалов синтетической химии, вследствие чего могут образоваться канцерогенные вещества.

Вследствие различных химических реакций, с течением времени, температура в различных местах свалки может повышаться, вызывая самопроизвольное возгорание.

Низкотемпературное горение полимерных материалов приводит к образованию соединений класса диоксинов – ядовитых мутагенных и канцерогенных соединений.

Атмосферные осадки способствуют миграции опасных химических соединений, их встрече друг с другом, контакту, а также проникновению в грунтовые воды.

На полигоне органические вещества проходят две стадии разложения: аэробную (продолжительностью несколько недель) и анаэробную (продолжительностью несколько лет). В результате последней образуется биогаз или, так называемый, свалочный газ. Процесс образования газа в теле полигона может протекать до 50 лет. Поступление свалочного газа в природную среду формирует негативные эффекты как локального, так и глобального характера.

Выводы. Следовательно, фактор времени играет значительную роль в процессе захоронения отходов на полигонах. Его учет обязателен в обращении с ТБО, что позволит значительно снизить вредное воздействие на окружающую природную среду и повысить привлекательность Крыма для рекреантов.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВИННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Соколовская Е. В.,

студентка кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

научный руководитель: к.фил.н., доцент Вершицкая Е.Р.

Введение. Известно, что Республика Крым славится производством вин далеко за её пределами и туризм всегда занимал неотъемлемую нишу в экономике региона. Сегодня весьма перспективным и актуальным является сочетание винной индустрии и туристской индустрии, а именно, развитие винного туризма, как приоритетного направления в развитии экономики Республики Крым. Кроме того, актуальность обусловлена тем, что сегодня туризм представляет собой огромную быстроразвивающуюся экономическую отрасль, высокодоходную для государства и населения этого государства.

Целью данного исследования является рассмотрение главных аспектов и путей диверсификации туристского продукта Республики Крым, а именно изучение перспектив развития винного туризма.

Цель работы предполагает решение таких **задач, как:** изучение теоретических аспектов развития винного туризма и выявление его роли в структуре крымского туризма.

Результаты исследований. Винный туризм получил особое развитие в Западной Европе и высокоразвитых странах в рамках производства вина и алкоголя. Рост интереса к виноделию в основном связан с развитием винного туризма. Винный туризм или энотуризм – это относительно новый вид туризма, основной целью которого является дегустация, потребление или покупка вина на месте, то есть в районах выращивания винограда или виноделен. Винный туризм имеет различные формы и виды деятельности, например, посещение виноделен и виноградников, сбор урожая или просто дегустации в ресторанах, организованные винные туры, винные фестивали и другие специальные мероприятия.

Вино часто ассоциируется с отдыхом, общением с друзьями и гостеприимством. На отдыхе, туристы хотят общаться с друзьями, исследовать природу и узнавать что-то новое - Республика Крым идеально подходит для этого. В регионе присутствуют все необходимые условия для процветания винного туризма и сопутствующих ему услуг. Потенциал винных туров может полностью раскрыться в пределах Республики Крым, ввиду наличия полного спектра ресурсов необходимых для этого. Однако, анализируя положение энотуризма в Крыму, были выделены три основных препятствия в развитии региона, а именно: отсутствие бренда и имиджа региона, отсутствие транспортной инфраструктуры и инфраструктуры

размещения, отсутствие рекламы. Даже если количество туристов увеличивается с каждым годом, они посещают Республику Крым в основном из любопытства, а не из-за страсти к вину и культуре виноделия. Данные проблемы должны быть решены и тогда станет возможным перспективное развитие винного туризма в регионе.

Учитывая все рассмотренные аспекты, актуальным и перспективным будет создание и развитие в регионе винного кластера, который сконцентрирует все денежные потоки и при правильном региональном планировании принесёт региону процветание и успешность.

Выводы. Винный туризм – это вектор социокультурной идентичности в регионе, где вино является одинаково гарантом образа жизни и мышления. Это своего рода культурный вектор, следуя которому можно не только ознакомить туристов с историей и наследием виноделия, но и принести прибыль региону при конкретно заданных действиях и мероприятиях. Винный туризм может повысить ценность и пользу производителей вина в качестве прямого канала сбыта.

Винные туры – новое слово в крымском туризме. С каждым годом все больше ценителей благородного напитка приезжают в Крым, чтобы попасть на уникальные дегустации, ведь крымские вина широко известны и популярны далеко за пределами полуострова. Таким образом, уделить внимание данному виду туризма будет весьма актуально.

Крым располагает обширными туристскими возможностями и ресурсами для организации тематических туров, связанных с культурой выращивания винограда и производством вина. В программу таких туров можно включать экскурсии в историю, содержащие многочисленные легенды о винах и особенностях культуры их потребления, проживание в средневековых замках и загородных усадьбах, участие в живописном и ярком праздновании сбора первого урожая винограда, а также различные дегустации с последующей покупкой понравившихся туристам вин.

Таким образом, рассмотрев основные аспекты и пути диверсификации туристского продукта Республики Крым, а именно, изучив перспективы развития винного туризма, можно сделать вывод, что данное направление – энотуризм – является весьма актуальным и перспективным для развития региона.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОТУРИЗМА В КРЫМУ

Титорова А.В.,

магистрант кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.фил.н., доцент Вершицкая Е.Р.

Введение. Автомобильный туризм имеет давнюю историю. Первые путешествия на личном автотранспорте стали совершаться по мере развития автомобильной промышленности.

В последние годы в Крыму заметно возрос интерес к автомобильному туризму. Это можно объяснить рядом причин. Значительно вырос парк личного автотранспорта за счет импорта зарубежных автомобилей. Повысилась надежность автомобильной техники. Широкое распространение получили высокопроходимые автомобили.

Основными сдерживающими факторами для развития автомобильного туризма в Крыму является целый комплекс проблем, связанных с отсутствием специализированной инфраструктуры для автотуристов (кемпинги, кемпстоянки), недостаточной информационной поддержкой, административными барьерами, отсутствием отраслевых стандартов, несогласованности действий всех компонентов индустрии караванинга и госструктур на территории Крыма.

Актуальность статьи объясняется также тем, что становление и развитие такого нового для Крыма вида отдыха, как автомобильный туризм, придаст внутреннему туризму более цивилизованный характер и привлечет иностранных туристов, тем самым увеличивая прибыльность от данного вида туризма в туристской отрасли.

Результаты исследования. В странах Европы, США, Австралии придорожной инфраструктуре и сервису для автотуристов давно уделяют достаточно много внимания. Автомобильный туризм доказал свою состоятельность и в настоящее время вносит немалый вклад в экономику стран ЕС, США, Канады, Австралии. В мире уже существует множество стандартов, правил организации автомобильного туризма. России, в частности Республике Крым, необходимо их только изучить и адаптировать для собственных особенностей, условий и нужд.

В изданиях научной, учебной литературы по туризму, таких авторов как Соколова М.В. «История туризма», Александрова А.Ю. «Международный туризм», Докторов А.В. «Организация транспортного обслуживания в туризме», Джаладян Ю.А., Кусков А.С. «Транспортное обеспечение в туризме», тема автомобильного туризма затрагивается лишь поверхностно. В основном он рассматривается как один из этапов истории развития туризма в целом, а также как неотъемлемая часть туристской индустрии современности.

Вершицкий А.В. в своих работах «Развитие автомобильного туризма в Крыму», «Структуризация услуг кемпингов для автотуристов в АР Крым» и «Эффективность функционирования системы автопроката в Крыму» выявил основные проблемы в развитии автотуризма, указал направления совершенствования управления и организации данного вида туризма для Крыма. Также в указанных работах проведен анализ эффективности услуг в автотуризме, таких как автопрокат и кемпинг, предложена структура данных видов услуг.

Статистическая, исследовательская и аналитическая информация практически отсутствует. По этому факту можно судить о том, что в настоящее время в Крыму этому виду туризма уделяется недостаточно внимания.

Крым имеет довольно большой потенциал в области развития автомобильного туризма. Сегодня существует большое количество он-лайн сервисов, предлагающих автомобильным туристам проложить маршрут, рассчитать расстояние от объекта к объекту, предлагают карты крымских трасс и атласы дорог.

Появление GPS, или Global Positioning System (глобальная система позиционирования) также повлияло на развитие автотуризма.

Разновидность автомобильного туризма определяется принципом планирования

автомобильного маршрута – либо выбор «путешествия под автомобиль», либо «автомобиля для путешествия». Стремление автотуристов повысить комфортность путешествия на колесах породило такой вид автотуризма как караванинг.

Караванинг – вид автомобильного туризма, путешествие с проживанием в автодомах или автоприцепах. На пути следования караванеры обычно останавливаются на специально оборудованных площадках (кемпинги для караванеров). Караванинг – самый удобный и комфортный вид автотуризма и путешествий на автомобилях. Для примера только за 2009 год Германию посетило 5,5 миллиона автотуристов.

Так же статистика показывает, что европейский автотурист совершает в течение года не менее 3-4 поездок, половина из которых подразумевает длительные поездки на расстояния свыше 1000 км.

В США вдоль автомобильных шоссе расположено огромное количество кемпингов, которые обеспечивают все необходимые условия для путешественников.

Автотуризм в Крыму был невероятно популярен при СССР. В настоящее время этот вид туризма возрождается. Сегодня на территории Крыма действует более 40 автокемпингов, около 100 автостоянок и парковок с общим количеством мест более 3,5 тыс., свыше 250 автозаправок, а также более 110 станций технического обслуживания и более 210 придорожных кафе. Однако, по сравнению с мировой практикой автотуризма, эти цифры очень малы. В данный момент дальнейшее развитие автотуризма в Крыму сдерживается наличием ряда проблем, таких, как:

- низкий технический уровень и несоответствие параметров дорог интенсивности движения;
- регулярные перегрузки отдельных дорог;
- отставание в развитии дорожного строительства от темпов роста автомобильного парка страны;
- невозможность обеспечения безопасности на автодорогах;
- низкий уровень развития придорожной инфраструктуры.

Несмотря на имеющиеся трудности, число приверженцев автотуризма и караванинга в Крыму неуклонно растет.

Как показывает мировой опыт, не маловажную роль в популяризации автотуризма играет существование отраслевых объединений (ассоциаций, федераций, клубов и союзов). В России на федеральном уровне популяризацией и развитием автотуризма занимаются «Лига Караванеров» и «Национальная Ассоциация Караванинга». Основное направление деятельности Ассоциации – участие в развитии инфраструктуры караванинга и автотуризма в России (создание кемпингов, взаимодействие с административными структурами).

Очевидно, что с развитием придорожной инфраструктуры в Крыму существенно возрастет доля автомобильного туризма на внутреннем туристическом рынке, кроме того, регион станет гораздо более привлекательной для европейских туристов, давно освоивших такую разновидность автотуризма, как караванинг.

Первый шаг, который должны предпринять владельцы кемпингов – это улучшение, обновление и усовершенствование инфраструктуры. Обновление площадок для стоянок, расширение площади для габаритных автодомов, обновление номерного фонда и удобств.

Второй шаг должен быть предпринят административными властями. Именно под их руководством должно быть осуществлено обновление. Организация инфраструктуры возможна не только в рамках серьезных правительственных проектов и программ, но и также представляет интерес малому и среднему бизнесу, который получил бы поддержку структур власти из-за общей заинтересованности в развитии туризма в регионе.

Выводы. При правильном планировании, государственной поддержке и в большей степени заинтересованности крупных и малых предпринимателей в развитии автотуризма и кемпингов, в привлечении как российских, так и иностранных клиентов, у Крыма есть все возможности стать лидером въездного и внутреннего автотуризма среди регионов России.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Хайнюк А.С.,

магистрант кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: д.э.н., профессор Ячменева В.М.

Введение. Деятельность предприятия в современных условиях осуществляется в среде постоянно изменяющегося мира, обусловленными глобальными изменениями в политической, экономической, социальной и других сферах. В связи с этим предприятие функционирует в условиях нестабильности и неопределенности внешней среды. Что влечет за собой сложность управления предприятием, и это оказывает значительное влияние на ее устойчивость, безопасность и конкурентоспособность. Своевременная реакция на происходящие изменения во внешней среде и уровень ее неопределенности предопределяют защитные функции деятельности предприятия, изучение которых, обуславливает актуальность нашего исследования.

Внешняя среда окружает любое предприятие и оказывает на него воздействие. Предприятие является открытой системой и постоянно воздействует с внешней средой, что служит предпосылками к исследованию внешнего окружения. Изучению внешней среды посвящены труды Ячменевой В.М., Плещенко В.И., Шведовой В.Ф., Зуба А.Т., Кокарева Д.В., Поповой Л.Ф., П. Лоуренса, Д. Лорша, Р. Данкана и других авторов. Некоторые авторы рассматривают классификацию внешней среды кадровых рисков как систему взаимодействия объекта управления Ф Эмери и Э Тристом. Процессу принятия решений в условиях неопределенности уделяли внимание многие ученые. Такие, как Симон Х., Невел А., Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф., Орлов А.И., Ларичев О.И., Мошкович Е.М., Шмарин А.П., Побегайлов О.А., Ярцева Н.А. и Бятец И.В. и др. В их трудах описываются немногие достоинства аксиоматических и эвристических методов.

Целью исследования является изучение неопределенности внешней среды. Для этого необходимо решить следующие задачи: изучить понятия «внешняя среда», «неопределенность», а так же рассмотреть подходы к изучению неопределенности внешней среды.

Результаты исследования. Совокупность условий, в которых протекает деятельность организации, называется внешней средой. Внешняя среда зависит от внешних и внутренних факторов. Характеризовать внешнюю среду можно как систему, отдельные элементы которой определяют совокупность факторов, событий и условий которые динамично изменяются и прямо или косвенно влияют на предприятие.

К характеристикам внешней среды относят:

взаимосвязанность факторов внешней среды — уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы. Взаимосвязанность факторов внешней среды приводит к необходимости их комплексного, системного изучения.

сложность внешней среды — число факторов, на которые организация обязана реагировать, а также уровень вариантности каждого из них. Предприятие, имеющее более сложное производство, выпускающее большее количество товаров, использующее больше различных технологий, будет ощущать на себе влияние и большего числа факторов.

подвижность среды — скорость, с которой происходят изменения в окружении организации. Эта характеристика, как и все остальные, будет специфической для каждой организации (отрасли).

неопределенность внешней среды — является функцией количества информации, которой располагает организация по поводу конкретного фактора, а также функцией

уверенности в этой информации. Если информации недостаточно и есть определенные сомнения в ее точности, внешняя среда становится менее определенной и принимать верные управленческие решения становится труднее.

Можно предположить, что вышеперечисленные характеристики являются базовыми для внешней среды и могут расширяться в зависимости от степени уровня исследования. Особое значение имеет характеристика неопределенности внешней среды, так как является фактором, который изначально увеличивает степень риска принимаемых решений

По источникам возникновения неопределенности Н.А. Ярцева выделяет следующие:

особенности системы рыночных отношений (большое количество и разнородность участников, их относительная независимость друг от друга);

незнание в полной мере объективных законов экономического развития и, как результат, невозможность точно предсказать ход событий в будущем;

научно-технический прогресс;

невозможность получения достоверной информации о будущем к моменту принятия или реализации решения;

неправильное применение имеющихся методов анализа и прогнозирования (механический перенос математических методов в сферу экономического анализа; унифицированный подход к прогнозированию экономических явлений без учета их специфики; использование вероятностного подхода во всех случаях прогнозирования);

преобладание экспертных оценок при принятии решений, что ведет к высокой степени субъективизма в управлении;

информация, на основании которой принимаются решения;

политико-правовая среда;

человеческий фактор, играющий одну из определяющих ролей в среде взаимоотношений субъектов хозяйствования.

Среди перечисленных источников есть те, на которые предприятие не может устранить или повлиять, и ряд источников из разряда устранимых, что позволит снизить возможные риски.

Выводы: проблема неопределенности остается актуальной на протяжении многих лет и представляет собой отдельное направление исследований. Неопределенность внешней среды можно рассматривать как условия с низко предсказуемыми постоянно изменчивыми сведениями о среде, в которой протекает деятельность предприятия. В значительной степени неопределенность следует рассматривать как источник риска, который следует предотвращать, или минимизировать. Следует отметить, что при принятии управленческих решений, а так же успешного функционирования предприятию следует уделить внимание изучению, анализу и прогнозированию процессов протекающих во внешней среде.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Цветкова И.И.,

доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. В настоящее время перед многими предприятиями различных отраслей экономики России стоит острая проблема создания и применения комплексной системы оценки и обеспечения кадровой безопасности, как механизма оптимального управления персоналом с целью наиболее эффективного его использования и обеспечения устойчивого развития данного предприятия. При разработке методологии оценки кадровой безопасности на предприятии следует особое внимание уделить формированию системы показателей оценки, которые в максимальной степени будут учитывать возможные угрозы со стороны персонала.

Целью данного исследования является формирование системы показателей оценки кадровой безопасности предприятия. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить качественные и количественные показатели оценки кадровой безопасности;
- определить источники информации, которые можно использовать при определении показателей оценки кадровой безопасности.

Результаты исследований. Показатели, которые в дальнейшем будут использованы при оценке кадровой безопасности предприятия, предлагается сгруппировать по следующим категориям:

1. Показатели численного состава персонала и его динамики (среднесписочная численность персонала и динамика его изменения, показатели текучести кадров, возрастной, социальный и квалификационный состав персонала).

2. Показатели квалификации и интеллектуального потенциала (образовательный состав персонала, количество изобретений и предложений рационализаторского характера, количество патентов организации и получаемых ею доходов от лицензионной деятельности, абсолютные и удельные значения полученного предприятием эффекта от внедрения предложений сотрудников, доля издержек на обучение в общем объеме издержек на персонал, коэффициент результативности обучения).

3. Показатели эффективности использования персонала (производительность труда работников, доля выручки, валовой и чистой прибыли организации на одного работающего, показатели фондовооруженности труда, показатели потери рабочего времени).

4. Показатели условий труда (частота травматизма, наличие профзаболеваний, уровень технической оснащенности, коэффициент нормирования, коэффициент применяемости рациональных методов труда специалистов).

5. Показатели качества мотивационной системы (средняя оплата труда, доля стоимости объектов непроемкой сферы и стоимости предоставляемых работникам социальных льгот на одного сотрудника, доля внешнего найма и окончивших собственные корпоративные программы обучения в общем числе принятых на работу, степень удовлетворенности работников оплатой труда, средний уровень оплаты труда на одного работника по категориям, удельный вес оплаты труда в общих издержках организации).

6. Показатели деструктивных форм поведения (противоправная, административно-управленческая, дисфункциональная, эгоистическая, индивидуально-целевая деструктивная, групповая деструктивная, консервативная, имитационная, девиантная).

7. Показатели личностных характеристик и акцентуаций характера (скрытость, уровень самоконтроля, ответственность, лживость, негативные эмоциональные черты характера, легкая внушаемость, неустойчивость к стрессам, изворотливость).

8. Надежность персонала (профессиональная, психологическая, моральная).

9. Организационная приверженность, как позитивная оценка работником своего пребывания на предприятии (идентификация, вовлеченность, готовность прилагать дополнительные усилия, не ограничиваясь должностными обязанностями, самоуважение, заинтересованность в достижении значимых для предприятия рабочих результатов, ответственность за результаты своей работы, лояльность).

10. Социальные показатели (уровень оплаты труда по отношению к среднему показателю по экономике, уровень задолженности по зарплате, степень социальной защищенности).

11. Показатели эффективности принимаемых мер по обеспечению кадровой безопасности предприятия (уровень ущерба).

Источники информации, используемые при оценке данных показателей, можно разделить на несколько групп.

Первая группа – это документальные факты: наличие и частота смены регистрации, наличие судимости, административных правонарушений, факты утери документов, учет по диспансерам, семейное положение, характеристики, документы об образовании и т.п.

Вторая группа – неформальные сведения о человеке: криминальные связи, отзывы бывших сослуживцев, пристрастие к наркотикам и алкоголю, азартным играм, отношение к религиозным новообразованиям и т.п.

Третья группа – наблюдение за поведением человека: халатность, внезапное ухудшение или улучшение материального положения, боязнь шантажа, демонстративность поведения, желание сохранить имеющуюся должность при возможности повышения, интерес к информации, представляющей коммерческую тайну, компрометирующий круг общения, провокационные разговоры и действия.

Четвертая группа – непосредственная оценка личностных и профессиональных характеристик человека с использованием тестов, индивидуальных и групповых заданий, ситуационных кейсов.

Учитывая широту спектра возможных показателей кадровой безопасности организации и большие различия в потребностях анализа для организаций различных видов деятельности, конкретный состав используемых показателей может быть скорректирован.

Выводы. Таким образом, кадровая безопасность, являясь подсистемой экономической безопасности предприятия, направлена на повышение эффективности работы персонала. Одним из основных этапов оценки кадровой безопасности предприятия является грамотно сформированная система показателей оценки.

Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является разработка методики оценки кадровой безопасности по сформированным показателям оценки.

ОБОСНОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Черненко Н.Г.,

ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: д.э.н., профессор Ячменева В.М.

Введение. Обеспечение экономической безопасности государства является важнейшей задачей страны. Предприятия, осуществляющие свою деятельность в данной стране, также нуждаются в обеспечении экономической безопасности своей деятельности со стороны управления, что является важным и для страны в целом. То, насколько высоким будет уровень экономической безопасности деятельности предприятия будет зависеть от эффективности управления в области экономической безопасности. Существованию связи между эффективностью управления и экономической безопасностью деятельности предприятия посвящены труды многих ученых, но несмотря на это потребность в поиске новых подходов к установлению этой зависимости не снизилась. Выбор адекватного подхода, который отвечает требованию времени и условиям внешней среды является одной из задач обеспечения экономической безопасности деятельности предприятия.

При исследовании управления экономической безопасностью деятельности предприятия многие ученые использовали различные подходы. Так, системный подход в своих исследованиях в области управления экономической безопасностью деятельности предприятия применяли такие ученые, как С.Н. Блинникова, Г.С. Яковлев, Е.Н. Ланцман и др. Структурно-функциональный подход лег в основу исследования проблемы экономической безопасности Ж.Н. Шелудченко, а ресурсно-функциональный подход позволил Е.С. Преображенской и Д.В. Комаркову исследовать проблему экономической безопасности с позиции более эффективного использования ресурсов. Несмотря на то, что эффективности управления экономической безопасностью деятельности предприятия посвящены труды многих ученых, необходимо искать новые подходы, учитывающие современные тенденции развития общества.

Цель – обосновать использование информационного подхода для оценки эффективности управления экономической безопасностью предприятия на основе анализа существующих общенаучных подходов.

Для этого необходимо: провести анализ существующих общенаучных подходов; на основе анализа обосновать использование информационного подхода для оценки эффективности управления экономической безопасностью предприятия.

Результаты исследования, их краткий анализ. Каждый научный подход имеет определяющее понятие такое, как структура, функция, система, информация и др. Отсюда и существование таких подходов, как системный, структурно-функциональный, информационный и др. Выбор научного подхода к исследованию во многом зависит от тенденций в развитии общества и науки. Поэтому, прежде чем перейти к анализу основных подходов, необходимо рассмотреть тенденции в развитии общества. Тенденцией современного общества является то, что развитие общества ускоряется и те подходы, которые раньше удовлетворяли целям исследований, сейчас стали не адекватными. Основой всех жизненных процессов стала виртуальность. Так, виртуальным стало общение людей между собой, отношения продавца и покупателя, студента и преподавателя. Виртуальные ценности принимаются за реальные. Основой существования виртуальности является информационный поток, с помощью которого формируется образ. К.К. Колин во время участия в беседе «круглого стола» по теме «Информационный подход в междисциплинарной перспективе», сказал, что недооценка информационных аспектов в жизни современного общества ведет к серьезным негативным последствиям.

Рассмотрим различные научные подходы и их использование в оценке эффективности управления экономической безопасностью предприятия. Управление и экономическая безопасность деятельности предприятия, являясь составными элементами системы, связаны между собой, а то, насколько сильно они связаны, зависит от эффективности управления. Как видно, оценка эффективности управления экономической безопасностью деятельности предприятия может быть рассмотрена с точки зрения системного подхода. Однако, учитывая современные тенденции развития общества и их постоянное изменение, системный подход считаю не актуальным к оценке эффективности управления экономической безопасностью деятельности предприятия.

Структурно-функциональный подход строится на основе выделения в целостных системах их структуры – совокупности устойчивых отношений и взаимосвязей между ее элементами и их роли (функции) относительно друг друга. Структура понимается, как нечто неизменное, состоящее из элементов, каждый из которых имеет свое функциональное назначение. Структурно-функциональный подход является частным случаем общей теории систем, т.е. частным случаем системного подхода. Структурно-функциональный подход используется для социальных систем, в которых есть ценности и нормы. К оценке эффективности управления экономической безопасностью деятельности предприятия также может быть применен данный подход, который является частным случаем системного. Однако, так же, как и в предыдущем случае, постоянная и ускоренная изменчивость современного мира делает неадекватным использование структурно-функционального подхода к оценке эффективности управления экономической безопасностью деятельности предприятия.

Информационный подход - метод научного познания объектов, процессов или явлений природы и общества, согласно которому в первую очередь выявляются и анализируются наиболее характерные информационные аспекты, определяющие функционирование и развитие изучаемых объектов. Часто ошибочно считают тождественными понятия «информация» и «знания». Информация - это знания в коммуникативной форме, средство передачи знания. Она является источником для получения знаний. С помощью информации формируется образ и от недостатка информации этот образ может меняться за счет предположений. Эффективность управления экономической безопасностью деятельности предприятия в значительной мере зависит от адекватности образа реальной действительности у менеджеров, т.е. от информированности менеджеров предприятия, а также от оперативности поступления и адекватности информации в области экономической безопасности деятельности предприятия. Учитывая все вышесказанное, считаю более целесообразным применение информационного подхода к оценке эффективности управления экономической безопасностью деятельности предприятия.

Выводы. В результате исследования проведен анализ существующих общенаучных подходов, таких как: системный, структурно-функциональный, информационный. Анализ подходов показал, что, ни системный, ни структурно-функциональный подходы не могут быть эффективно использованы к оценке эффективности управления экономической безопасностью деятельности предприятия. Не смотря на то, что предприятие является системой, объединяющей элементы, связанные между собой, и управление и экономическая безопасность деятельности предприятия являются одними из этих элементов, связанные между собой эффективностью управления, от адекватности образа реальной действительности у менеджеров, т.е. от информированности в области экономической безопасности деятельности предприятия во многом зависит эффективность управления экономической безопасностью деятельности предприятия. Учитывая также то, что тенденцией развития социума, в котором протекают экономические процессы, является использование виртуальности во всех сферах жизни и то, что базой существования виртуальности является поток информации, обеспечивающий создание образа, наиболее адекватным является информационный подход к оценке эффективности управления экономической безопасностью деятельности предприятия.

ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

Чернецова Г.М.

к.э.н., доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. Для обеспечения конкурентных преимуществ каждая организация должна сформировать свою уникальную по архитектонике систему управления в соответствии с целями и особенностями деятельности. Для решения этой задачи могут быть использованы различные подходы. На практике научно-обоснованные подходы к формированию систем управления используются недостаточно активно. Реальные системы управления включают элементы разных подходов, что приводит к возникновению внутренних противоречий, избыточных, недостающих или нефункционирующих связей. Это обусловлено тем, что не изучены вопросы увязки методов и инструментов управления с возможностями того или иного подхода.

Целью исследования является обоснование методических положений формирования системы управления организациями на основе процессного подхода.

Результаты исследования. В любой системе главное — это взаимодействие элементов, отношения между ними. Поэтому, определяя подходы к формированию системы управления, мы рассматриваем ее эффективность с точки зрения системных критериев, основной из которых отражает свойство системы сохранять целостность. Система управления эффективна, если она способна обеспечить внутреннее единство организации и гарантировать выживание в изменяющейся среде.

В настоящее время наукой предлагается к внедрению множество подходов и инструментов совершенствования менеджмента на предприятии. Одни авторы делают ставку на совершенствование жестких элементов системы управления: формализацию процесса управления, технологические аспекты, автоматизацию информационных систем. Другие авторы отрицают целесообразность этого подхода в условиях быстро меняющейся внешней среды и акцентируют внимание на «мягких» элементах.

На наш взгляд, при решении проблем повышения эффективности управления организацией заниматься совершенствованием только «мягких» элементов системы управления могут те организации, в которых достигнут достаточно высокий уровень регулярного менеджмента. Технологии менеджмента организации отличаются на разных фазах жизненного цикла предприятия. Комплексная система регулярного менеджмента формируется по мере роста предприятия, и приносит наибольшую отдачу на фазе устойчивого развития.

Процессный подход целесообразен в средних и крупных предприятиях, находящихся на второй и третьей стадии жизненного цикла. Это связано с тем, что развитие предприятия приводит, как правило, к усложнению организационной структуры, в рамках которой ответственность за конечные результаты распределяется между многими структурными подразделениями.

Процессный подход в качестве ключевого элемента рассматривает процесс управления как общую сумму взаимосвязанных функций. Процесс описывает то, как, в какой последовательности выполняются функции для достижения целей организации. Переход на процессное управление означает переход от управления структурами к управлению деятельностью, от вертикального к горизонтальному разделению труда. Зона ответственности переносится на конечный результат.

Непременным условием применения данного подхода является достижение определенного уровня управленческой культуры, когда исполнители отработали навыки работы по регламентам. Объектами регламентации являются субъекты деятельности, ресурсы и процессы. Проще всего регламентировать субъектов деятельности — должности и подразделения. Традиционно для регламентации деятельности субъектов используются

должностные инструкции и положения о структурных подразделениях. Могут также разрабатываться стандарты деятельности.

Регламентация ресурсов предполагает использование как классических, так и современных технологических инструментов: планы производства и сбыта, нормирование расходов ресурсов, бюджетирование, MRP, ERP.

Регламентация процессов является наиболее сложной частью постановки регулярного менеджмента. В первую очередь регламентируются процессы на уровне рабочих мест, когда процесс достаточно сложен или требует особой точности. Это стандарты «по процессу», когда работнику предписывается что, когда, в какой последовательности необходимо делать. Осуществляется это с помощью таких классических инструментов, как технологические карты или технологические инструкции.

В дальнейшем регламентации подлежит взаимодействие между сотрудниками и подразделениями, то есть разрабатываются процедуры с использованием таких инструментов, как документограммы, органограммы различных видов, IDEF-диаграммы. Эта работа может осуществляться как в ручном режиме, так и с применением современных технологий работы с информацией. В небольших компаниях это могут быть компьютерные программы типа ORGWARE, WORKFLOW, ARIS. В крупных финансово устойчивых компаниях могут применяться более сложные информационные системы: ERP, BMR, BPI. Они обеспечивают не только поддержку процессов принятия решений, но и стратегическое планирование конкурентного преимущества, адаптацию бизнес-процессов и процессов управления к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды.

Выводы. Организация управляющей подсистемы предприятия подразумевает формирование комбинации методов и инструментов реализации процессов управления. При выборе подхода к формированию системы управления необходимо учитывать такие факторы, как фаза жизненного цикла и размеры предприятия, сложность организации, стабильность внешней среды. Процессный подход целесообразен в средних и крупных предприятиях, находящихся на второй и третьей стадии жизненного цикла. Процессный подход стимулирует совершенствование технологии управления, создает условия для постановки на предприятии регулярного менеджмента. Эффективная реализация процессного подхода возможна в сочетании с информационным подходом, который определяет технологические аспекты управления.

К ВОПРОСУ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ НА КУРОРТНЫХ РЕГИОНАХ

Чугунова Т.Н.,

к.э.н., доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. Курортный регион – территория с компактно расположенными на ней курортами, объединенная общим округом санитарной (горно- санитарной) охраны.

Законом Республики Крым от 24 декабря 2014 года «О курортах, природных лечебных ресурсах и лечебно-оздоровительных местностях» регламентируется установление лечебных свойств природных лечебных ресурсов и признание территорий лечебно-оздоровительной местностью или курортом; предоставление природных лечебных ресурсов в пользование; развитие и застройка лечебно-оздоровительных местностей и курортов республиканского и местного значения; организация санитарной (горно-санитарной) охраны природных лечебных ресурсов, лечебно-оздоровительных местностей и курортов; определение границ и режимов округов санитарной (горно-санитарной) охраны для лечебно-оздоровительных местностей и курортов государственного и местного значения, которые утверждаются Советом министров Республики Крым.

Однако, для организации санаторно-курортного лечения и оздоровления, использования природных ресурсов курортных регионов необходима более полная информация о всех природных ресурсах, о природопользователях, о состоянии окружающей природной среды и объектах воздействия.

Такая информация может быть отражена в экологическом паспорте курортного региона, аналогично экологическому паспорту предприятия.

Результаты исследования. Экологический паспорт - документ, содержащий информацию об уровне использования природопользователями ресурсов (природных, вторичных и др.) и степени воздействия его производств на окружающую природную среду, а также сведения о разрешениях на право природопользования, нормативах воздействий и размерах платежей за загрязнение окружающей природной среды и использование природных ресурсов.

Порядок разработки, ведения экологического паспорта предприятия, а также порядок внесения изменений и дополнений в него установлен в Инструкции о порядке ведения экологического паспорта предприятия, утвержденной постановлением Минприроды № 25 от 07.06.2013г. Требования к оформлению экологического паспорта предприятия, регламентируются СТБ 17.01.00-01-2012 «Охрана окружающей среды и природопользование. Экологический паспорт предприятия. Основные положения». Указанные нормативные документы могут стать основой для определения структуры и содержания экологического паспорта курортного региона.

Экологический паспорт курортного региона предназначен для:

- комплексного учета используемых природных лечебных ресурсов и факторов на территории курортного региона;
- определения целевого использования природных лечебных ресурсов и факторов на данной территории;
- определения уровня влияния действующих предприятий на окружающую среду на территории курортного региона;
- определения состояния окружающей природой среды на территории курортного региона;
- осуществления государственного контроля по соблюдению юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями нормативов в области охраны окружающей природной среды на территории курортного региона.

Выводы. Экологический паспорт курортного региона должен содержать максимально полную информацию о курортном регионе, необходимую для принятия обоснованных управленческих решений в сфере деятельности курортов и туризма.

КЛАСТЕРЫ И СЕТЕВЫЕ СТРУКТУРЫ КАК ФОРМА МЕЖФИРМЕННЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ

Ячменева В.М.¹, Ячменев Е.Ф.²,

¹ д.э.н., профессор кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

² доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. Провозглашение инновационной экономики на мировой арене, заставило большинство экономистов, теоретиков и практиков пересмотреть свое отношение не только к самим инновациям как таковым, но и к формам межфирменных взаимодействий как инновационным структурам развития. В первом случае, инновации выступают как продукт или товар, во втором — как инструмент повышения конкурентоспособности. Динамично изменяющаяся внешняя среда выдвигает все новые и новые требования не только к товарам и услугам, но и к формам взаимодействия, которые являются основой, движущей силой прогресса как в экономике, так и в управлении. Практика показывает, что к таким формам взаимодействия относятся кластеры и сетевые структуры. Формализация таких форм взаимодействия, упорядочение договорных отношений, формирование принципов взаимовыгодных отношений и определили актуальность наших исследований.

Относительно новое направление в исследовании межфирменных отношений положило свое начало в научных трудах М. Портера в 1990 году, как инструмента повышения конкурентоспособности. В экономической теории формы межфирменных взаимодействий рассматриваются как инновационные структуры развития, которые нашли свое отражение в трудах М. Энрайта, С. Розенфельда, П. Потье, Е. Варги, М. Максимовой, Ю. Шишкова, М. Войнаренко, С. Соколенко, С. Раевского, А.Г. Гранберга. Развитие теории кластеров позволило выявить определяющие факторы формирования самих кластеров и сетевых структур, связанных с масштабами производства. Это направление отражено в трудах М. Вебера, А. Леша, А. Смита, Д. Риккардо, Э. Хекшера и Б. Олина, Ф. Листа, С. Коэна, У. Изарда, Й. Шумпетера, Н.Н. Баранского, Н.Н. Колосовского.

Целью нашего исследования является типизация кластеров и сетевых структур, способы объединения и выявление преимуществ в их использовании.

Результаты исследования. В основе любого взаимодействия лежит комбинированная стратегия, которая позволяет сформировать:

Пространственные кластеры, по географическому признаку и экономической активности на определенной территории;

Гетерархические кластеры, несколько предприятий или секторов экономики могут входить в более крупный кластер на паритетных началах;

Иерархические кластеры, в них могут присутствовать смежные этапы производственного процесса. При этом важно, кто именно из участников сети является инициатором (лидером) и конечным исполнителем инноваций в рамках кластера, находясь в начале и конце цепочки создания и продвижения инновационного продукта;

Латеральные кластеры, в которых объединяются разные секторы экономики, которые могут обеспечить комплементарный эффект, то есть экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям межфирменных взаимоотношений;

Технологические кластеры, объединяют совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией (например, биотехнологический кластер, цифровая долина и т.д.);

Фокусные кластеры, совокупность фирм, сосредоточенных вокруг одного центра - предприятия, НИИ или учебного заведения (центр «Сколково»);

Необходимо отметить, что существенным является не только сотрудничество фирм, но и то, каким образом они это осуществляют. Кластеры и сетевые структуры далеко не всегда ориентированы на стимулирование и развитие инноваций. Обратной стороной поощрения напротив, выступает подавление инновационных процессов и поддержка защитного поведения. Взаимодействия с поставщиками могут стимулировать инновационные процессы,

но они же могут использоваться для перекалывания расходов на партнеров и увеличение их финансовой нагрузки. Подобные сети нельзя назвать ни стабильными, ни стимулирующими.

В мировой практике существуют три способа объединения усилий коммерческих структур: коммерческие объединения; общественные (неприбыльные) организации; кластеры.

Коммерческие объединения - предусматривают создание отдельного юридического лица, ведение этим лицом самостоятельной хозяйственной деятельности, наличие отдельного штата сотрудников, централизацию большинства функций управления. Недостатком этого способа является: повышенные расходы на содержание отдельного аппарата; намерение центрального органа осуществлять свою деятельность с максимальной выгодой для себя; возможное несовпадение целей аппарата центрального органа с целями отдельных предприятий, которых он объединяет.

Общественные организации - предусматривают создание отдельного юридического лица (неприбыльной организации) и наличие штата сотрудников. Общественной организации законом запрещено заниматься хозяйственной деятельностью, в ее обязанность входит: продвижение интересов своих участников, представление и защита их интересов, организация, информирование, консультирование и т.п. помощь. Недостатком этого способа является невозможность: полноценно скоординировать хозяйственную деятельность участников; централизовать и взять на себя некоторые функции управления даже в тех случаях, когда это крайне необходимо и выгодно участникам этой общественной организации; взять на себя полноценную ответственность за хозяйственный результат совместной деятельности участников этой организации.

Сетевая производственная структура (кластер) - это добровольная форма самоорганизации предприятий, созданная путем подписания соглашений о взаимодействии без объединения вкладов участников и специального учреждения и регистрации юридического лица.

Не снижая значимости и актуальности в коммерческом объединении и создании неприбыльной организации, все же кластеры лишены вышеуказанных недостатков и, кроме того, обладают целым рядом преимуществ.

Основными преимуществами объединения в кластеры и сетевые структуры являются:

1. Формирование единого информационного пространства (генерация и обмен новой информацией; единство финансового, технологического и правового пространства);
2. Организация трансфера технологий (внедрение эффективных технологий, новых предпринимательских решений и т. д.);
3. Формирование центра разработки инноваций, основанной на общей коммерческой политике и политике внешнеэкономической деятельности (участие в предпринимательских проектах, приобретение необходимых ресурсов);
4. Повышение профессионального уровня персонала; стимулирование труда и социальная защита;
5. Формирование единого источника финансирования инноваций (банки, инвестиционные компании, инвесторы, спонсоры, государственные инвестиции).

Выводы. Таким образом, наши исследования подтвердили гипотезу, что кластеры и сетевые структуры являются формой межфирменных взаимодействий и инструментом инновационного развития.

(наименование секции)

ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНИХ ПАРАМЕТРІВ ОПЕРАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ СЕРВІСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Бобирева О.В.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту підприємницької діяльності Інституту економіки та управління КФУ ім. В.І. Вернадського

Вступ. В загальному розумінні, продуктивність сервісного підприємства – це співвідношення обсягу реалізованих послуг в грошовому вимірі с обсягом ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних) витрачених на їх надання. Цей показник відображає рівень операційної компетентності, якого досягло підприємство в певному виді сервісної діяльності. Грамотно спроектована, організована та керована операційна система підтримує рівень його конкурентоспроможності наступними методами: мінімізацією витрат на одиницю обслуговування, адаптацією до фактичного попиту, швидкістю обслуговування, технічними параметрами сервісу (надійністю, безболісністю, продовженням строком служби), можливістю індивідуального обслуговування за бажанням клієнта, гарантією відповідності.

Мета та завдання дослідження. Проблема формування структурних параметрів операційної системи сервісного підприємства передбачає також визначення її пропускну можливості, сервісної продуктивності, функціональної надійності, пожежної та санітарно-гігієнічної безпеки, рівня стандартизації праці та операційних процесів. Означені складові операційної системи, незалежно від виду сервісної діяльності, забезпечують її продуктивність.

Методика дослідження. Загальні та індивідуальні особливості кожного виду сервісної діяльності вимагають загострити увагу на відповідних їм характеристиках операційних систем, що вперше були класифіковані англійською вченою Джоан Вудворд у 1958 році. В своєму дослідженні виробничих підприємств вона виявила, що їх ефективність напряму залежить від відповідності їх організаційних структур виробничим технологіям, що вони використовують. Згідно характеру виробничої технології, було класифіковано три типи операційних систем: (1) система дрібносерійного чи поштучного виробництва; (2) система крупносерійного масового виробництва; (3) система безперервного виробництва. Для зручності, в вітчизняній теорії менеджменту першу класифікаційну групу поділяють на дрібносерійне й проектне виробництво. Отримання даної інформації для визначення елементів конкурентоспроможності сервісних підприємств на основі загальнонаукових методів аналізу та синтезу дає можливість стверджувати, що між товаром та послугою існують не тільки розбіжності, але й подібності.

Систематизуючи подібності товару та послуги, можна узагальнити їх спрямованість на задоволення потреб споживачів яке досягається за допомогою певної технології, результатом від реалізації якої може бути певна речова форма або певний порядок дій, що мають споживчу цінність. Тому більшість відомих теоретичних підходів допускають використання технології сервісної діяльності для класифікації операційних систем відповідних підприємств.

Результати дослідження. Особливості кожного типу операційної системи, обумовлені технологічними параметрами їх функціонування дають змогу виділити технологію

обслуговування, що використовує конкретне сервісне підприємство як елемент конкурентоспроможності сервісного підприємства.

Між операційною діяльністю та іншими функціями сервісного підприємства існують досить складні та важливі взаємозв'язки, спрямовані на підтримку його конкурентоспроможності. Враховуючи, що переважна більшість сервісних підприємств малі та середні за розміром, аналіз їх організаційної структури може не давати наочної інформації, про структуру підрозділів, що підтримують роботу операційної системи. Його, в рамках сервісних підприємств, краще проводити на функціональному рівні.

По-перше, конкурентоспроможна сервісна діяльність залежить від креативності перетворень споживчих потреб та очікувань в технологічні параметри роботи операційної системи.

Другою функцією, що підтримує операційну діяльність сервісного підприємства є маркетингова діяльність. Головну мету маркетингової діяльності можна визначити як забезпечення оптимального співвідношення між попитом та пропозицією послуг з боку підприємства, досягнення відповідної швидкості їх просування.

По-третє, функція забезпечення операційної системи сервісного підприємства трудовими ресурсами виконує завдання по плануванню, набору та відбору персоналу, його навчанню та розвитку. Треба враховувати, для забезпечення конкурентоспроможності, що операційна система сервісного підприємства надто чутлива до якості трудових ресурсів, незалежно від рівня потрібної кваліфікації. Насамперед це обумовлене тим, що технологія обслуговування споживачів в будь-якому виді сервісної діяльності сприйнятлива до суб'єктивного впливу з боку виконавця. професійній територіальній дизайну інформаційної:

Четверта функція, що підтримує роботу операційної системи сервісного підприємства – фінансова. Рациональне вирішення питань використання грошових коштів з метою максимізації доходів підприємства обумовлене, перш за все, розумінням особливостей сервісної технології, завдяки якій їх заробляють і на розвиток якої вони спрямовуються.

Отже, як бачимо, в структурі конкурентоспроможності сервісного підприємства елементи, що її утворюють, мають внутрішню динаміку. Її характер залежить від виду сервісної діяльності, рівня технологічного прогресу, цільової аудиторії, циклічності споживання та ринкової кон'юнктури. Якщо розглядати конкурентоспроможність сервісного підприємства, як стратегічну ціль його розвитку, то її досягнення, в першу чергу, буде залежить від організуючих дій, спрямованих на забезпечення ефективної взаємодії визначених елементів. Якісні та кількісні параметри конкурентоспроможності за певний проміжок часу, можуть бути досягнуті за рахунок ефективності функціональних елементів та деталізації споживчої вартості послуг, що пропонуються визначеній цільовій аудиторії.

Висновки. Технологія обслуговування обумовлює параметри операційної системи сервісного підприємства, завдяки злагодженій роботі якої кожна надана послуга отримує певну споживчу вартість. Злагоджена робота операційної системи, як було з'ясовано, не можлива без функціональної підтримки менеджменту, маркетингу, інновацій, персоналу та фінансів, початкову стадію технологічного процесу – матеріально-технічне забезпечення окремо не розглядалась.

Таким чином, незалежно від розмірів, форми власності та виду діяльності, операційна система сервісного підприємства – це сукупність усталених елементів, без яких неможливе створення споживчої вартості послуг.

К ВОПРОСУ О ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ В ИННОВАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ РОССИИ

Бузни А.Н.

*д.э.н., профессор кафедры менеджмента предпринимательской деятельности
Института экономики и управления КФУ имени В.И. Вернадского*

Введение. Приводятся подходы к определению места инновационной системы Республики Крым в национальной инновационной системе Российской Федерации.

Цель и задачи исследования - охарактеризовать состояние наукоёмкости общественной жизни Республики Крым в сравнении с сопоставимыми субъектами Российской Федерации и выделить проблемы оценки инновационного потенциала регионов.

Решалась задача выделения сопоставимых по значимым для инновационной деятельности показателям регионов РФ и позиционирования инновационного потенциала РК в инновационной системе РФ.

Результаты исследования. Вхождение Республики Крым в состав Российской Федерации – это длительный многоаспектный процесс, одной из важных составляющих которого является инновационная деятельность, т.е. система разработки новых научных знаний и их освоение производством. В Крыму, находившемся в относительно недавнем прошлом вместе с Российской Федерацией в едином государстве, осуществлявшем единую научно-техническую политику, за годы 23-летнего украинского периода произошли институциональные преобразования, негативно повлиявшие в частности на состояние инновационной деятельности.

Обобщение имеющихся исследований и данных статистики по данной теме позволяет охарактеризовать нынешнее состояние инновационной деятельности в Крыму на фоне инновационного пространства России в целях выявления наиболее узких мест, требующих институциональных решений по формированию единого инновационного пространства РФ.

Следует отметить, что Крым к моменту распада Советского Союза являлся одним из научно обеспеченных регионов, на территории которого выполняли исследования 93 организации (68 научных организаций и 25 вузов) с численностью работников основной деятельности более 20344 чел., в том числе выполнявших научные исследования – 12028 чел.

К настоящему времени количество научных организаций сократилось до 36, а численность их работников составляет 2662 чел., в том числе выполняющих научно-исследовательские работы – 1255 чел. При этом, если за первые пять лет трансформации объём промышленного производства в Крыму сократился в три с лишним раза, а объём сельскохозяйственного производства – в два с лишним раза, то объём выполненных и принятых заказчиком научно-технических работ снизился почти в 12,5 раз, что объяснялось не только уменьшением количества научно-исследовательских работников и снижением объёмов финансирования научно-исследовательских работ, но и ослаблением интереса и возможностей производства к результатам научного труда, т.е. к инновационной деятельности.

Снижение показателей развития производства и науки, как и других сфер деятельности, обусловленные возникшим после распада СССР системным кризисом, было характерно, разумеется, для всех стран постсоветского пространства, в том числе и для Российской Федерации, ввиду разрушившихся связей централизованно управлявшейся системы. Однако выходили из этого кризиса бывшие республики по-разному, и теперь, когда наступило время «собирать камни», важно оценить потенциал, в частности инновационный, рассматриваемых регионов.

Совершенно очевидно, что сопоставлять научно-технический потенциал крымского региона с потенциалом таких регионов как город Москва или город Санкт-Петербург, с одной стороны, с Сахалинской областью или Чукотским автономным округом – с другой стороны, возможно лишь с определёнными допущениями.

В ходе исследования путём сравнения значимых для инновационной деятельности показателей субъектов РФ с аналогичными показателями РК как в абсолютном значении, так и по рейтингу в целом по РФ, выделены 10 наиболее близких (сопоставимых по большинству показателей) регионов РФ таких как а) 5 стоящих выше по рейтинговым оценкам: Омская область, Оренбургская область, Воронежская область, Алтайский край и Иркутская область; б) 5 стоящих ниже по рейтинговым оценкам: Приморский край, Ленинградская область, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, Белгородская и Тульская области. Установлено, что если по занимаемой площади РК из 85 регионов РФ занимает 68 позицию, то по остальным показателям она находится выше среднего по России уровня. Так по общей численности населения в целом по стране – 26 позиция (в выделенной группе шестая); по плотности населения, соответственно – 7 и 1 позиции, по численности экономически активного населения – 28 и 4 позиции, по численности предприятий и организаций – 19 и 9 позиции, по валовому региональному продукту – 26 и 9 позиции.

В то же время, в соответствии с данными статистики по субъектам РФ, РК по количеству научных организаций занимает в выделенной группе из 11 субъектов РФ 6 место (26 среди всех регионов РФ), по удельному весу организаций, осуществлявших инновационную деятельность, – 7 место (34 по регионам РФ), по численности персонала, занятого исследованиями и разработками – 8 место (46 по регионам РФ).

Приведенные данные свидетельствуют о том, что по своему научно-техническому потенциалу Республика Крым среди субъектов Российской Федерации находится выше середины списка (показатель усреднённых данных в данном случае не имеет смысла), однако в выделенной группе относительно развитых в инновационном отношении регионов находится ниже средней позиции.

Для оценки эффективности использования инновационного потенциала выделенных регионов с целью дальнейшего их сопоставления из двух основных подходов оценки инновации: как процесса или как результата – представляется целесообразным использовать последний для фиксации позиционирования РК на этапе перехода в Российское инновационное пространство. Однако существуют в настоящее время трудности в оценке инновационного потенциала:

- отсутствие теоретической определённости в характеристике структуры инновационного потенциала в части соотношения собственно науки как сферы получения новых знаний и образования как сферы распространения научных знаний;

- неоднозначность содержания статистических показателей по ряду позиций, например, «численность сотрудников, выполняющих научные исследования», куда включаются или не включаются сотрудники вузовских организаций, совместители, содействующий персонал (лаборанты, инженеры и др. специалисты);

- неоднозначность трактовки ряда статистических показателей. Например, термин «инновационная активность предприятий» не имеет чётких разграничений уровней проявления или отсутствия проявления активности;

- отсутствие в период происходящих в Крыму серьёзных институциональных преобразований в сферах науки и образования, адекватной системы сбора и представления статистических данных, характеризующих инновационную деятельность в Республике Крым. И ряд других.

Выводы. Остаётся надеяться, что трансформационный период в РК не примет затяжной характер, а в условиях вхождения в инновационное пространство РФ ещё относительно не плохой инновационный потенциал РК получит эффективное развитие как составная часть национальной инновационной системы Российской Федерации.

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО БРЕНДА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Вильчинская Н.В.¹

¹студентка 4 курса кафедры менеджмента предпринимательской деятельности
Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: к.э.н., доцент кафедры менеджмента предпринимательской
деятельности Павленко И.Г.

Введение. В настоящее время политика территориально-имиджевой составляющей РФ только формируется, брендинг территории является новым явлением. В связи с этим возрастает интерес к изучению феномена «бренда территории», который влияет на эффективность продвижения территории в условиях растущей конкуренции.

В условиях постоянного роста конкуренции, привлечения инвесторов и борьбы за потребителей, туристов, появляется все больше городов и стран, которые занимаются улучшением своего территориального бренда, формирующего положительный имидж территории, а также её туристско - инвестиционную привлекательность. Для этого ведутся разработки позитивного эмоционально привлекательного символа (логотипа), который должен отражать стиль, настроение и атмосферу территории.

Цель и задачи исследования. Цель данной работы – на основе результатов анализа брендинга территорий и проведенных исследований восприятия имиджа Республики Крым, разработать рекомендации по формированию и созданию привлекательного туристского бренда Республики Крым для повышения самосознания крымчан, привлечения туристов, структурирования и управления разнородной информацией и коммуникациями на полуострове.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть сущность понятия «бренда» туристской территории и теоретические основы формирования бренда.
2. Изучить отечественный и зарубежный опыт формирования успешных территориальных брендов.
4. Провести SWOT-анализ туристской территории Республики Крым.
5. Разработать логотип Крыма и внести предложения по формированию крымского туристского бренда.

Методика исследования. Методы, положенные в основу исследования, - это методы социально-экономического моделирования, SWOT-анализ, системный подход, методы маркетинговых и социологических исследований, сравнительный анализ. Результаты авторских исследований, социологических опросов населения, опубликованных рейтингов территорий, данные Интернета составили информационную базу данной работы.

Результаты исследования. Правовым определением является определение бренда, принадлежащее Филипу Котлеру и Американской ассоциации маркетинга, которые определили бренд как имя, термин, знак, символ, дизайн или комбинацию перечисленного, предназначенную для идентификации продукции одного продавца или группы продавцов, а также для отличия товаров или услуг от продуктов конкурентов

Автором дано свое определение исследуемому понятию. Так, бренд – это совокупность определенных свойств продукта или услуги, способов их рекламирования среди потребителей, направленных на узнаваемость данного продукта, услуги.

В мире известна практика краткосрочных брендинговых программ для привлечения в страну туристов, квалифицированных специалистов дефицитных профессий (программа «Германия - страна идей», которая стала комфортным местом для жизни и творческой деятельности и их многолетняя марка «made in Germany».

Проведенный SWOT-анализ выделил основные проблемы въездного и внутреннего туризма Республики Крым:

- неудовлетворительное состояние объектов туризма, материальной базы санаторно-курортной сферы;
- слабое развитие маркетинговой политики, направленной на продвижение крымского турпродукта;
- слабая квалификация персонала сферы туризма;
- высокая общая стоимость туристической путевки вследствие удаленности территории от федерального центра;
- недостаточное финансирование сферы туризма;
- сезонный характер санаторно-курортной сферы.

Для дальнейшего развития сферы туризма в Крыму автор предлагает:

- совершенствовать нормативно-правовую, законодательную базу развития туризма;
- разработать и внедрить систему добровольной сертификации качества туристических услуг;
- усилить подготовку и повышение квалификации персонала сферы туризма;
- принимать участие в международных научно-практических семинарах и конференциях, посвящённых вопросам туристического бизнеса;
- оказывать туристическим компаниям информационную поддержку по маркетинговому продвижению товаров и услуг.

Комплекс данных мероприятий позволит, в целом, удовлетворить потребности туристов и создать дополнительные рабочие места, повлечет рост финансовых поступлений в бюджет региона, что значительно повысит благосостояние жителей полуострова и увеличит инвестиционную привлекательность и укрепит туристический имидж Республики Крым.

Одной из задач работы стало создание позитивного логотипа Крыма. Элементы и цветовое оформление представленного автором логотипа символизируют уникальный растительный мир, ласковое море, лазурное побережье, раковину, три горных крымских гряды, жаркое солнце и золотой песок, а также смешение этнических культур и древнюю историю полуострова.

Свободные художники-граффитисты могут познакомить гостей полуострова с главными достопримечательностями Крыма. Стоит им только изображать на стенах логотипы городов-курортов, очертания старинных дворцов, музеев, крепостей.

Автором была составлена программа «Крым-наш общий дом», которая включает в себя проводимые на полуострове мероприятия по ознакомлению туристов с историей нашего края, с культурными особенностями, традициями и обрядами народов, населяющих Крым. Такой своеобразный «путеводитель» (handbook) может вручаться по прибытию в аэропорт, на авто - и ж/д вокзалы, в морской порт каждому пребывающему к нам на отдых.

Выводы. На данном этапе крымский полуостров представляется одним из перспективных рекреационных регионов.

Брендинг территории Крыма существенным образом повлияет на развитие и презентабельность его уникальных лечебно-оздоровительных и туристических возможностей, что поможет сделать полуостров круглогодичным, конкурентоспособным и востребованным туристическим центром России.

В связи с этим автором предложены пути решения проблем популяризации крымского туризма среди гостей полуострова: работа граффити с изображением эскизов крымских достопримечательностей, создание буклета «Крым – наш общий дом», а также ряд предложений по улучшению экологии нашего региона.



ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ (НА ПРИМЕРЕ ТУРФИРМЫ КРЫМТУР)

Залян Е.Г.,

*студентка 4 курса кафедры менеджмента предпринимательской деятельности
Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Научный руководитель: к.э.н., доцент Павленко И.Г.

Введение. Туристский бизнес – это многоотраслевой производственный комплекс, в обороте которого участвуют туристические корпорации, крупнейшие авиакомпании, гостиничные цепочки всего мира. Информационные технологии занимают системообразующие позиции в процессе функционирования любого туристского предприятия.

Туризм и информация неразделимы, поскольку решение о поездке принимается на основе информации, при этом сам тур в момент покупки – информационная услуга, частью которой является персонал туристического предприятия, а также информацией постоянно и интенсивно обмениваются все участники туристического рынка.

Цель и задачи исследования. Целью данной работы, является рассмотреть возможности инновационных разработок в сфере туризма на примере турфирмы Крымтур.

Задачами работы являются:

- раскрыть сущность и основные принципы инноваций в туризме;
- дать определение понятию инновационной деятельности в туризме;
- рассмотреть особенности применения информационных технологий в туризме;
- охарактеризовать зарубежные и российские инновационные направления в сфере туризма;
- проанализировать деятельность туристической фирмы Крымтур по внедрению информационных технологий.

При поэтапном построении единой информационной сети в туризме, одним из промежуточных шагов может стать осуществление модемной связи между различными участниками проекта. Анализ российского рынка информационных технологий в индустрии туризма показывает наличие возможностей развития корпоративных сетей и систем удаленного резервирования.

Результаты исследования. Инновационный подход к формированию туристского продукта характеризуется большой гибкостью и привлекательностью для потребителя. Для поставщиков привлекательность прямой продажи услуг, минуя турагентов и туроператоров, заключается в снижении операционных расходов, связанных со сбытом туристского продукта.

Основная ценность, которую туроператор традиционно добавляет к своим услугам, складывается как:

- комбинация комплекса услуг в единый туристский пакет;
- обеспечение доступа к необходимой информации и услуг по оформлению визы;
- обеспечение резервирования, оплаты и оформление необходимых документов;
- предложение оптимальных цен благодаря установившимся связям и оптовым закупкам;
- обеспечение определенных гарантий в случае конфликта с поставщиками услуг.

Результаты исследования рынка туристских инновационных технологий и анализ деятельности ряда туристских компаний показали, что Россия сильно отстает от стран, наиболее продвинувшихся в области туризма.

Проведенное исследование также показало, что центральное место среди современных информационных и компьютерных технологий в туризме занимают автоматизированные системы бронирования, интегрированные с сетью Интернет.

Целями внедрения инноваций и развития инновационной деятельности являются:

- создание конкурентоспособных продуктов и инфраструктуры;
- предоставление услуг, соответствующих мировым стандартам;
- создание бренда, что позволяет привлечь стабильно расчетный поток туристов, а,

следовательно, способствовать решению экономических и социальных вопросов региона и населения, проживающего на его территории. Инновации в сфере туризма иногда возникают совершенно неожиданно и даже непредсказуемо под влиянием событий в обществе. Поэтому изучение инновационных процессов, причин появления новшеств, разработка методов их внедрения представляет значительный и практический научный интерес.

Туристская фирма Крымтур в своей работе должна не только опираться на зарубежный опыт применения информационных технологий, но и уметь вовремя реагировать на динамику рыночных изменений и внедрять в свою деятельность новые информационные системы. Те, кто может распознавать и использовать возможности новых технологий, будут иметь постоянное и возрастающее преимущество над своими конкурентами.

Для Крыма деловой туризм в настоящее время – самый доходный, быстроразвивающийся и перспективный сегмент экономики республики, поскольку деловой турист тратит в 2-3 раза больше средств, чем обычный турист. Крым как «Музей природы под открытым небом» является одним из наиболее притягательных мест для деловых поездок.

Сегодня практически не существует туристических фирм, которые не используют компьютерные технологии в повседневной деятельности. Они активно осваивают новейшие информационные технологии – например, открывают собственные филиалы и отделения с базами данных, через которые можно получить не только обзорную информацию, но и сразу ее систематизировать и проанализировать. Поэтому крымские туристические фирмы должны уметь вовремя внедрять в свою деятельность новые поисковые информационные системы раннего онлайн-бронирования, бизнес-аналитики. Те, кто сможет эффективно использовать возможности новых технологий, будут иметь постоянное и возрастающее преимущество над своими конкурентами.

Выводы. Таким образом, инновация – необходимое условие в программе развития туристического продукта на рынке. Главная цель – выжить в условиях конкуренции, заинтересовать и привлечь максимальное количество потребителей. Именно с помощью инновационных аспектов в текущей деятельности фирмы есть возможность обеспечить туристского продукта вполне стабильное существование на рынке.

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В КРЫМУ

Киренкина Э.С.

К.э.н., старший преподаватель кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Института экономики и управления КФУ

Введение. Поддержка и стимулирование развития малого бизнеса является одним из приоритетных направлений развития экономики Крыма. Новые условия функционирования малого бизнеса в Крыму в правовом поле Российской Федерации создают с одной стороны возможности, а с другой стороны препятствия в дальнейшем развитии малого бизнеса. Частично это связано с отличительными особенностями налогообложения, которое существовало при Украине, и теми, которые присущи Российской Федерации.

Цель данной статьи – определить особенности налогообложения малого бизнеса в Крыму путем сравнительного анализа украинского и российского периодов.

Результаты исследований. В первую очередь рассмотрим, какие сходства и отличия в налогах и взносах, которые были при Украине и РФ. Следует отметить, что большая часть малого бизнеса при Украине выбирала специальные налоговые режимы в качестве системы налогообложения. Это облегчало налоговое бремя, а также порядок ведения учета и отчетности. При РФ выбор специальных налоговых режимов не существенно облегчает учет и отчетность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Таблица

Сходства и отличия налогообложения малого бизнеса в украинский и российский периоды

Период	Украинский	Российский
Ставка налога на доходы физических лиц	Налог на доходы физических лиц для физических лиц-предпринимателей на общей системе налогообложения 15% и 17%	Налог на доходы физических лиц для индивидуальных предпринимателей на общей системе налогообложения 13%
Ставка налога при упрощенной системе налогообложения	1 группа – ставка 10% от минимальной заработной платы 2 группа – ставка 20% от минимальной заработной платы 3 группа – ставка 3% или 5% от валового дохода	3% от всех доходов или 7% от разницы между доходами и расходами
Единый социальный взнос на фонд оплаты труда	от 36 до 50 %, в среднем составляла 36,8-40%	Начисления на фонд оплаты труда 30,2%, из которых: -22% в Пенсионный фонд РФ -2,9% в Фонд социального страхования по временной утере трудоспособности -5,1% в Фонд обязательного медицинского страхования 0,2% в Фонд социального страхования от несчастных случаев
Социальное страхование предпринимателя	34,7% - социальное страхование предпринимателя, рассчитывалась от минимальной заработной платы и не составляла особой налоговой	Социальное страхование предпринимателя состоит из двух частей: обязательной - 18610,80 р в год в Пенсионный фонд и 3650,58 р.

	нагрузки	в Фонд обязательного медицинского страхования; а также дополнительной – 1% от доходов свыше 300 тыс. р.
Налоги с работников	Налог на доходы физических лиц 15% и Единый социальный взнос 3,6%	Только Налог на доходы физических лиц 13%
Сбор за загрязнение окружающей среды	Платили только предприятия, которые занимались вывозом и утилизацией отходов	Риск стать плательщиком Сбора за загрязнение окружающей среды есть у всех, даже мелких предпринимателей, если в договоре не прописаны определенные условия перехода права собственности на отходы, или при условии, что отходы накапливались дольше установленных сроков.

Многие участники малого бизнеса, используя практику прошлых лет работы, до сих пор пытаются ее оптимизировать путем создания нескольких индивидуальных предпринимателей. В данной ситуации они преследуют цель деления валового дохода между предпринимателями. В Украине данная схема была актуальна по той причине, что были ограничения в доходе физических лиц-предпринимателей при использовании упрощенной системы налогообложения. В РФ упрощенную систему налогообложения могут использовать индивидуальные предприниматели и юридические лица с валовым доходом до 60 млн.р. Для большей части малого бизнеса Крыма этот предел достаточный. Поэтому деление валового дохода между предпринимателями экономически нецелесообразно. Оно наоборот затрудняет развитие бизнеса, так как требует дополнительных финансовых затрат, а именно оплату социального страхования нескольких предпринимателей и на ведение дополнительного бухгалтерского учета.

Выводы. В заключении хотелось бы отметить, что несмотря на то, что ставки налогов в Российской Федерации ниже, чем в Украине (за исключением социального страхования предпринимателя), повышение минимального размера оплаты труда, а также цен на товары и услуги ведет к росту налоговой нагрузки на предприятия и предпринимателей. Трудозатраты и финансовые затраты на процедуру составления отчетности, а также штрафы в порядке раз выше. Многие предприниматели не изучают российское законодательство, считая, что при Украине и РФ государственный надзор идентичен. В дальнейшем это может повлечь наложение колоссальных штрафов. Таким образом, еще не один год должен пройти, чтобы и предприниматели, и государственные служащие смогли на 100-% перестроиться на условия ведения бизнеса в новом государстве.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ СОСТАВЛЯЮЩИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА

Полищук Е.А.¹

¹ доцент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Института экономики и управления КФУ

Введение. В Государственной программе Республики Крым «Молодежь Крыма» на 2015-2017 годы, разработанной в соответствии с Основами государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года, определено, что одной из основных целей молодежной политики является развитие конкурентоспособного трудового потенциала молодежи и его использование в интересах инновационного развития Республики Крым и всей страны в целом.

Целью исследования является систематизация основных составляющих конкурентоспособности молодежи на рынке труда.

Результаты исследования. Конкурентоспособность представляет собой способность выдерживать конкуренцию, т.е. противостоять конкурентам.

В свою очередь, конкурентоспособность на рынке труда – это соответствие качества рабочей силы основному спросу работодателей.

По мнению профессора Сотниковой С.И., на рынке труда выделяют систему конкурентоспособности работников, состоящую из двух основных групп показателей:

1) группа базовых показателей, к которым относятся показатели физических, психомотивационных (расширенных), профессионально-квалифицированных (основных) характеристик, а также показатели функционального качества труда;

2) группа частных показателей, отражающих интересы работодателей на рынке труда: показатели маркетингового, финансового, инновационного и культурно-коммуникативного потенциала.

В современных условиях рынка труда, в том числе молодежи, огромную роль играет подход, основанный на организационно-деятельностных, субъективно-личностных, а также социально-коммуникативных компетенциях.

Обобщая труды исследователей, занимающихся вопросами конкурентоспособности молодежи на рынке труда в современных условиях, целесообразно выделить следующие составляющие:

1. Квалификационную, занимающую основное место, в связи с тем, что напрямую связана с профессиональной трудовой деятельностью (профессиональные знания, умения и навыки; владение информационными технологиями и методами в профессиональной деятельности).

2. Личностную, влияющую на реализацию конкурентного поведения молодого специалиста (гражданин Российской Федерации в возрасте до 30 лет, имеющий среднее профессиональное или высшее образование, принятый на работу по трудовому договору в соответствии с уровнем профессионального образования и квалификацией), при взаимодействии с работодателем (социально-психологические качества, которые способствуют реализации конкурентного поведения при взаимодействии с работодателем; эмоциональная устойчивость и т.п.).

3. Деловую, характеризующую конкурентные преимущества молодежи, а также влияющую на формирование стратегии поведения разных возрастных групп молодежи при взаимодействии с работодателем (реальная (адекватная) оценка своих возможностей и перспектив при трудоустройстве; быстрая адаптация к новому рабочему месту; способность к оценке ситуации и формирование стратегии поведения при взаимодействии с работодателем и т.д.).

4. Мотивационную, которая является систематизирующей составляющей, т.к., во-первых, определяет основные способности и качества, необходимые для развития молодежи

на рынке труда, а, во-вторых, тесно связана с системой ценностей, которыми должна обладать молодежь в трудовой деятельности (направленность на профессиональную самореализацию и развитие, получение достойного рабочего места по направлению подготовки, реализацию социально-экономических целей).

Кроме того, ряд авторов, в частности Демидов С.Р., Тараканова Е.В. и другие, приводят следующую структуру конкурентоспособности, которая включает в себя базовые характеристики:

- когнитивную (знания, умения, навыки, качественное выполнение определенного вида деятельности);
- деятельностную (личные качества, помогающие достигать поставленных целей);
- коммуникативную (умения и навыки познания других людей).

В соответствии с представленными характеристиками Демидов С.Р. выделяет три формы проявления конкурентоспособности:

- потенциальную конкурентоспособность, которая выражается в профессиональном самоопределении будущего молодого специалиста еще при выборе образовательной организации и направления подготовки;
- конкурентоспособность, которая основана на готовности молодежи (выпускники 20-22 лет) к профессиональной деятельности;
- конкурентоспособность, которая проявляется на этапе трудоустройства молодежи и соответствующая критериям работодателя.

В свою очередь конкурентоспособность молодых специалистов на рынке труда определяется с помощью трех блоков факторов:

- первый блок отображает уровень социально-экономического развития общества, степень развития продуктивных сил на макро- и мезоуровне, общее состояние рынка труда и т.д.;
- второй блок характеризует социально-демографический статус и общее физическое состояние работника: возраст, пол, уровень образования, семейное положение, физическое здоровье, место проживания и т.д.;
- третий блок описывает социально-психологические качества работника: жизненно-целевые установки, склонности, привычки, творческие способности, способность к освоению новых знаний, техники, технологий, дисциплинированность, инициативность и т.д.

Первый блок факторов одинаково влияет на уровень конкурентоспособности всех лиц, которые находятся на рынке труда в определенный период времени на определенной территории. Он отображает потенциальные возможности занятости населения на данном этапе социально-экономического развития.

Второй и третий блоки факторов характеризуют индивидуальные черты, которые непосредственно определяют уровень конкурентоспособности молодых специалистов. Вместе с тем, каждая из указанных характеристик может служить критерием для выделения на рынке труда отдельных сегментов, которые создают контингенты населения с общими признаками.

Выводы. Таким образом, относительно дефиниции «конкурентоспособность» молодежи на рынке труда можно констатировать следующее:

- 1) конкурентоспособность молодежи представляет собой способность не только участвовать, но и выдерживать конкуренцию на рынке труда у других претендентов;
- 2) конкурентное положение представителей молодежи на современном рынке труда достигается за счет уровня их уровня качественных характеристик, компетенций, а также потенциальных способностей к профессиональной деятельности.

При этом данную категорию необходимо интерпретировать не только как интегральную характеристику, но и как способность молодежи конкурировать на рынке труда.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ТРУДА

Саидова Ш.Э.¹

¹ студент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Института экономики и управления КФУ

Научный руководитель: к.э.н., доцент Полищук Е.А.

Введение. Рынок труда в качестве системы правовых, социально-экономических и трудовых отношений, возникающих между государством, работодателями и работниками по вопросу купли-продажи рабочей силы, заработной платы, условий труда, социальной защиты, находится в тесной связи с окружающей его средой, динамичность которой зависит от ряда факторов. В современной научной литературе представлен широкий спектр авторских подходов, при этом отсутствуют единые методические основы для их систематизации.

Целью исследования является систематизация факторов, влияющих на формирование и развитие рынка труда.

Результаты исследования. На формирование и динамику процессов, происходящих на рынке труда, оказывает целый комплекс эндогенных и экзогенных факторов, представляющих следующие уровни воздействия: макроуровень (макроэкономические показатели: нормативно-правовые, социально-экономические, финансовые, рыночные и т.п.), мезоуровень (показатели отдельных регионов: нормативно-правовые, социально-экономические, финансовые и т.п.) и микроуровень (показатели конкретной организации (предприятия): финансово-экономические, производственные, маркетинговые, инновационные и др.).

Базируются данные факторы на специфических особенностях, оказывающих влияние на состояние рынка труда, например:

1. Политико-правовые факторы оказывают существенное влияние на социально-экономическую ситуацию в государстве и состояние рынка труда (законодательное регулирование), в частности.

2. Экономические факторы, в свою очередь, учитывают общую экономическую динамику, структурные сдвиги, изменения в формах собственности, процессы, происходящие в кредитно-финансовой, инвестиционной сферах, сфере доходов.

3. Демографические факторы состоят из количественных (численность трудовых ресурсов, миграция, естественный прирост) и качественных характеристик (половозрастная структура, структура населения по месту проживания, образовательная и квалификационная структура), оказывающих разноплановое влияние на соотношение спроса и предложения рабочей силы на рынке труда.

4. Социальные факторы оказывают прямое воздействие на стабильность экономики и зависят от решения социальных вопросов на макро-, мезо- и микроуровнях. При изучении процессов, происходящих на рынке труда, данные факторы подразделяют на организационные, нормативно-законодательные и идеологические.

5. Техничко-технологические факторы, которые включают в себя научно-технический прогресс и развитие информационных технологий, техническую оснащенность производства, инновационные процессы, профессиональное и интеллектуальное состояние населения.

6. Институциональные факторы, влияние которых на рынок труда предполагает выявление всего их спектра:

– нормативное воздействие: государство, федеральные, региональные и муниципальные органы, основные законодательные акты (Конституция, Трудовой кодекс, Гражданский кодекс, Закон «О занятости населения» и др.);

– экономическое воздействие (ценовой фактор: ставка заработной платы, экономический рост, структурные изменения по сферам и отраслям, налоговая политика, инвестиционная политика, развитие предпринимательства и т.п.);

– организационное воздействие: основные институты и институциональные формы рынка труда (Центр занятости, кадровые агентства, профсоюзы, союзы предпринимателей, учреждения по подготовке и переподготовке кадров, учебные заведения и т.п.);

– неформальное воздействие (предпринимательская этика, этика трудового поведения, традиции, культура, господствующая идеология).

В современных условиях, кроме перечисленных факторов, все чаще учитывают роль экологических, определяющих состояние здоровья, трудоспособность, трудовой потенциал как страны в целом, ее регионов, так и отдельных организаций (предприятий), а также работников.

На формирование и функционирование рынка труда влияет также ряд элементов, одними из которых являются спрос на рабочую силу (потребность экономики в определенном количестве работников на данный момент времени), предложение рабочей силы (потребность различных групп трудоспособного населения в получении работы по найму).

На изменение спроса на рабочую силу на рынке труда влияют следующие факторы: цена на рабочую силу (заработная плата), спрос на производимый товар (продукцию), объем производства, технологические процессы.

При этом спрос на рабочую силу зависит от экономического состояния государства (региона, организации (предприятия)), если в экономике наблюдается подъем, то увеличивается спрос на рабочую силу, достигая высокого уровня. Если экономика находится в кризисном состоянии, то спрос на рабочую силу резко снижается. Немаловажное влияние на спрос оказывает политика государства (если государственная политика поощряет экономический рост, то спрос на рабочую силу растет, дефляционная политика, в свою очередь, его снижает) и законодательная база, способствующая поддержанию высокого спроса на рабочую силу.

На формирование предложения на рабочую силу оказывают влияние факторы, определяющие количество и качество предлагаемых услуг рабочей силы, важнейшими из которых являются численность населения, в частности трудоспособного; среднее количество рабочих часов за конкретное время (неделя, месяц, год); количественный состав населения, его образовательный и квалификационный уровень; гендерная структура и т.д.

В результате взаимодействия спроса на рабочую силу и предложения рабочей силы на рынке труда устанавливается равновесная цена рабочей силы (заработная плата) и определяется соответствующий уровень занятости в экономике.

Выводы. Обобщенная в настоящем исследовании систематизация факторов позволит установить основные закономерности формирования рынка труда в современных условиях и обосновать тенденции его развития на перспективу.

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Царук О.В.¹

¹ студент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Института экономики и управления КФУ

Научный руководитель: к.э.н., доцент Полищук Е.А.

Введение. Рынок труда представляет собой сложную социально-экономическую систему, связанную с важными аспектами жизни общества. В современных условиях развития рынок труда нуждается в постоянном переосмыслении установленных в экономической науке подходов к его сущности, формированию, анализу оптимальных методов воздействия и регулирования, в связи с данным обстоятельством проблема исследования рынка труда приобретает особую актуальность.

Целью исследования является изучение процесса формирования рынка труда в трансформационной экономике.

Результаты исследования. Систематизацию основных признаков трансформации рынка труда можно представить в виде трех основных составляющих:

1) предпосылки (становление нового технологического строя и формирование экономики знаний; глобализация мировой экономики и расширение границ открытости национальной; активизация трудовой миграции; трансформация роли государства в регулировании рынка труда; формирование новой модели современного рынка труда);

2) закономерности (становление и развитие инновационной трудовой деятельности; усиление конкуренции на рынке труда; распределение рабочей силы между регионами внутри государства; новое содержание функциональной структуризации рынка труда; актуализация государственной политики занятости экономически активного населения, в том числе молодежи);

3) императивы (усовершенствование правовых, организационных, экономических, социальных инструментов формирующих и регулирующих рынок труда; расширение неформальных видов занятости; активизация процессов интеллектуализации на рынке труда; обеспечение высокого уровня конкурентоспособности рабочей силы; регулирование потоков трудовой миграции; институциональное обеспечение рынка труда; обеспечение высокого уровня качества трудовой жизни, стимулирование предложения рабочей силы, содействие продуктивной занятости, снижение уровня безработицы граждан).

В качестве основных предпосылок рассматриваются глобальные и национальные тенденции развития рынка труда в современных условиях.

При этом закономерности в данном контексте представлены в виде объективных явлений и процессов, отображающих проявления трансформационных признаков на рынке труда.

Императивы, в свою очередь, тесно связаны с новыми проблемами и задачами в сфере регулирования рынка труда.

В современных условиях развития процессов на рынке труда предпосылки подразделяют на три основных блока:

– экономические, обладающие признаками экономической свободы на рынке труда: свобода труда (возможность самостоятельного определения вида занятия), запрет принудительного труда, за исключением случаев предусмотренных действующим законодательством; свобода предпринимательской деятельности: (возможность заниматься собственным делом или принять участие в совместном производстве);

– социальные, основанные на социальном неравенстве между людьми по уровню доходов, составу семьи, стажу и опыту работы, уровню образования, личным качествам и т.п. Данный блок предпосылок приводит к расслоению населения, однако ему противостоит государственная система социальной защиты населения от безработицы, система пенсионного обеспечения, социального и медицинского страхования;

– юридические: наличие системы законов, обеспечивающих экономическую свободу и социальную защиту населения (Конституция, Трудовой кодекс, Гражданский кодекс, Закон «О занятости населения»).

Теоретические и практические особенности такого многогранного феномена как рынок труда обсуждаются в научной литературе, доказывающей существование многообразия подходов, прежде всего, к определению рынка труда как экономической категории.

Наиболее часто под «рынком труда» понимают систему социально-экономических (общественных) отношений между основными субъектами рынка труда по поводу всего комплекса трудовых отношений.

В данном исследовании при обобщении многообразия взглядов отечественных и зарубежных ученых на формирование и развитие рынка труда, предложено выделить 5 основных подходов к социально-экономической сущности многофункциональной категории «рынок труда»:

1. Рынок труда в качестве системы отношений, связанных с куплей-продажей специфического товара.
2. Рынок труда в качестве системы отношений между основными субъектами.
3. Рынок труда в качестве системы механизмов, норм и институтов.
4. Рынок труда в качестве основного (важного) элемента экономики.
5. Рынок труда в качестве сферы формирования спроса и предложения на специфический товар.

Представленные подходы дополняют друг друга и отображают функциональные стороны формирования, развития и регулирования рынка труда.

С учетом представленных выше положений дадим следующее определение такой многогранной дефиниции как «рынок труда». Рынок труда представляет собой систему правовых, социально-экономических и трудовых отношений, возникающих между государством, работодателями и работниками по вопросу купли-продажи рабочей силы, заработной платы, условий труда, социальной защиты и т.д.

Выводы. Развитие рынка труда как экономической системы нуждается в глубоких исследованиях, обусловленных следующими обстоятельствами: рынок труда является важной составной частью экономической системы, т.к. процессы, происходящие на рынке труда, прямо или косвенно влияют на состояние экономики государства и его регионов; в свою очередь, экономическая система также влияет на рынок труда, поэтому возникает необходимость учета всех функций, факторов и изменений в комплексе, для прогнозирования состояния рынка труда.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛОМ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Алиев С.С.

студент кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и управления ФГАОУВО «КФУ им. Вернадского»
Научный руководитель: к.э.н., доцент Балко С.В.

Аннотация: В статье рассмотрены направления развития потенциала аграрного предприятия, совершенствование управления сельскохозяйственным предприятием, предложены направления повышения эффективности производства продукции птицеводства.

Ключевые слова: потенциал предприятия, миссия, цели, стратегия развития, эффективность производства.

Введение. Исходя из целей и миссии деятельности, под потенциалом сельскохозяйственного предприятия в широком смысле слова понимают совокупность ресурсов (трудовых, материальных, нематериальных, финансовых и др.), имеющихся в распоряжении, и способность его сотрудников и менеджеров к использованию ресурсов с целью создания товаров и услуг и получения дохода, достаточного для продолжения деятельности. Потенциал предприятия чаще всего раскрывается через совокупность характеристик: реальные возможности, объем ресурсов и резервов, а также определяется способностью его эффективной реализации.

Цели и задачи. Целью данной работы является совершенствование управления потенциалом аграрного предприятия на примере ГУП РК «УОППЗ им. ФРУНЗЕ».

Результаты исследований. Для того чтобы предпринимательская деятельность приобрела успешную форму необходимо выбрать четкую стратегию управления потенциалом предприятия, прежде всего это является составным элементом менеджмента в бизнесе. Необходимо определиться с факторами от которых будет зависеть успешная стратегия управления потенциалом предприятия. Перечислим следующие из них: каким объемом потенциала обладает предприятие, какова доля на рынке, насколько высок уровень конкурентоспособности потенциала предприятия, цели которые предприятие ставит перед собой. В зависимости от поставленных целей предприятие выбирает стратегию поведения на рынке.

Миссия ГУП РК «УОППЗ им. ФРУНЗЕ»: "Удовлетворение потребностей общества путём обеспечения фирм-потребителей высококачественной продукции животноводства и растениеводства, при профессиональном и ответственном отношении к работе сотрудников предприятия". Общие цели предприятия формулируются и устанавливаются на основе общей миссии организации и определённых ценностей и целей, на которые ориентируется высшее руководство.

Для того чтобы организация добилась успеха, цели должны обладать следующими характеристиками:

1. Цели должны быть конкретными и измеримыми.
2. Цели должны устанавливаться во времени, то есть иметь срок исполнения:
 - пять лет и более — долгосрочная цель;
 - от одного до пяти лет — среднесрочная цель;
 - до одного года — краткосрочная цель.

3. Цель должна быть достижимой. Это необходимо для повышения эффективности организации.

4. Множественные цели организации должны быть взаимно поддерживающими. То есть действия и решения, необходимые для достижения одной цели, не должны мешать достижению других целей.

Цели будут являться значимой частью процесса стратегического управления только в том случае, если высшее руководство правильно их сформулирует. Основной целью ГУП РК «УОППЗ им. ФРУНЗЕ» является наращивание объемов производства, увеличение объема реализации продукции птицеводства и племенного скотоводства, что соответствует реализации программы импортозамещения.

Целесообразно предложить разработку программ по повышению эффективности производства продукции птицеводства, так как она является основным видом деятельности предприятия и на неё приходится 70% производимой продукции.

Повышение эффективности производства должно основываться на интенсивных путях развития:

- внедрении ресурсосберегающих технологий, таких как рекуперативные и регенеративные теплообменники, обеспечивающие не только экономию топлива, но и очистку выбрасываемого воздуха от пыли и микроорганизмов, а также снижение загрязнения окружающей среды за счет уменьшения количества топлива, сжигаемого для обогрева птичников;

- совершенствовании продуктивных пород несушек и бройлеров, таких как “хайсек белый” и “хайсек коричневый”;

- разработке системы поощрений птичников во взаимосвязи с ростом продуктивности птицы на участке;

- расширение имеющихся площадей под зерновыми культурами с целью снижения объемов закупок кормов и, как следствие, себестоимости птицеводческой продукции;

- разработке более совершенной системы кормления, позволяющей раскрыть полный потенциал используемых гибридов, например, использование фуражного зерна при кормлении птицы по технологии приготовления кормового солода.

- обеспечении сохранности поголовья птицы, в птицеводстве важнейшее значение имеет своевременное и полное проведение ветеринарных мероприятий.

Совершенствование управления сельскохозяйственным предприятием является важным резервом повышения его эффективности. Опыт многих сельскохозяйственных предприятий подтверждает, что там, где руководители и специалисты постоянно занимаются совершенствованием управления производством, трудовые коллективы под их руководством обеспечивают постоянный рост производства продукции сельского хозяйства, производительности труда, экономии средств и повышения рентабельности.

Выводы: Из вышеперечисленного можно сделать вывод, что любое предприятие, которое стремится добиться успеха, должно ставить перед собой правильно сформулированные цели. Цели должны быть конкретными и измеримыми, иметь срок выполнения, быть достигаемыми. Важным этапом для предприятия является выбор четкой стратегии управления потенциалом предприятия.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО АППАРАТА

Антонова О.С.

*студентка 2 курса магистратуры кафедры государственного и муниципального управления
Института экономики и управления КФУ*

научный руководитель: к.э.н., доцент Вершицкий А.В.

Введение. В современных политических и экономических условиях вопросы увеличения результативности и повышения эффективности государственного управления приобретают особую значимость. На сегодняшний день как развитые, так и развивающиеся страны сталкиваются с тяжелыми вызовами, поэтому, оперативность и качество управленческих решений, принимаемых государственными органами всех уровней, занимают существенную роль. В то же время, непрофессионализм управленческого звена является фактором, который значительно тормозит развитие общества и государства в целом. Таким образом, повышение уровня профессионализма государственного аппарата является одной из приоритетных задач государства.

Целью данного исследования является выявление основных методов и принципов работы, способствующих повышению результативности, профессионализма и компетентности государственного аппарата.

Результаты исследования. Постепенное внедрение методов и принципов, нацеленных на повышение результативности работы органов государственного управления, является одной из стратегических задач правительства. А именно, исследование и подготовка нормативных документов, а также введение системы оценки эффективности деятельности госорганов. Развитие информационных технологий и внедрение инноваций в работу органов исполнительной власти оказывают большое влияние на повышение эффективности, а также на улучшение отношений с гражданами.

С точки зрения критериев эффективности государственного управления процессы, происходящие в государствах постсоветского пространства, противоречивы и неоднозначны. Формы и методы их проведения в большинстве случаев таковы, что негативные, разрушительные процессы длятся слишком долго. Стоит отметить, что административная реформа Российской Федерации по направлению и тенденциям, замыслу и идее является положительной, обоснованной и призвана оправдать возлагаемые на нее надежды.

Критерии эффективности государственного управления должны применяться не только к будущему и прошлому, но, в первую очередь, к настоящему, когда еще есть шанс обнаружить ошибки и вовремя их исправить. Речь идет о том, что нужно выбрать такой способ реформ, при котором формирование нового качества не привело бы к утрате и снижению уже достигнутого уровня жизни общества. Повседневное соотношение получаемых результатов государственного управления с критериями его эффективности позволяет видеть смысл и значение управленческих усилий, социальную ценность, актуальность и действенность самого управления.

Эффективность деятельности органов управления – сложное определение, охватывающее множество различных аспектов. И оценить ее при помощи только одного показателя невозможно, т.к. это целая система принципов, на которых базируется эффективность управления. Рассмотрим основные принципы и методы работы по повышению результативности работы государственного аппарата.

1. Создание Правительства, включающего в себя только профессиональных, опытных кадров, сконцентрированных на выполнении своих функций и обязанностей наилучшим образом, которые стремились бы к развитию и усовершенствованию своей деятельности и деятельности государства в целом.

2. Работы органов власти должна базироваться исключительно на основе разработанных программ и стратегий по развитию государства.

3. Для плодотворной работы органов исполнительной власти должна быть создана четко налаженная межведомственная координация.
4. Увеличение полномочий и, вместе с тем, ответственности министров за их деятельность. Строгая подотчетность и контроль.
5. Создание эффективной системы по борьбе и противодействию коррупции.
6. Усовершенствование системы найма, подготовки и продвижения кадров.

Выводы. На наш взгляд, именно эти принципы, как основа административной реформы, способны повысить уровень и качество государственного управления, а также способствуют решению некоторых социально – экономических проблем. Осуществив системную административную реформу, быстрый и устойчивый рост эффективности и результативности деятельности государственного аппарата не заставит себя ждать. Цель этих преобразований - сделать государство социально более сплоченным и сильным, приблизить его к гражданину и обеспечить конкурентоспособность страны.

Таким образом, следует отметить, что в условиях глобализации и интеграции, профессиональность и компетентность государственного аппарата, оперативность и точность принимаемых им решений – залог стремительного развития и процветания государства. В свою очередь, качественная административная реформа является основой для создания эффективной системы государственного управления.

МЕНЕДЖМЕНТ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Балко С. В.

к.э.н., доцент кафедры менеджмента устойчивого развития Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И.Вернадского»

Аннотация: в статье рассмотрены проблемы развития сельских территорий и пути их решения. Проведен анализ государственных программ развития сельских территорий.

Ключевые слова: сельские территории, менеджмент, государственные программы развития.

Введение. Почти четверть населения Российской Федерации проживает в сельской местности, и учитывая её огромный потенциал, особо актуальными являются задачи развития сельских территорий. Уровень жизни на селе, доходы сельских жителей, социальная инфраструктура не отвечают современным потребностям, требованиям времени. Несмотря на то, что устойчивое развитие сельских территорий является приоритетным направлением в политике государства, и сельское хозяйство является стратегической основой продовольственной безопасности, по-прежнему существует множество не решенных проблем. Поэтому в настоящее время особенно актуальной задачей является анализ и разработка направлений эффективного управления развитием сельских территорий.

Результаты исследований. От эффективности существующей системы управления зависит уровень социально-экономического развития сельских территорий.

Вследствие недостаточного развития на селе социальной инфраструктуры, низкой заработной платы, отсутствия перспектив, других проблем, молодежь в трудоспособном возрасте стремится уехать в город в целях повышения качества жизни. Стоит отметить, что ситуация по регионам неоднородна, в одних областях количество сельских жителей может сокращаться, в других – увеличиваться за счет мигрантов, беженцев.

Развитие конкурентоспособной экономики на селе, модернизация сельскохозяйственного производства, создание условий для развития малого предпринимательства являются двигателями устойчивого развития сельских территорий.

Определяющее значение оказывает государственная поддержка, создание условий для активизации развития данных процессов. Важным является реализация государственных программ в данном направлении. В частности, Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы; федеральной целевой программы "Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года", "Стратегии развития села до 2020 года".

Основными целями федеральной целевой программы "Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года" являются: создание комфортных условий жизнедеятельности в сельской местности; стимулирование инвестиционной активности в агропромышленном комплексе путем создания благоприятных инфраструктурных условий в сельской местности; содействие созданию высокотехнологичных рабочих мест на селе; активизация участия граждан, проживающих в сельской местности, в реализации общественно значимых проектов; формирование позитивного отношения к сельской местности и сельскому образу жизни.

Основными задачами Программы являются: удовлетворение потребностей сельского населения, в том числе молодых семей и молодых специалистов, в благоустроенном жилье; повышение уровня комплексного обустройства населенных пунктов, расположенных в сельской местности, объектами социальной и инженерной инфраструктуры; концентрация ресурсов, направляемых на комплексное обустройство объектами социальной и инженерной инфраструктуры населенных пунктов, расположенных в сельской местности, в которых осуществляются инвестиционные проекты в сфере агропромышленного комплекса; грантовая поддержка местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности; поощрение и популяризация достижений в сфере развития сельских территорий.

Ожидаются следующие результаты реализации данной федеральной программы и показатели социально-экономической эффективности: решение жилищной проблемы для 10 процентов семей, проживающих в сельской местности и нуждающихся в улучшении жилищных условий, в том числе 18,6 процента молодых семей и молодых специалистов; удовлетворение потребности организаций агропромышленного комплекса и социальной сферы села в молодых специалистах на 28,5 процента; повышение уровня социально-инженерного обустройства в сельской местности, в том числе газом - до 59,6 процента, водой - до 61,7 процента; создание условий для улучшения социально-демографической ситуации в сельской местности (прогнозируется увеличение коэффициента рождаемости сельского населения до 19,1 промилле и ожидаемой продолжительности жизни до 72,6 года); повышение общественной значимости развития сельских территорий в общенациональных интересах и привлекательности сельской местности для комфортного проживания и приложения труда; достижение совокупного экономического эффекта в размере 100,4 млрд. рублей, в том числе за счет: прироста производства продукции сельского хозяйства на основе улучшения условий жизни специалистов агропромышленного комплекса - 55,5 млрд. рублей; реализации мероприятий по развитию газификации и водоснабжения - 7,2 млрд. рублей, мероприятий по строительству и реконструкции автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, ведущих от сети автомобильных дорог общего пользования к ближайшим общественно значимым объектам сельских населенных пунктов, а также к объектам производства и переработки сельскохозяйственной продукции, - 2,5 млрд. рублей; привлечения внебюджетных средств - 35,2 млрд. рублей.

Несомненно, реализация одной программы не решит всех проблем на селе, однако данная федеральная программа на сегодняшний день является одной из наиболее эффективных.

Федеральная программа подразумевает значительное улучшение социальной инфраструктуры, строительство школ, культурных центров, спортивных объектов, детских площадок, врачебных кабинетов, автодорог с твердым покрытием, газификацию,

водоснабжение, создание туристических комплексов на основе государственного финансирования местных инициатив граждан в сельской местности.

В настоящее время существуют определенные препятствия в реализации данной программы. Имеет место недостаточная осведомленность потенциальных участников о возможностях данной программы, также в определенных районах отмечается безынициативность и медлительность местных органов власти по продвижению исполнения данной программы. Для участия по определенным направлениям программы необходимо разработать проектно-сметную документацию, однако на её подготовку у местных органов власти (в определенных регионах) не хватает средств в местном бюджете. Таким образом, государственная помощь часто остается невостребованной. Поэтому определяющее значение имеет работа органов местного самоуправления.

Есть районы, особенно периферийные, которым необходимо уделять особое внимание, т.к. у них есть большая необходимость в реализации федеральной целевой программы "Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года".

Данная федеральная целевая программа является особенно привлекательной для молодежи, создавая комфортные условия жизни, стимулируя трудиться в сельской местности. Раскрытию экономического потенциала сельских территорий в настоящее время способствуют санкционные условия и реализация программы импортозамещения, предоставляя отечественному сельхозтоваропроизводителю дополнительные конкурентные преимущества. Поэтому особенно актуальными являются вопросы реализации инвестиционных проектов по развитию, модернизации, созданию различных видов производств, хранилищ сельскохозяйственной продукции, сельскохозяйственных рынков, реализации рекреационного потенциала сельских территорий, что в свою очередь обеспечит максимальную занятость и рост доходов населения в сельской местности.

Выводы. На основе проведенного исследования можно сделать вывод о определяющей роли государственного управления; повышения эффективности реализации программ поддержки устойчивого развития сельских территорий, увеличения бюджетного финансирования; развития полномочий, возможностей и активизации деятельности местного самоуправления; создания комфортных условий для организации и развития малого и среднего агробизнеса; развития социальной инфраструктуры; реализации инвестиционных проектов, и в результате повышения социальных стандартов на селе.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Вафина Л.Р.

студентка кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и управления

научный руководитель: к.и.н., доцент Твердохлебов Н.И.

Введение. Всесторонняя модернизация экономики Республики Крым на основе преимущественно инновационного развития объективно требует наличия благоприятного инвестиционного климата. Инвестиционный климат характеризует условия инвестиционной деятельности и напрямую влияет на привлечение прямых инвестиций, как внутренних, так и внешних.

Цель исследования - рассмотреть современное состояние инвестиционного климата Республики Крым.

Задачи исследования: - изучить процесс внедрения регионального инвестиционного стандарта; определить риски и сдерживающие факторы, препятствующие благоприятному развитию инвестиционного климата, и определить конкурентные преимущества Крыма.

Результаты исследования. На территории Республики Крым происходит внедрение регионального инвестиционного стандарта – проекта по созданию благоприятных условий для ведения бизнеса в субъектах РФ. Стандарт включает 15 инвестиционных практик, используемых экономически наиболее успешными регионами. Реализация таких мер позволит создать условия для притока инвестиций, сформировать инфраструктуру эффективной коммуникации между бизнесом и региональными властями. На данный момент в Крыму полностью внедрено лишь 3 раздела стандарта.

Также в каждом субъекте Российской Федерации должен функционировать общественный совещательный координационный орган. С целью формирования благоприятных условий для работы инвесторов на территории республики, решения проблем, возникающих в ходе реализации проектов, а также эффективного взаимодействия органов власти и местного самоуправления в инвестиционной сфере, в августе 2014 года был создан Совет по улучшению инвестиционного климата Республики Крым.

Основные задачи Совета: выработка рекомендаций по взаимодействию органов власти и лиц, участвующих в инвестиционном процессе; выработка рекомендаций по уменьшению административных барьеров; разработка предложений по приоритетным направлениям развития региона; выработка рекомендаций по государственной поддержке инвестиционных процессов и стимулированию инвестиционной активности на территории региона.

Поскольку инвестиционный климат региона представляет собой совокупность социальных, экономических, организационных, правовых, политических условий, предопределяющих привлекательность и целесообразность инвестирования, то одним из механизмов улучшения инвестиционного климата Крыма служит целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года», утвержденная правительством Российской Федерации 11 августа 2014 года.

В Программе определены ключевые сдерживающие факторы и риски социально-экономического развития Крыма: наличие рисков в возможностях для развития международного сотрудничества, ослабление международных и внешнеэкономических связей; отсутствие сухопутного сообщения с материковой частью РФ; неравномерность размещения имеющегося природно-ресурсного, производственного, туристско-рекреационного, транспортного, трудового потенциала территорий; усиление несоответствия между функциями рекреационного макрорегиона и процессами развития промышленного, аграрного и транспортного секторов.

Вместе с тем в Программе выделены следующие конкурентные преимущества Крыма:

- стратегически важное и перспективное географическое, геоэкономическое и геополитическое положение;

- транспортно-транзитный потенциал;
- туристский потенциал;
- значительное качество человеческого потенциала.

Таким образом, в рамках Программы предполагается реализация проектов, преимущественно направленных на снятие инфраструктурных ограничений и диверсификации экономики округа.

Еще одним фактором является создание на территории Республики Крым и г. Севастополя Свободной экономической зоны (СЭЗ) со сроком функционирования 25 лет.

Режим СЭЗ позволит иметь особый правовой режим на всей территории Крыма, проводить регистрацию любых судов под флагом Российской Федерации, иметь зоны «свободный порт» и «свободная таможенная зона». Для участников СЭЗ применяются налоговые льготы по НДС и таможенным платежам, по налогу на имущество организаций, земельному налогу, налог на прибыль. Применяется ускоренная амортизация в отношении собственных основных средств, а также пониженные страховые взносы. В рамках первого Ялтинского экономического форума, прошедшего в апреле 2015 года, зарегистрировано 5 участников Свободной экономической зоны и 28 соглашений находятся на стадии подписания. В форуме было задействовано 342 участника, в том числе 34 представителя зарубежных компаний из 12 стран: Италии, Словении, Турции, Гонконга, Японии, Чехии, Швейцарии, Греции, Казахстана, Израиля, Индии и Сербии, что говорит о привлекательности Республики Крым для иностранных инвесторов.

Выводы. На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что на современном этапе становления и развития Республики Крым наблюдаются значительные изменения в социально-экономическом развитии региона, которые представляют собой главные факторы улучшения инвестиционного климата Республики Крым. Потенциал Крыма, его близость к международным транспортным коридорам являются стратегическим преимуществом для создания максимально благоприятных условий экономического сотрудничества на длительную перспективу и для реализации масштабных инвестиционных проектов.

АВИАЦИОННАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В РОССИИ

Вольская Г.К., Абибуллаева А.А.

*старший преподаватель кафедры менеджмента устойчивого развития Института
экономики и управления*

*студент кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и
управления*

Введение. Авиационная промышленность – высокотехнологическая отрасль промышленности, основными задачами которой является проектирование, изготовление, испытание, починка и утилизация авиационной техники. Основными факторами ее размещения являются высокоразвитые транспортные связи, высококвалифицированные трудовые ресурсы, рядом расположенные научные центры.

Современная модель авиационной промышленности является одной из наиболее развитых отраслей российского производства. Дело в том, что авиастроение в данный момент занимает достаточно важное место в Российской Федерации. Мало того, мы знаем, что Россия по объёму выпускаемой продукции военного самолётостроения находится на 2-м месте в мире, вертолётостроения — на 3-м месте в мире. Это свидетельствует о том, что наша страна выделяет определенные средства и силы для развития данного типа промышленности.

Цель и задачи исследования. Основной целью является обзор современного состояния авиационной промышленности Российской Федерации. Для этого необходимо решить ряд задач, направленных на анализ авиастроительной промышленности, конкретных моделей современных средств воздушного транспорта: как пассажирских, так и иных. Также необходимо продемонстрировать практические результаты их производства

Результаты исследования. В России авиационная промышленность возникла ближе к 1910 годам, первые самолеты отечественного производства, отправившиеся в небо, были сконструированы А.С. Кудашевым, И.И. Гаккелем и А.С. Сикорским.

Примечательно, что первые летательные аппараты были созданы в кустарных условиях. В это же время в России были основаны первые авиационные заводы, например такие, как завод «Дукс», Русско-Балтийский завод в Петербурге и многие другие.

В последующие годы авиационная промышленность России продолжает свое развитие, достигая больших результатов, причем, даже на мировом уровне.

На сегодняшний день Россия является одним из крупнейших производителей авиационной техники, занимая третье место в мире по объёму выпуска после США и стран Евросоюза.

Активы российского авиастроения сконцентрированы в двух профильных интегрированных структурах: Объединённая авиастроительная корпорация и Оборонпром. Эти компании включают в себя 214 предприятий и организаций, в том числе 103 — промышленные, 102 — НИИ и ОКБ. Общая численность занятых в российской авиационной промышленности — более 411 тыс. человек.

Крупнейшими научными центрами авиастроения являются:

- Национальный институт авиационных технологий (НИАТ);
- Всероссийский институт авиационных материалов (ВИАМ);
- Центральный институт авиационного моторостроения (ЦИАМ);
- Центральный аэрогидродинамический институт (ЦАГИ);
- Лётно-исследовательский институт (ЛИИ);
- Государственный научно-исследовательский институт авиационных систем (ГосНИИАС);
- Обнинское НПО «Технология»;

Крупнейшими производственными центрами являются: «Авиадвигатель» (Пермь)

Ниже представлено несколько выпускаемых и планируемых самолетов

Ту-204 – среднемагистральный пассажирский самолёт. Разработан в конце 1980-х — начале 1990-х в ОКБ Туполева, в эксплуатации с 1994 года. Производится серийно с 1990 года на заводе «Авиастар-СП» в Ульяновске, а также с 1996 года и на КАПО имени С.П. Горбунова в Казани (модификация Ту-214).

Популярности у авиакомпаний не снискал, проиграв конкуренцию подержанным "иномаркам". За 20 с лишним лет выпущено всего 73 машины. К 2015 году планировалось снять самолёты семейства Ту-204 с производства, заменив их самолётами МС-21.

Superjet 100 – ближнемагистральный пассажирский самолёт, разработанный компанией «Гражданские самолёты Сухого» совместно с рядом зарубежных компаний. Рассчитан на перевозку до 95 пассажиров на расстояние до 4400 км и ориентирован на замену самолётов Ту-134 и Як-42.

В 2006 года на авиасалоне в Фарнборо компания «Сухой» представила официальное название самолёта, созданного по проекту RRJ — Sukhoi Superjet 100 (SSJ). 25 июля 2009 года состоялся первый полёт лётного экземпляра SSJ, полностью оснащённого всеми системами и пассажирским салоном. Общая стоимость разработки SSJ 100 составляет ориентировочно \$1,4 млрд. Предполагается, что SSJ благодаря использованию более современных материалов будет эффективнее, чем аналогичные самолёты. Двигатель для Superjet прошел международную сертификацию.

МС-21 – проект ближне-среднемагистрального самолёта. Программа семейства самолётов МС-21 разрабатывается совместно ОКБ имени Яковлева и корпорацией «Иркут».

Самолёт ориентирован на смену Ту-154 и семейства Ту-204 к 2016 году. Предполагается создание семейства самолётов отличающихся по длине и пассажировместимости — 150, 180, 210 мест соответственно. МС-21 разрабатывается под российские двигатели, а также под некоторые иностранные авиадвигатели производства Pratt&Whitney, Rolls-Royce и других фирм. Строительство первого МС-21 начато в 2014 г. Ожидается, первый полёт самолёт совершит в первой половине 2016 года, а поставки начнутся в 2018 году. Площадкой окончательной сборки определён Иркутский авиазавод.

Ан-124 «Руслан» - в 2010 г. Минобороны России планировало возобновить производство самолётов Ан-124. 15 августа 2014 заместитель главы Минпромторга РФ Юрий Слюсарь заявил, что российско-украинский проект возобновления производства и модернизации тяжелого транспортного самолета Ан-124 «Руслан» в связи с политической ситуацией больше не стоит на повестке дня. Таким образом, ремонт и модернизация самолётов Ан-124 в России осуществляется только силами ЗАО «Авиастар-СП».

Антонов Ан-148 является двухмоторным, узкофюзеляжным реактивным самолетом, служащим для использования на региональных и местных авиалиниях. Ан-148 разработан авиастроительным концерном Украины АНТК имени Антонова, совместно с предприятиями России. Ан-148 — ближнемагистральный пассажирский самолет. На июнь 2013 года эксплуатируется около 20 машин. Как рассчитывают эксперты, на рынке авиaperевозок существует потребность в Ан-148, Ан-158 в размере 500 единиц до 2026 г.

Подводя итог, заметим, что современная авиастроительная промышленность РФ показывает неплохие успехи, которые были достигнуты в прошедшем году. В 2014 году в России было произведено:

- около 150 военных самолётов, в том числе истребители Су-35С — 24 единицы, истребители Су-30СМ — 21, истребители Су-30М2 — 8, фронтовые бомбардировщики Су-34 — 18, истребители МиГ-29К/КУБ — 10, учебно-боевые самолёты Як-130 — 20, самолёт наблюдения Ту-214ОН — 1;
- 43 гражданских самолёта, в том числе SSJ 100 — 34 единицы;
- свыше 300 вертолётов гражданского и военного назначения.

Выводы. Таким образом, Россия является одним из крупнейших производителей авиационной техники, занимая передовые места по всему миру уже на протяжении нескольких лет. Это свидетельствует о развитости страны и ее потенциальной силе.

КОСВЕННЫЕ НАЛОГИ В СОСТАВЕ ЦЕНЫ

Гудыменко Любовь

студентка кафедры государственного и муниципального управления Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского
научный руководитель: к.э.н., доцент Вершицкий А.В.

Введение. Данная тема является актуальной, так как налогообложение оказывает немаловажное влияние на общее благосостояние страны. Налоги играют важную роль в социально-экономическом развитии государства. Это обусловлено тем, что налоги являются главным источником формирования доходной части государственного бюджета. Так же, они влияют на развитие производства, способствуя его росту или сокращению. Могут быть фактором регулирования уровня цен, средством воздействия на их движение.

Цель работы обозначить налоги, которые включаются в цену.

В условиях рыночной экономики успех предприятия в значительной степени зависит от того, насколько правильно установлены цены на свои товары или услуги. Но это не просто сделать, потому что, на цены оказывает основное влияние симбиоз политических,

экономических, психологических и социальных факторов. Сегодня цена может определяться количеством затрат на производство товара, а завтра ее уровень может зависеть от психологии поведения покупателей подстраиваясь под главный закон экономики спроса и предложения. Следовательно, предприниматель при установлении цены на товар должен учитывать все факторы, влияющие на ее уровень, и установить цену, таким образом, чтобы получить прибыль.

Анализом и оценкой уровня налоговой системы занимаются отечественные ученые В. Витлинский, Ю. Иванов. Так же посвящено много работ проблемам уклонения от уплаты налогов и их последствия, например монография В. Вишневого и А. Веткин.

Результаты исследования. По своей экономической сути налог - это принудительный платеж, сбор, взимаемый государством с имущества и доходов юридических и физических лиц для покрытия государственных расходов. Применяется также для решения задач социально-экономической политики государства без предоставления его плательщикам специального эквивалента. Эквивалентом, правда, могут быть те услуги, которые оказывает налогоплательщику государство.

Косвенные налоги – это налоги на товары и услуги, которые закладываются в цену товаров и услуг. К косвенным налогам относятся налог на добавленную стоимость (НДС), акцизы, таможенные пошлины и пр.

Но не все косвенные налоги включаются в цену товара или услуги. В состав цены входят следующие виды налогов:

- 1) налог на добавленную стоимость;
- 2) акциз;

НДС является формой изъятия части созданной стоимости, входящей в состав цены товара или услуги. НДС можно вычислить как разность суммы налога, полученной фирмой по проданным товарам (услугам и работам), и суммы налога, выплаченной фирмой по приобретенным материалам и сырью.

Акциз – это косвенный налог, входящий в состав цены товара и взимаемый с покупателя. Он устанавливается на товары широкого внутреннего потребления, такие как табак, спиртные напитки и т. п.

Ставка НДС и акцизы являются ценообразующими факторами. Так как вызывает рост цен, что приводит к недоступности некоторых товаров для семей с низким достатком. И перераспределяет средства из доходов потребителей в государственный бюджет, понижая спрос. К тому же косвенные налоги, входящие в состав цен на сырье, материалы и комплектующие, увеличивают себестоимость производимых товаров.

Выводы. Итак, введение косвенных налогов или увеличение их ставок может привести к увеличению общего уровня цен в стране даже при неизменности всех основных экономических факторов. При этом косвенные налоги, в отличие от прямых, в меньшей степени затрагивают прибыль предприятий.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ АПК

Доможилкина Ж.В.

*к.э.н., доцент кафедры Менеджмента устойчивого развития
Института экономики и управления*

В настоящее время одной из серьезных проблем для предприятий АПК является создание системы качества, позволяющей обеспечить производство конкурентоспособной продукции. Система качества должна учитывать особенности предприятия, обеспечивать минимизацию затрат на разработку продукции и ее внедрение. Потребитель желает иметь уверенность, что качество поставляемой продукции АПК будет стабильным и устойчивым.

Качество является важным инструментом в борьбе за рынки сбыта. Именно качество обеспечивает конкурентоспособность товара. Оно складывается из технического уровня продукции и полезности товара для потребителя через функциональные, социальные, эстетические, эргономические, экологические свойства. При этом конкурентоспособность определяется совокупностью качественных и стоимостных особенностей товара, которые могут удовлетворять потребности потребителя, а также расходами на приобретение и потребление соответствующего товара. Следует учитывать, что среди продукции аналогичного назначения большей конкурентоспособностью обладает та, которая обеспечивает наивысший полезный эффект по отношению к суммарным затратам потребителя. Безусловно, повышение качества сопряжено с затратами, однако, они окупаются благодаря полученной прибыли.

Формирование общей стратегии и комплекса функциональных стратегий агропромышленного предприятия предполагает не только разработку системы стратегических планов, но и формирование у руководителей и ведущих специалистов общего стратегического мышления – скоординированного подхода к долгосрочным перспективам предприятия и принятию оперативных решений с ориентацией на них. Этого можно добиться, вовлекая в формирование стратегии более широкий круг людей, т.е. формируя соответствующую организационную культуру.

Стратегия качества продукции АПК должна рассматриваться, как одна из важнейших функциональных стратегий и разрабатываться в виде неотъемлемой части общей стратегии предприятия. Поэтому руководство, принимая решение о разработке и внедрении стратегии качества, должно задумываться о формировании всего комплекса стратегических компонентов:

- решения, основанные на фактах;
- непрерывные улучшения;
- концентрация на процессах;
- вовлеченность всех в деятельность организации.

В центре стратегии качества – концентрация на клиентах и их потребностях, которые являются критерием качества. Концентрация в данном случае означает, что, принимая любое решение в управлении предприятием АПК, необходимо принимать во внимание то, как оно отразится на удовлетворенности клиентов.

Для эффективного управления качеством продукции АПК принципиальное значение имеет концентрация на процессах. Как процесс можно рассматривать практически любую организационную деятельность. В ходе процесса «вход» (сырье, материал, полуфабрикат, информация и т.д.) преобразуется в «выход» (продукт) с конечной целью удовлетворить потребности клиента. Качество конечной продукции или услуг зависит от качества каждого отдельного процесса (процессы закупок, маркетинга, технологии, уровня производства и др.) и их взаимосвязанности, а также от качества организационно-управленческой системы в целом. Концентрация на процессах позволяет обеспечить прозрачность и управляемость производственной деятельности предприятия и работ по обслуживанию клиентов.

Качество процессов зависит от многих факторов. Например, качество процесса производства, обеспечивается качеством оборудования, технологий, уровнем квалификации персонала и др. Качество процесса управления зависит от знаний и опыта руководства, качества применяемых методов управления и др. Качество системы обеспечивается рациональной организационной структурой, правильным распределением ответственности, механизмами взаимодействия, мотивации и др.

В обеспечении качества продукции и услуг, участвуют все подразделения и все сотрудники фирмы. Каждый работник должен четко знать, какой вклад в процесс обеспечения качества он вносит, выполняя свои должностные обязанности.

Еще один важный элемент динамичной стратегии качества – непрерывные улучшения. Деятельность по улучшению качества направлена на обеспечение максимального

соответствия производимых продукции и услуг потребностям клиентов, а также на устранение выявленных недостатков в существующих процессах.

Качество продукции и услуг зависит от качества управления, принятия решений. Решения, влияющие на качество должны приниматься на основе фактов и проверенных данных.

Описанный подход к обеспечению качества является универсальным и может быть использован практически каждым предприятием, в любой отрасли для обеспечения стабильного высокого качества продукции и услуг. Этот универсальный подход был законодательно закреплён серией международных стандартов ISO 9000.

Стратегия качества может быть реализована только при полной заинтересованности высшего руководства в выпуске высококачественной продукции. Для успешной реализации данной стратегии менеджеру следует:

- добиться понимания каждым работником, что является качеством, а что нет: качественное выполнение работы – это соответствие стандартам исполнения, всеобщая долгосрочная программа и обязательство всегда делать все правильно с первого раза, соответствующее планирование, предотвращение появления дефектов, поддающаяся измерению стоимость качества;

- структурировать деятельность предприятия так, чтобы каждый понимал, как будет определяться качественное выполнение работы;

- обучить каждого работника основам статистического контроля качества;

- создать совет по улучшению качества работы и групп по совершенствованию системы качества;

- обращаться с клиентами фирмы, как с пожизненными партнерами;

- создать систему признания заслуг.

Основными этапами разработки стратегии повышения качества продукции АПК являются:

- диагностика проблем организации, определение и ранжирование ее целей, разработка методики моделирования процессов в сфере управления качеством, формирование рабочих групп, информирование персонала о задачах повышения качества, детальное планирование работ;

- создание моделей организационной структуры и разработка моделей детальных бизнес-процессов, проверка их на адекватность;

- выбор приоритетных направлений реорганизации процесса, разработка критериев оценки эффективности, формирование многоальтернативных стратегий, анализ полученных вариантов на основе выбранных критериев, оперативный контроль выполнения плана и его качества.

Изложенные принципы позволяют совершенствовать системы управления качеством и способствуют устойчивому развитию предприятия в условиях современного рынка.

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА КРЫМА

¹Жаворонкова О. Р., ²Алимова А. У.

¹к.э.н., доцент кафедры менеджмента устойчивого развития, Института экономики и управления (структурное подразделение) Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

²магистр кафедры менеджмента устойчивого развития, Института экономики и управления (структурное подразделение) Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

Введение. В данной работе рассматриваются роль и значение рекламы в формировании конкурентных преимуществ предприятий Крыма.

Вопрос значимости рекламы глубоко изучен зарубежными и отечественными учеными. Отечественные исследования о рекламе, основываются по большей части на мировом зарубежном опыте, спектр рассматриваемых вопросов довольно разнообразен, но в основном ориентирован на изучение экономики рекламы. Наибольший вклад в изучение рекламы внесли И.А. Гольман, В. Музыкант; Е.В. Ромат, А.Н. Назайкин, В.Г. Кисмерешкин, А.Н. Матанцев, В.В. Ученова. К основным теоретическим источникам рекламного дела можно отнести фундаментальные работы Дж. Гелбрейта, Ч. Сэндиджа, У. Уэллса и Дж. Бернета, а также К. Бове и В. Аренса. Отечественные исследования касаются в основном вопросов роли рекламы в формировании потребительского рынка (О.М. Плавинская), конкуренции рекламы в СМИ (Е. Булдакова) и нарушений законодательства о рекламе (Г. Сыдыков).

Цель и задачи исследования – актуализировать значение рекламы на современном этапе развития экономики региона. Задачи исследования:

1. Обосновать необходимость применения рекламы для получения конкурентных преимуществ в условиях переходной экономики;
2. Выявить изменения в рекламной деятельности, влияющие на переформатирование рекламной политики предприятий.

Методика исследования – основой решения поставленных задач является диалектический метод познания процессов и явлений в их взаимосвязи и развитии.

Результаты исследования. Роль рекламы в современных условиях конкурентного рынка динамично возрастает, и заключается в формировании конкурентных преимуществ предприятий, повышения информированности потребителей, укреплении клиентской базы. С развитием рыночного механизма и изменениями в системе рыночных отношений проблема конкурентоспособности предприятий резко обострилась, появилась необходимость активного поиска новых путей и методов продвижения товаров и услуг на рынок.

Исследуемая тема особо актуальна в современных условиях регионального рынка. Усиление роли рекламной деятельности на территории республики Крым обусловлено глобальными изменениями в структуре внутренней и внешней среды предприятий. Региональный рынок товаров и услуг претерпел значительных изменений, наблюдается ужесточение конкурентной борьбы, при этом у предприятий появилась возможность выхода на новые российские рынки сбыта. На данном этапе развития регионального рынка, предприятиям необходимо приложить значительных усилий для удержания конкурентных позиций на рынке.

В современных условиях регионального рынка использование только основных средств выведения и продвижения товара на рынок (изготовление качественной продукции, конкурентоспособной цены) является недостаточным. Высокий уровень конкуренции в Крыму, новая бизнес-среда привели к тому, что для сохранения конкурентоспособности

предприятий решающую роль играет агрессивная реклама. Отсутствие рекламной стратегии резко снижает возможность активно воздействовать на рынок, обеспечивать успех в конкурентной борьбе.

Характеристики, качественные и количественные показатели новых медиаканалов, работающих в Крыму, обосновывают необходимость в пересмотре стратегии распределения рекламного времени. Предприниматели полуострова столкнулись с тем, что наиболее популярные медиаканалы охватывают значительные территории, большинство из которых не представляют экономического интереса для части субъектов хозяйствования. Использование только местных медиаканалов не позволяет достичь нужного результата.

Кроме того, крымские предприятия-рекламодатели функционируют в новом для себя правовом поле. Государство уделяет большое внимание правовому регулированию рекламной деятельности, создания рекламных материалов. Рекламная политика как составная часть конкурентной борьбы должна быть адаптирована под новые условия и правила своей реализации.

Выводы. Реклама - самый значимый элемент коммуникационного комплекса. Она оказывает большое влияние на все другие элементы данного комплекса, увеличивая потенциал их развития (может привлекать широкие массы людей) и является наиболее дорогой, не смотря на это, правильно построенная реклама в 80% эффективна и рациональна с экономической точки зрения.

Реклама как средство продвижения товаров, и услуг, информирования потребителей и один из способов ведения конкурентной борьбы призвана содействовать формированию единого экономического пространства, способствовать поддержанию конкуренции. Реклама является действенным инструментом, с помощью которого компании получают возможность наиболее прибыльно функционировать, делает процесс товародвижения максимально эффективным.

Эффективность конкурентной борьбы предпринимателей Крыма во многом зависит от того, насколько быстро они сумеют адаптироваться к новым реалиям, научатся применять рекламное законодательство, сумеют верно оценить риски связанные с размещением и созданием определенных рекламных материалов.

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД

Король А. П.

*студент кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и
управления КФУ им. В.И. Вернадского*

научный руководитель: к.и.н., доцент Твердохлебов Н.И.

Введение. Вхождение Крыма в состав Российской Федерации формирует совершенно новые условия для использования конкурентных преимуществ региона. Получение институциональной, ресурсной и финансовой поддержки, перспективы существенного усиления межрегиональных производственно-кооперационных связей с субъектами РФ создают возможности для комплексного использования экономического потенциала Республики Крым, в том числе во внешней торговле.

Целью исследования является сравнительный анализ статистических данных по внешней торговле товарами РК в 2013-2014 гг. Основные задачи – оценить объем, сальдо, структуру экспорта и импорта, выявить факторы, определяющие их изменения.

Результаты исследования. Внешняя торговля товарами Крым в 2014 г. Существенно сократилась. В целом товарооборот, по данным Крымстата, по сравнению с 2013 г. уменьшился в 5,6 раза и составил 365 млн долл. США (экспорт – 205,1 млн, импорт – 159,9 млн). В 2013 г. товарооборот достиг суммы в 2048,8 млн долл. США, в том числе экспорт –

904,9 млн и импорт – 1143,9 млн. Сокращение импорта в 7,2 раза значительно превысило сокращение экспорта в 4,4 раза, что трансформировало отрицательное сальдо в 239,0 млн долл. США в положительное в размере 45,2 млн.

Однако подобное сопоставление официальных статистических данных не отражает реального положения во внешней торговле Республики Крым. Во-первых, в период нахождения Крыма в составе Украины порты полуострова активно использовались для перевозки экспортных и импортных грузов предприятий других регионов. Такие транспортные операции осуществлялись вплоть до осени 2014 г. Объем экспортных поставок собственно крымской продукции в 2013 г. составил 208 млн долл. США. Экспорт товаров республики за 2014 г. снизился на 36% до 134 млн долл. США. Импорт составил 72 млн и положительное сальдо – 62 млн долл. США.

Во вторых, Российская Федерация являлась главным внешнеторговым партнером Крыма –26,5% экспорта и 20,3% импорта в 2013 г.. Соответственно с апреля 2014 г. вся торговля с российскими предприятиями перешла из внешней во внутреннюю. Кроме того статистика Крымстата за апрель-декабрь 2014 г. не учитывала данные по торговле со странами Таможенного союза – Беларусью и Казахстаном, на которые приходилось 8,6% крымского экспорта в 2013 г.

Безусловно определенное негативное влияние на внешнеторговый оборот Республики Крым оказали санкции в сферах торговли и инвестиций, наложенные в июле 2014 г. Европейским Союзом, на который в 2013 г. приходилась пятая часть внешней торговли Крыма (19% экспорта товаров и 22% импорта). В экспорте доля стран ЕС (по данным за апрель- декабрь 2014 г.) значительно упала до 8,7%, из которых 8% пришлось на Бельгию, в импорте наоборот сильно выросла до 77%. При этом 45,1% всего товарного импорта за этот период пришлось на Румынию, из которой осуществлялись поставки нефтепродуктов.

Наибольшие экспортные поставки из Крыма в апреле-декабре 2014 г. осуществлялись в Турцию (18,3% товарного экспорта), Швейцарию (17,8%), Панаму (12,5%), Саудовскую Аравию (9,2%) и Ливию (6,2%). В две последние страны традиционно поставляются зерновые. Среди партнеров по импорту товаров кроме упомянутой Румынии выделялись Италия (12,6%), Германия (8,5%), Турция (6,7%) и Китай (4,7%).

В товарной структуре экспорта Республики Крым преобладали минеральное топливо, нефть и продукты ее переработки (39,3%), злаки (24,4%), суда (12,5%) и продукты неорганической химии (10,8%). В импорте более двух третей составляли всего две товарные группы – минеральное топливо, нефть и продукты ее переработки (45,9%) и котлы, оборудование и механические устройства (22,5%).

Торговля товарами с Украиной по данным таможенной статистики Республики Крым в апреле-декабре 2014 г. велась в незначительных количествах: экспорт составил 3,5млн долл. США (2,4% всего экспорта товаров), импорт – 2,6 млн долл. США (3,1%). В то же время по данным украинской таможни, экспорт в Украины в Крым достиг 416,9 млн долл. США, а импорт – 35,2 млн. Эти данные охватывают только четыре последних месяца 2014 г., поскольку таможенное оформление грузов из Украины в Крым началось с 27 сентября 2014 года.

Таким образом, данные о поставках из Украины за четыре месяца почти в пять раз превышают весь импорт Республики Крым за девять месяцев 2014 г. Подобные расхождения можно объяснить тем, что до 1 января 2015 г. действовал особый режим ввоза товаров из Украины в Крым без обложения таможенными пошлинами и со сниженным числом проверок.

Выводы. Несмотря на многочисленные трудности переходного периода внешняя торговля РК товарами в 2014 г. сократилась незначительно, в основном за счет импорта. При этом образовалось значительное положительное сальдо. Сильно уменьшилось количество стран-партнеров, а в экспорте и импорте доминируют всего несколько товарных групп. О масштабах торговли с Украиной можно будет судить только по данным 2015 года.

СОЗДАНИЕ ОЭЗ КАК ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТРУМЕНТА ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Лавренова С.¹, Яхно Е.²

¹ студентка кафедры государственного и муниципального управления Институт экономики и управления

² студентка кафедры государственного и муниципального управления Институт экономики и управления

научный руководитель: к.э.н., доцент Вершицкий А.В.

Введение. В связи с политическими и экономическими кризисами, которые являются последствием введенных по отношению к Российской Федерации санкций, ограниченностью природных и финансовых ресурсов, трудность стоящей перед страной задачи заключается в том, чтобы уделить основное внимание в виде целенаправленной государственной поддержки тем приоритетным отраслям экономики, стратегическая значимость которых является неоспоримой. На данный момент стратегическими отраслями являются те, которые занимаются импортозамещением.

Цель исследования – изучить перспективы создания ОЭЗ в Крыму.

Правовой режим, Порядок создания, функционирования и существования особой экономической зоны регламентируется Федеральным законом № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». Согласно ст. 2 данного ФЗ особая экономическая зона определяется Правительством Российской Федерации как часть территории Российской Федерации, на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности.

Результаты исследования. В соответствии с ФКЗ №6 от 21.03.2014 (ред. от 04.11.2014) "О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя" Республика Крым начала интеграцию в российскую экономику. На данный момент Республика Крым и город федерального значения Севастополь являются СЭЗ в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 29.11.2014 № 377-ФЗ «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя».

На данном этапе развития Республики Крым и города федерального значения Севастополя как СЭЗ, в регионе происходит:

- привлечение инвестиций как иностранных, так и российских компаний (в связи с льготными налоговыми условиями);
- стимулирование развития региона (вложение средств в развитие приоритетных отраслей РК);
- развитие высокотехнологических отраслей промышленности и сферы услуг (с учетом инновационного опыта РФ);
- развитие новых субъектов предпринимательской деятельности (благодаря запуску механизма налоговых каникул);
- создание высококвалифицированных рабочих мест;
- диверсифицирование и модернизирование производства на территории РК;
- создание на базе имеющейся инфраструктуры развитую туристическую и санитарно-курортную сферу.

Как показывает мировой опыт, такой подход позволяет осуществлять догоняющее развитие территорий не только за счет прямой финансовой помощи из центра, но и путем создания действенных рыночных стимулов и механизмов инвестиционного финансирования. Потенциальная функция ОЭЗ является особенно актуальным для Крыма.

Благодаря своему географическому расположению, наличию природных ресурсов,

интеллектуальному и трудовому потенциалу, Республика Крым является экономически и инвестиционно перспективным регионом Российской Федерации. Общеизвестна ценность Крыма как международного туристического и рекреационного центра, так же в приоритете такие отрасли как виноградарство, виноделие, овощеводство, рыболовство. Промышленный сектор Крыма успешно конкурирует на рынках СНГ, Европы, Азии. Ежегодно в Крым вкладывались многомиллионные инвестиции. Положительными сторонами инвестиционной привлекательности региона являются:

- особая политическая значимость региона;
- значительный природно-рекреационный и культурно-исторический потенциал развития туристической отрасли;
- наличие потенциала для развития портового хозяйства и транспортно-логистической отрасли;

наличие ряда природных ресурсов (в т.ч. газовых на шельфе).

Выводы. На данном этапе развития Крым имеет повышенный интерес со стороны российских властей, который обуславливает перспективы значительных инвестиционных вложений. Полуостров становится окном новых возможностей для инвесторов, как РФ, так и для зарубежных.

Также следует отметить факторы, которые оказывают негативное влияние на приток иностранных инвестиций в РК. Недостатками инвестиционной привлекательности Крыма могут выступить такие факторы как:

- территориальная оторванность республики от остальной части страны, что играет особую роль в условиях внешней нестабильной политической ситуации;
- необеспеченность территории по газу, электроэнергии и воде в условиях внешней изолированности;
- высокий уровень нагрузки на трудоспособное население;

отсутствие развитых институтов привлечения инвесторов как из России так и международных.

Резюмируя все выше сказанное, можно сделать вывод, что созданная особая экономическая зона в Республике Крым в дальнейшем позволит сократить риски и повысить экономику Крыма на новую ступень инновационного и экономического развития.

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ РЕЙТИНГА ГЛАВ АДМИНИСТРАЦИЙ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Лехманик Н. О.

*студентка кафедры государственное и муниципальное управление Института экономики и
управления КФУ им. В.И.Вернадского*

научный руководитель: к.э.н., доцент Вершицкий А.В.

Введение. Республика Крым в настоящий момент является самым «молодым» и развивающимся субъектом Российской Федерации. Интеграция полуострова в Российскую систему субъектов имеет ряд специфических особенностей, что связано в первую очередь, с периодом адаптации к Российскому законодательству и политическому устройству. Данный переходный период имеет как множество недостатков, так и ряд преимуществ, которые позволяют сделать Крым объектом для воплощения смелых идей, реализации целевых программ, а так же внедрения инноваций.

Цель исследования. Изучить опыт России в системе построения рейтинга для повышения эффективности деятельности государственных служащих Крыма.

В Российской Федерации давно существует опыт оценки деятельности глав субъектов в виде «Рейтинга эффективности губернаторов. Безусловно, данная система оценки направлена на повышение качества государственного управления на уровне субъектов. При составлении данного рейтинга в РФ учитываются данные исследования «Георейтинг» Фонда «Общественное мнение», характеристики экономического положения в регионе по материалам Федеральной службы государственной статистики России, индекс медиа-эффективности, рассчитанный «Национальной службой мониторинга», экспертные оценки и показатели социального самочувствия регионов России.

При ранжировании губернаторов применяется шкала оценок от 1 до 100 баллов. Губернаторы, получившие оценку свыше 75 баллов, зачисляются в первую группу «очень высокий рейтинг», от 75 до 65 баллов – во вторую группу «высокий рейтинг», от 65 до 50 баллов – в третью группу «средний рейтинг», от 50 баллов и ниже – в четвертую группу «рейтинг ниже среднего».

Баллы зачисляются в соответствии с критериями экспертных оценок, а так же вытекают из процента «положительных» и «отрицательных» ответов на вопросы опрошенных респондентов (жителей субъектов РФ). Таким образом, рейтинг является продуктом, который в результате обработки и подведения итогов представляет собой сводную таблицу данных.

Результаты исследования. Сегодня в Крыму существует проблема отсутствия полноценной деятельности глав муниципальных образований, что проявляется в перекалывании части своих непосредственных обязанностей и полномочий на своих подчиненных и более низкие уровни управления, игнорировании потребностей населения.

Внедрение подобной системы оценки деятельности глав администраций в Республике Крым позволит повысить как общий статус региона в составе РФ, так и существенно улучшить социально-экономическую ситуацию непосредственно внутри субъекта.

Это проявляется в появлении «полезной» конкуренции среди глав администраций, что повысит уровень их активного участия в жизни своих городов. Внедрение рейтинга стимулирует аппарат управления к выработке новых программ развития городов и городских округов, так же повысит уровень и качество связи с обществом. Так же, внедрение рейтинга спровоцирует процесс усовершенствования системы местного самоуправления и координации работы между органами исполнительной власти.

В систему рейтингования глав администраций можно включить оценку по таким показателям:

- уровень взаимоотношений федеральных органов управления и органами управления на местах;
- доверие населения к главе администрации;
- создание главой администрации эффективного аппарата управления на территории муниципального образования;
- оценка медиа- эффективности главы администраций;
- социальное самочувствие значительных групп населения города;
- результативность деятельности в области социальной политики;
- результативность проведения финансовой политики;
- деятельность главы администрации по улучшению туристической привлекательности города;
- проведение активной анти- коррупционной политики в городе;
- состояние инфраструктуры, социально-значимых, а так же культурно-значимых объектов муниципального образования;
- экологическая ситуация в городе - проведение субботников, налаженность системы утилизации отходов и реконструкция городских объектов и зданий;
- скорость и эффективность реагирования на обращения, предложения, жалобы жителей муниципального образования;

Выводы. Крым сегодня нуждается в полном реформировании «устаревших» систем управления и нуждается в современных инновационных подходах к развитию. Процесс внедрения рейтинга будет способствовать улучшению общего социально-экономического состояния полуострова, а так же позволит быстро стимулировать и мотивировать глав муниципальных образований к повышению эффективности управления.

КРЫМ КАК ОЭЗ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТИПА В СОСТАВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Литвин Ю.А.¹, Лехманик Н.О.²

¹ студентка кафедры государственного и муниципального управления Институт экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

² студентка кафедры государственного и муниципального управления Институт экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

научный руководитель: к.э.н., доцент Вершицкий А.В.

Введение. В Российской Федерации давно существует практика формирования Особых экономических зон, которые в первую очередь ставят для себя целью развитие высокотехнологичных отраслей экономики, импортозамещающих производств, туризма и санаторно-курортной сферы, разработка и производство новых видов продукции, расширение транспортно - логистической системы.

Целью данной работы является определение необходимости создания туристических кластеров на основе туристско-рекреационной зоны Республики Крым.

В соответствии с ФЗ №116"Об особых экономических зонах в Российской Федерации" от 22.07.2005:

Результаты исследования. Особая экономическая зона - часть территории Российской Федерации, которая определяется Правительством Российской Федерации и на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности, а также может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны. С 8 июля 2006 года вступили в силу изменения в Федеральный закон от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в РФ». К двум прежним экономическим зонам – промышленно-производственным и технико-внедренческим – добавились туристско-рекреационные, основная цель появления которых – стремление государства к развитию туризма и санаторно-курортной сферы.

С 1 января 2015 года вступил в силу закон «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне», подписанный президентом Российской Федерации В.В.Путиным 29 ноября 2014 года [3]. Однако, в данном законе не совсем учтена специфика Крыма- туристская направленность. Поэтому, тема нашей работы является актуальной.

В Крыму планируется создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа, что обусловлено выгодным географическим положением, климатическими условиями. В связи с этим был издан Закон Республики Крым «О туристской деятельности в Республике Крым» 30 июля 2014 года, в частности нами выделены основные принципы и цели регулирования туристской деятельности в Республике Крым. В соответствии с Законом Республики Крым от 30 июля 2014 года №51 "О туристской деятельности в Республике Крым":

Туристский кластер - сконцентрированная на ограниченной территории Республики Крым группа взаимосвязанных предприятий, учреждений, организаций: туроператоров, турагентов, средств размещения, объектов экскурсионного показа, поставщиков туристских услуг, транспортных компаний, инфраструктуры; высших учебных заведений и других организаций, взаимодополняющих друг друга в сфере туризма. Кластеры создаются в

различных зонах полуострова с учетом исторических, географических и культурных особенностей каждого региона и рассчитаны на развитие индустрии отдыха: от археологической и экскурсионной деятельности до экстремального отдыха, в том числе и в зимнее время года.

По данным информационного центра Министерства курортов и туризма Республики Крым, проект Федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя до 2020 года» рассмотрен и одобрен на заседании Правительства Российской Федерации и утвержден Постановлением от 11 августа 2014 года № 790. В Программу вошли мероприятия по созданию инфраструктуры для развития шести туристско-рекреационных кластеров на территории Республики Крым. (Таб.1)

Таблица 1

Создание кластеров на территории Республики Крым

Расположение	Название	Объем финансирования из Федерального бюджета, млрд. руб	Объем финансирования из Федерального бюджета в т.ч. на 2015г, млрд.руб	Приоритетные направления развития
Г.Евпатория	«Евпатория-всероссийская детская здравница»	14,5	1	семейный отдых; детские лечебно-оздоровительные комплексы; развитие педиатрии; создание центров раннего физического и интеллектуального развития детей.
Г.Саки	«Целебные сакские грязи»	3,5	0,412	круглогодичное санаторно-курортное лечение.
Ленинский район, с. Курортное	«Зона абсолютного здоровья»	1,6	0,112	санаторий с бальнеолечебницей, гидрогеологической режимно-эксплуатационной станцией по добыче грязи; мониторингу ее состояния и обеспечению режима охраны. создание археологического парка.
Бахчисарайский район	«горы здоровья и море впечатлений»	0,270	0,135	горно-лыжный, круглогодичный туристический комплекс с сетью канатных дорог.
Черноморский район	«Тарханкут-территория»	1,1	-	экстремальные виды туризма, археологический, сельский, автотуризм.

	позитива и свободног о экстрима»			Создание 4 зон: оздоровления, «EXTREME-центр туризма», автотуризма и караванинга, археологического туризма.
П.Коктебель	«Страна легенд, вина и солнца»	7	0,390	развитие активных видов туризма; создание Центра развития воздухоплавания, поля для гольфа, организацию яхтенной марины в Двужорной бухте.

Выводы. Кластеры будут реализовываться в период с 2015 по 2020 гг. Общий объём финансирования создания кластеров на территории Республики Крым из федерального бюджета составляет 28 160,7 млрд. руб. Средства будут направлены на проведение работ по созданию сопутствующей инженерной инфраструктуры на территории каждого ТРК. Также реализация кластеров предполагает строительство объектов туристской инфраструктуры за счет средств инвесторов.

ХОЛДИНГОВЫЕ КОПАНИИ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ: ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИМИ

Майданевич Ю.П.

д.э.н., профессор кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

Сельское хозяйство является одной из наиболее активно и успешно развивающихся отраслей российской экономики. На современном этапе развития экономики среди путей решения экономических проблем АПК самую большую актуальность приобретает развитие интеграционных процессов, как одного из ведущих факторов дальнейшего прогресса в развитии продуктивных сил и совершенствовании производственных отношений.

Развитие интеграционных процессов, создание агропромышленных объединений и усовершенствование организационно-экономических отношений между субъектами интеграции являются наиболее необходимыми, объективными и закономерными процессами и явлениями современного общественного производства и важным институциональным элементом экономической системы. Создание интегрированных агропромышленных формирований, организационно и экономически соединяющих процессы производства, переработки и реализации продукции, позволяет согласовать между собой осуществляемые в этой цепи организационно-экономические и научно-технические меры, расширять необходимую для устойчивого развития АПК финансовую базу за счет повышения эффективности производства и увеличения доли доходов сельскохозяйственных товаропроизводителей.

На современном этапе развития российской экономики одним из направлений структурной трансформации предприятий является формирование холдинговых структур. Организация холдинговой структуры предусматривает передачу во владение главной организации контрольных пакетов акций других предприятий, что обеспечивает возможность контроля и управление ими.

Холдинг имеет право согласно действующему законодательству осуществлять инвестиционную деятельность, в том числе покупать и продавать любые ценные бумаги, в том числе акции, внесенные комитетом по управлению имуществом в счет оплаты взноса уставного капитала холдинга при его создании. Независимо от размера пакета акций, который принадлежит холдингу, дочернему предприятию запрещено владеть акциями холдинга, в том числе как залог и траст (доверительная собственность).

В международной практике холдинговые компании разделяют на:

- 1) чистые - выполняют только контрольные функции;
- 2) смешанные - функции контроля дополняются другими видами деятельности: производство, маркетинг, доставка готовой продукции).

С точки зрения управления, контроля, главное преимущество холдингового образования состоит в формировании системы участия, что предоставляет возможность руководить формально независимыми предприятиями. Последние наделены капиталами, превышающими капитал холдинговой компании. Владение контрольным пакетом акций предоставляет возможность руководству холдинговой компании формировать состав правления зависимого предприятия, совет директоров, контролирующий совет. Такие права не всегда являются афишированными. Формально деятельность холдинговой компании может предусматривать только управление пакетами акций и получение дивидендов. Реальная власть голосующих акций имеет значение при возникновении конфликтов интересов.

Руководство холдинговой компании, как правило, заинтересовано в уменьшении размера контрольного пакета акций, поэтому оно вводит распределение акций дочернего предприятия на простые (с правом голоса) и привилегированные (без голоса). То есть владение незначительным количеством простых акций предоставляет возможность руководить большими фирмами.

Несмотря на структуру компании, если деятельность холдинговой компании продуктивная, то она распространяет свое влияние на другие фирмы (производственные, торговые, финансовые), открывает филиалы и представительства за границей.

Организация холдинговой компании предоставляет возможность реализовывать единую производственную, технологическую, инвестиционную и сбытовую политику в масштабах хозяйственного объединения в целом, достигать координированности финансовых и материальных потоков. Большое значение приобретает вопрос относительно распределения ответственности и механизма принятия решений.

Согласно одного из подходов подразделения холдинговой компании должны быть наделены правом на «собственный бизнес», то есть автономно принимать решения, нести ответственность и поощряться в зависимости от результатов деятельности. Фирмы промышленно-развитых стран прошли этап твердой централизации и «командного» стиля управления. Российские предприниматели избегают «отпускать от себя» любую часть своего предприятия. Вместе с тем возможность организации надежного контроля или даже прямого управления ими часто недооцениваются. В отечественном законодательстве есть все необходимые для этого правовые нормы (при этом дочерние фирмы формально остаются самостоятельными юридическими лицами).

На современном этапе развития российской экономики, более продуктивным для холдинговых компаний будет комбинированный подход, когда компетенция управленческих органов дочерних компаний строго определена стратегией руководства компании-владельца, организационно-правовые методы содействуют ограничению правомочия дочерних фирм.

Таким образом, уровни централизации (децентрализации) управления холдинговых компаний должны гибко регулироваться в зависимости от конкретной ситуации и политики компании, что даст возможность своевременно принимать управленческие решения и эффективно осуществлять свою деятельность.

РОЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРА РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Онищенко К.Н.

*д.э.н., профессор кафедры Менеджмента устойчивого развития
Института экономики и управления*

Онищенко С.К.

*к.э.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления
Института экономики и управления*

Важным фактором установления приоритетов в агропромышленном комплексе Республики Крым является социально-экономический статус региона, в котором он функционирует. Крымский полуостров по своим природно-климатическим условиям является особым регионом. Сочетание морского, горно-лесного и степного климата, наличие рапных озер, лечебных грязей и минеральных лечебных вод формирует на его территории уникальные бальнеоклиматические условия, благотворно действующие на организм человека. Приезжая в Крым, люди получают лечение от многих болезней и в короткий срок восстанавливают на отдыхе свои силы и трудоспособность. Поэтому, не промышленное производство, не нефтяные терминалы и морские порты, а кластер рекреации и туризма должен стать основой хозяйственной структуры Республики Крым. Туризм и рекреация, благодаря своей уникальности, во всем мире считаются наиболее экономически эффективными, а страны, где они развиты, являются наиболее материально благополучными – Испания, Португалия, Франция, Италия, и т. д.

Использование Крыма как рекреационной зоны началось в первые годы XX столетия, но, учитывая экономический уровень России того времени, количество отдыхающих было весьма ограниченным. Курортно-санаторный бум в Крыму начался в 70-е годы XX века, когда количество отдыхающих достигло 3 – 4 млн. человек в год. В 80-х годах в Крым на отдых и лечение ежегодно приезжало 8 – 10 млн. человек.

Нужно отметить, что и эти цифры не исчерпывают полностью рекреационный потенциал полуострова. По имеющимся прогнозам специалистов, при оптимизации всех условий – социальных, экономических, политических и т. д. – Крым может ежегодно принимать на отдых и лечение до 10 – 12 млн. человек. Совершенно очевидно, что этот потенциал может быть более успешно освоен после вхождения Республики Крым в состав Российской Федерации.

Кластер рекреации и туризма должен стать основным источником доходов экономики Республики Крым. Благополучие Крыма будет так же определяться связями полуострова с Белоруссией, Казахстаном, странами Восточной и Северной Европы.

Совершенно очевидно, что полноценный отдых и эффективное лечение, несмотря на уникальный климат, теплое и ласковое море, невозможны без соответствующего «курортного» южного питания, в основе которого должны быть диетические, экологически чистые продукты – молоко, яйца и очень много овощей, фруктов, винограда, ягод и, конечно же, крымские вина. Все эти продукты нужно производить в Крыму, так как все они являются плохо транспортабельными объектами.

Необходимо особенно подчеркнуть, что стратегия ориентирования агропромышленного комплекса на максимально возможное удовлетворение потребности населения и отдыхающих в диетических продуктах питания выгодно не только кластеру рекреации и туризма, но, главным образом, и сельскохозяйственному производству Крыма. С одной стороны, это обеспечивает надежный сбыт произведенной продукции на месте без поисков рынка сбыта, без длительных перевозок, что является важнейшим условием всякого рыночного производства, с другой стороны, гарантированную оплату труда сельских

тружеников. В связи с вышеизложенным, к числу приоритетных отраслей следует отнести специфические южные растениеводческие – овощеводство, плодоводство, виноградарство, и животноводческие, – молочное скотоводство и яичное птицеводство.

Приоритетность этих отраслей объясняется не адаптивностью их к крымским условиям, а плохой транспортабельностью их продукции – молока, молочных продуктов, диетического яйца, которая нужна каждый день в свежем виде. Проблема бесперебойного снабжения продуктами питания отдыхающих и населения Крыма имеет самое серьезное значение.

Проблема устойчивости сельскохозяйственного производства определяется не только установлением приоритетности отраслей и их сочетанием между собой, но и подбором внутри каждой из них адаптивных к крымским условиям культур, сортов, пород животных. В связи с этим, необходимо пересмотреть имеющиеся структуры посевных площадей, сделав главный акцент на культуры, сорта которых в меньшей степени страдают от главного неблагоприятного фактора Крыма – от засушливого климата и высоких температур в период вегетации.

Говоря об адаптивности сельскохозяйственных культур к условиям полуострова, нельзя забывать еще об одном важном обстоятельстве. В Крыму нужно выращивать культуры и сорта, имеющие повышенные иммунные способности в противостоянии их болезням и вредителям. Это важное требование обуславливается необходимостью снижения отрицательного воздействия химических веществ, применяющихся против различных многочисленных инфекций и вредителей.

Еще одним критерием определения приоритетности отраслей сельскохозяйственного производства в Крыму является качество производимой ими продукции. При этом имеется в виду, что речь идет о тех его показателях, которые формируются не столько под влиянием технологии производства, сколько под влиянием природных условий произрастания той или иной культуры, то есть и здесь должен быть использован уникальный биопотенциал Крымского полуострова.

Следующим важным фактором, определяющим приоритетность отраслей АПК в условиях рыночных отношений, является экономический критерий. В связи с этим в Крыму должна получить энергичное развитие отрасль хранения и переработки сельскохозяйственной продукции. Главная задача этой отрасли – повысить уровень экономической эффективности реализации уникальных почвенно-климатических условий Крымского полуострова. Развитие предприятий хранения и переработки сельскохозяйственной продукции непосредственно в местах ее выращивания позволит перераспределить долю прибыли от ее продажи в пользу производителя. Производство овощных и особенно фруктовых консервов, марочных и шампанских вин, эфирных масел, и т. д. возможно непосредственно предприятиями АПК. На эту продукцию в обозримом будущем по мере роста благосостояния населения будет постоянный и увеличивающийся спрос. Развитие этой отрасли – строительство новых современных предприятий, реконструкция существующих консервных и перерабатывающих цехов и заводов с целью увеличения производства и повышения качества производимой продукции, приближения ее к мировым стандартам – будет способствовать укреплению финансового положения Крыма. Кроме того, создаст условия для роста материального благосостояния его жителей и снижения уровня социальной напряженности, так как в аграрной отрасли, в сельской местности будут организованы новые рабочие места.

Есть еще одно обстоятельство, которое нужно обязательно учитывать при определении приоритетов и направлений развития агропромышленного комплекса Крыма. Это обстоятельство определяется не только необходимостью сохранения, но и восстановления уже нарушенного и утраченного рекреационного потенциала полуострова. В связи с этим, наряду с приоритетными отраслями, нужно активно содействовать (через государственные программы) развитию тех отраслей аграрного сектора, которые не только не наносят ущерба окружающей среде, но и эффективно способствуют улучшению экологической обстановки в

Крым – полевое травосеяние, степное лесоразведение, посадка лесополос, шелководство, пчеловодство, прудовое рыбоводство и т. д. И, наоборот, всячески сдерживать развитие отраслей, предприятий, деятельность которых отрицательно сказывается на природе Крыма, снижает его рекреационный потенциал – строительство крупных промышленных предприятий, транспортных узлов, нефтяных терминалов и т.д.

ФАКТОРЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В КРЫМСКУЮ СЭЗ

Проскуровская А. С.,

студентка кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и управления

научный руководитель: старший преподаватель Вольская Г.К.

Введение. С 1 января 2015 года вступил в силу федеральный закон от 29.11.2014 №377-ФЗ «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя». Данный закон создан для обеспечения социально-экономического развития региона, привлечения инвестиций, в том числе и иностранных, в развитие таких отраслей, как туризм и сельское хозяйство, развитие санаторно-курортной сферы, транспортной инфраструктуры, создание новых производств, а также повышение уровня и качества жизни крымчан.

Целью данного исследования является изучение факторов, способствующих привлечению иностранных инвестиций в Крымскую свободную экономическую зону (СЭЗ).

Задачи:

- дать определение понятию «свободная экономическая зона»;
- дать общую характеристику Крымской СЭЗ;
- определить основные факторы, привлекающие к СЭЗ иностранных инвесторов;
- изучить влияние иностранных инвестиций на развитие экономики Республики Крым.

Результаты исследования. Свободная экономическая зона – территория Республики Крым и города федерального значения Севастополя, на которых действует особый режим осуществления предпринимательской и иной деятельности, а также применяется таможенная процедура свободной таможенной зоны.

Крымская СЭЗ создана на 25 лет, с возможностью продления режима. Чтобы получить статус участника СЭЗ необходимо быть зарегистрированным на территории Республики Крым или города федерального значения Севастополя, состоять на учете в налоговом органе и подать в Министерство экономического развития Республики Крым необходимые документы, в том числе и инвестиционную декларацию. Объем капитальных вложений в течение первых трех лет должен быть:

а) не менее 3 млн. рублей для лиц, являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства;

б) не менее 30 млн. рублей для иных лиц.

Создание свободной экономической зоны на территории Республики Крым и города федерального значения Севастополя служит эффективным способом привлечения иностранных инвестиций, а также способствует развитию внешнеэкономических связей региона.

Рассмотрим основные факторы, которые, по нашему мнению, могут привлечь иностранных инвесторов в СЭЗ. Прежде всего, это особый режим налогообложения, гарантии неизменности нормативной базы, упрощенные бюрократические процедуры, особенности осуществления градостроительной деятельности, а также, что немаловажно, упрощенный порядок оформления виз.

Для участников Крымской СЭЗ предусмотрены следующие налоговые льготы:

- устанавливается нулевая ставка на 10 лет налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в федеральный бюджет.

- установлены следующие ставки налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в бюджет Республики Крым:

1) в течение 3-х лет с момента внесения в реестр – 2%;

2) с 4 по 8 годы – 6%;

3) с 9 года – 13,5%;

- на 10 лет организации освобождены от уплаты налога на имущество;

- освобождены от уплаты земельного налога организации-участницы СЭЗ – в отношении земельных участков, расположенных на территории СЭЗ и используемых в целях осуществления деятельности в СЭЗ, на 3 года с месяца возникновения права собственности на каждый земельный участок;

- возможность применения ускоренной амортизации с коэффициентом 2 в отношении собственных амортизируемых основных средств;

- 7,6% составляют тарифы страховых взносов.

Для въезда в Республику Крым и город федерального значения Севастополь иностранных инвесторов устанавливается упрощенный порядок оформления виз, который предусматривает возможность их оформления непосредственно в пункте пропуска через Государственную границу Российской Федерации.

В статье 17 федерального закона «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» описаны особенности осуществления градостроительной деятельности и землепользования при размещении объектов, необходимых для реализации участниками СЭЗ инвестиционных проектов. Важным моментом является то, что земельные участки, находящиеся в госсобственности предоставляются участнику СЭЗ в аренду без торгов на срок, необходимый для реализации участником СЭЗ договора об условиях деятельности в СЭЗ.

Ключевым моментом остается заинтересованность местной власти Республики Крым в СЭЗ, что позволяет минимизировать бюрократические процедуры, ускорить процесс принятия решений и приспособить Крымскую СЭЗ к изменчивой конъюнктуре мирового рынка.

Стоит отметить, что, несмотря на санкции в отношении Крыма, за два месяца существования Крымской СЭЗ, уже отмечен повышенный интерес со стороны инвесторов, в том числе и иностранных, которые готовы работать в ней через аффилированные структуры. Заинтересованность проявляют бизнесмены из Турции, Китая, Индии, Израиля, Балканских стран и стран западной Европы: Греции, Франции, Германии. Так, Глава Республики Крым, Сергей Аксёнов, отметил, что уже были предложены более 250 инвестиционных проектов для реализации в СЭЗ Крыма, 50 из которых будут реализованы, а четыре крупных проекта уже в процессе реализации.

Выводы. Иностранные инвестиции могут оказать на экономику Крыма как прямое, так и косвенное благоприятное влияние. Это улучшение имиджа региона, создание новых рабочих мест, привлечение новых технологий, увеличение экспорта, высокие темпы развития региона, отчисления в бюджет. По оценкам экспертов, СЭЗ в Крыму позволит за несколько лет восстановить изношенную инфраструктуру и производство, а также вернуть полуострову статус одного из лучших мировых курортов.

ФАКТОРЫ ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ КУРОРТНОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Прусак В.В.

студентка кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и управления

научный руководитель: к.и.н., доцент Твердохлебов Н.И.

Введение. Основой для развития туризма в Крымском регионе является особое географическое положение, разнообразный климат и огромный природный потенциал. Несмотря на уникальную природу и богатое историческое наследие существует большое количество серьезных нерешенных проблем, которые сказываются на качестве крымского санаторно-курортного продукта и тормозят дальнейшее развитие индустрии отдыха.

Цель исследования – изучение основных факторов, влияющих на развитие курортного сектора Республики Крым.

Задачи исследования: проанализировать реализацию Федеральной программы социально-экономического развития Республики Крым; определить основные факторы, влияющие на проведение курортного сезона 2015 года.

Результаты исследования. По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым количество туристов посетивших регионов 2014 году составило 3,8млн человек. Снижение турпотока по сравнению с 2013 годом (5,7 млн человек) – 33,3%. Больше всего туристов с начала года отдохнуло в Ялтинском регионе – 39% всех отдохнувших за год, Алуштинском регионе – 17%, Евпаторийском регионе – 16%, Судакско-Феодосийском – 9%, Сакском – 7%, в Бахчисарайском районе – 4%, в г. Керчи, в Ленинском и Симферопольском районах – по 2% в каждом, в Черноморском и Раздольненском регионах – по 1%. Впервые за 23 года в IV квартале 2014 года работающие здравницы были заполнены на 100%.

Поступления в бюджет от туристической отрасли за 2014 год составили 1 млрд 697 млн руб. Расходы туристов на отдых в Крыму: 60% - проживание и питание, 10% - промтовары и сувениры, 30% - сфера услуг. Общий доход региона от туризма за 2014 год составил 107 млрд рублей.

Правительство Республики Крым успешно модернизирует туристическую отрасль в рамках Федеральной программы развития полуострова. Обеспечено участие Крыма в международных специализированных туристических выставках, ярмарках, фестивалях и других международных мероприятиях, проведен Workshop «Крым. Курорты. Туризм. Перегрузка» для туроператоров и турагентов регионов России, идёт разработка тура «Золотое кольцо Юга России» и других программ. Крупная туристическая компания «PegasTouristik» начинает активное сотрудничество с Крымом и открывает региональное отделение. Развёрнута полномасштабная реконструкция аэропорта в г. Симферополь и Керченской переправы, началось строительство моста через Керченский пролив.

По данным Министерства туризма и курортов Крыма за январь-апрель 2015 года полуостров посетило 387,4 тыс. туристов. При этом средняя заполняемость работающих санаторно-курортных и гостиничных учреждений за январь-апрель 2015 года составила 23%, в том числе на новогодние праздники – 30% (отдельные объекты были загружены на 80-100%).

В регионе проявляются различные факторы, влияющие на проведения курортного сезона 2015 года. Из негативных можно выделить отсутствие железнодорожного сообщения с Украиной, которое было прервано в декабре 2014 года. Также санкции, введенные Евросоюзом и США, не позволяют зарубежным туристам приезжать в Крым на отдых.

Водная блокада Крыма со стороны Украины не будет являться помехой предстоящему курортному сезону. Проблема с поставками электричества из Украины на полуостров была решена, поэтому проблем со светом в период курортного сезона быть не должно. Автомобильное сообщение между полуостровом и материком осуществляется

беспрепятственно, поэтому туристы из Украины, путешествующие на своих автомобилях, смогут комфортно приехать на отдых в Крым.

Железнодорожное сообщение Крыма с Россией, как и в 2014 году, станет осуществляться через Керченскую паромную переправу. Главная проблема такого рода переправы – это ограничение пассажиропотока. Поэтому сейчас идёт активная разработка увеличения потока автомобилей и пассажиров. Авиация является наиболее быстрым и комфортным видом транспорта, с помощью которого отдыхающие могут прибыть в Крым и улететь обратно. В 2015 году возобновилась работа служб предоставляющих отдых по «единому билету», что облегчит поездку и привлечёт туристов в Крым.

К позитивным факторам можно отнести рост курса доллара к рублю, что снизило спрос на зарубежный отдых, поэтому в 2015 году следует ожидать увеличения внутрироссийского турпотока, важное место в котором может занять Крым.

Выводы. Подводя итог можно отметить, что в непростой экономической ситуации Крым имеет хорошие перспективы развития курортной сферы благодаря повышению уровня предоставляемого сервиса, финансированию государственными органами туристической отрасли, активной рекламы в российских регионах. Решена водная и энергетическая проблемы Крыма, проводятся мероприятия по решению транспортного вопроса. Благодаря проведённой работе, полуостров имеет все шансы стать круглогодичным курортом, привлекающим всё больше туристов в индустрию отдыха Республики Крым.

ОРГАНИЗАЦИЯ БИРЖЕВЫХ ТОРГОВ НА САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОВАРНО-СЫРЬЕВОЙ БИРЖЕ

Солопенко А.,

*студент кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и
управления*

научный руководитель: старший преподаватель Вольская Г.К.

Для формирования организованного товарного рынка в России, дальнейшего развития рыночного ценообразования и создания объективных рыночных индикаторов по наиболее значимым сырьевым товарам Правительством РФ было принято решение о создании современной биржевой площадки.

В мае 2008 года зарегистрировано Закрытое акционерное общество «Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа», получившее в июне 2008 года лицензию ФСФР России на организацию биржевой торговли. 23 сентября 2008 г. на СПБМТСБ состоялись первые торги дизельным топливом и авиакеросином в секции «Нефтепродукты».

Сегодня «Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа» (СПБМТСБ) является крупнейшей товарной биржей России.

Биржей создан удобный, надежный и прозрачный механизм торговли на основе современной программно-технической платформы. Электронная торговая система СПБМТСБ – это комфортный удаленный доступ через Интернет ко всем биржевым рынкам и сопутствующим сервисам для участников торгов. Гарантии финансового контроля исполнения сделок и поставки товара по итогам торгов обеспечиваются современными механизмами риск-менеджмента и расчетов, отвечающими международным стандартам.

СПБМТСБ организует биржевые торги реальным товаром и срочными контрактами.

На спот-рынке нефтепродуктов СПБМТСБ организованы торги по всем основным группам нефтепродуктов с широкой географией базисов поставки и едиными стандартами работы для всех участников.

На срочном рынке СПБМТСБ обращаются поставочные фьючерсные контракты на летнее дизельное топливо с отгрузкой с нефтеперерабатывающих заводов Центрального Федерального округа.

Основной целью СПБМТСБ является создание организованного товарного рынка и понятного и прозрачного механизма формирования справедливых цен на основные сырьевые товары, производимые в Российской Федерации и странах СНГ.

Членами биржи, секции или временными членами, а также посетителями торгов могут быть юридические лица и индивидуальные предприниматели, созданные в соответствии с законодательством РФ.

Для приобретения одного из вышеперечисленных статусов необходимо:

- ознакомиться с Правилами допуска к участию в организованных торгах Закрытого акционерного общества «Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа», утверждены Советом директоров ЗАО «СПБМТСБ» 18.07.2013 (Протокол №66) с изменениями и дополнениями от 08.08.2013 (Протокол №67, далее – Правила допуска), которыми определяется порядок приема Заявителей в Члены Биржи/Члены Секции / Временные Члены Секции / Посетители торгов, а также требования, предъявляемые к Заявителям;

- подать заявление (Приложение 1 к Правилам допуска, в зависимости от выбранного статуса), оформленное на бланке организации;

- оформить и представить необходимый для приема в Члены Биржи / Члены Секции / Временные Члены Секции / Посетители торгов комплект документов в соответствии с разделом 6 Правил допуска, в том числе Регистрационную карточку, согласие на обработку персональных данных на руководителя, уполномоченных лиц, действующих по доверенности.

В случае принятия уполномоченным органом ЗАО «СПБМТСБ» положительного решения по вопросу о предоставлении выбранного статуса, Заявитель обязан заключить:

Договор об оказании услуг по проведению организованных торгов,

Договор об обеспечении технического доступа к программно-техническому комплексу ЗАО «СПБМТСБ» и осуществить платеж за право участия в организованных торгах.

С октября 2012 года начались торги новой линейкой расчетных фьючерсных контрактов на индексы нефтепродуктов ЗАО «СПБМТСБ»: на летнее дизельное топливо, бензин, мазут и авиатопливо. Биржа постоянно работает над расширением списка базисов поставки и запуском новых поставочных и расчетных контрактов на основные виды нефтепродуктов и иные активы.

На основе сделок, заключенных в ходе биржевых торгов, СПБМТСБ осуществляет ежедневный расчет и публикацию значений индексов, охватывающих весь спектр нефтепродуктов: Регуляр-92; Премиум-95; ДТ Летнее; ДТ Межсезонное; ДТ Зимнее; ТС (РТ); Мазут.

Наряду с биржевыми индексами Биржа осуществляет регистрацию внебиржевых сделок на внутреннем рынке нефтепродуктов РФ. Информация о ценах на основные группы нефтепродуктов, формируемых на внебиржевом рынке, представлена в открытом доступе на сайте СПБМТСБ и включает в себя агрегированные показатели по 9 основным товарным группам: Нормаль-80, Регуляр-92, Премиум-95, ДТ Межсезон, ДТ Зимнее, ДТ Летнее, Мазут, Топливо для реактивных двигателей (ТС/РТ), Топливо маловязкое судовое.

Формирование общепризнанных российских индикаторов и развитие срочного товарного рынка уже сейчас дает возможность компаниям–производителям и потребителям нефтепродуктов эффективно хеджировать ценовые риски и реализовывать долгосрочные стратегии планирования производственной и торговой деятельности.

Сформированные на ликвидном и прозрачном биржевом рынке цены признаются рыночными налоговым, антимонопольным и биржевым законодательством.

РЕЙТИНГОВЫЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ СТРАНОВЫХ РИСКОВ

Твердохлебов Н. И.

*к.и.н., доцент кафедры Менеджмента устойчивого развития
Института экономики и управления*

Страновой риск представляет собой интегральный показатель, позволяющий оценить способность экономических субъектов страны, включая правительство, отвечать по своим внешним обязательствам. В настоящее время многочисленными агентствами, международными организациями, частными фондами и периодическими изданиями применяется несколько десятков методик (моделей) оценки страновых рисков и регулярно публикуются результаты исследований в виде рейтингов. Содержание параметров определяется их источниками (экспертные суждения или статистические данные), различаются качественный (экспертный) и количественный (статистический) методологические подходы оценки. Форма параметров обусловлена их назначением (специфические или универсальные), различает аналитическое (параметры, характерные для конкретной страны) и сравнительное (универсальные параметры, позволяющие сравнивать множество стран) представление результатов оценки.

Основное преимущество комбинированных методов – возможность многогранной оценки, основанной на качественных и количественных показателях. Комбинированный подход положен в основу большинства современных методик оценки страновых рисков. Как правило, эти методики дают результаты в сравнительном представлении (чаще всего – в виде международных рейтингов). В настоящее время насчитывают в мире 130-150 рейтинговых служб, среди которых выделяются 10 наиболее авторитетных: консалтинговые компании Business Environment Risk Intelligence S.A. (BERI, Фрайди-Харбор, шт. Вашингтон, США) и S.J. Rundt & Associates, Inc. (Монтклер, шт. Нью-Джерси, США) – первые в мире учреждения, специализирующиеся на оценке страновых рисков; периодические издания «Euromoney» (Лондон, Великобритания), «Economist Intelligence Unit» (Лондон, Великобритания) и «Institutional Investor» (Нью-Йорк, США); International Country Risk Guide и Political Risk Services – продукты компании The PRS Group, Inc. (Сиракьюс, шт. Нью-Йорк, США); Главное отличие между различными рейтинговыми системами заключается в наборах параметров, используемых при оценке страновых рисков.

Soface Group – мировой лидер в сфере кредитного страхования, предлагает компаниям в разных странах решения по защите от рисков финансовых неплатежей их клиентов, как на внутреннем рынке, так и при экспорте. В Российской Федерации она работает с 1992 года, имея подразделения в Москве и Санкт-Петербурге. Ежеквартально Soface публикует в открытом доступе оценки страновых рисков по 160 странам, основанные на знании практики платежей компаний и на результатах экспертиз 250 андеррайтеров в разных странах мира. Для определения странового риска Soface объединяет экономические, финансовые и политические прогнозы по стране, опыт Soface в области платёжеспособности компаний в разных странах и оценку деловой конъюнктуры. Итоговая оценка определяется по шкале из 7 уровней, обозначенных символами. По мере возрастания риска, они оцениваются как A1, A2, A3, A4, B, C и D.

В рейтинге на 1 сентября 2015 г. Россия помещена в группу стран с оценкой странового риска C, наряду с такими странами как Казахстан, Азербайджан, Греция и Сербия. Такая оценка подразумевает «очень нестабильную политическую и экономическую ситуацию, а также условия предпринимательской деятельности, подверженные влиянию большого количества негативных факторов, с высокой вероятностью корпоративного дефолта». Подобная характеристика вполне подходит для Греции, но в отношении России выглядит явно заниженной. Такую же неадекватную оценку дает страновому риску России британский журнал «Euromoney», который также помещает нашу страну в группу стран с высоким

риском. Всего шкала оценки «Euromoney» содержит пять уровней – очень низкий риск, низкий, умеренный, высокий и очень высокий.

Подобный субъективный подход характерен и для других рейтинговых служб западных стран. Для сравнения можно привести оценку суверенного риска, то есть риска исполнения правительством страны финансовых обязательств в иностранной валюте, китайского рейтингового агентства Dagong Global Credit. Оно дает России весьма высокую оценку А наряду с Францией, Польшей и Эстонией (высшая оценка AAA).

Для противодействия политической ангажированности западных рейтинговых служб в последние годы возникли международные проекты, в том числе с участием российских компаний.. В 2013 г. было объявлено о создании Dagong Global Credit совместно с американской Egan Jones Rating и российской Рус-Рейтинг международного рейтингового агентства Universal Credit Rating Group со штаб-квартирой в Гонконге. Первые рейтинги новое агентство должно опубликовать в 2015 г. Появление нового игрока на этом рынке с участием компаний из России и Китая позволит повысить конкуренцию и будет способствовать более взвешенному подходу, в том числе в оценке страновых рисков.

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В РЕГИОНЕ

(наименование секции)

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА: СПОСОБЫ ПОДДЕРЖКИ (ПРИМЕР Г.О. ФЕОДОСИЯ)

Буркальцева Д.Д.

*профессор кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и
управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И.Вернадского»,
д.э.н., доцент*

Введение. Неотъемлемыми структурными элементами современной экономики, играющими в ней значимую роль, являются субъекты малого и среднего предпринимательства. Где малый и средний бизнес – это самостоятельные важнейшие сектора экономики с присущими им специфическими закономерностями и тенденциями развития. Каждый из них вносит свой вклад в социально-экономическое развитие государства, региона, местности. Для **малого бизнеса** характерна региональная направленность и ориентация на потребности и возможности местного рынка. Темпы развития малого бизнеса в регионе влияют на степень достижения социальных целей: формирование среднего класса, создание новых рабочих мест, снижение уровня безработицы, социальной напряженности и экономического неравенства. **Средний бизнес** – наиболее динамично развивающийся сектор национальной экономики, является важным фактором экономического роста и стабильности. Не менее важны для экономического развития растущие малые предприятия, имеющие перспективу совершить качественный переход в сектор среднего бизнеса.

Результаты исследований. В целях выявления наиболее проблемных моментов и оказания информационной поддержки в сфере ведения предпринимательской деятельности на сайте Минэкономразвития России открыт прием вопросов от граждан, проживающих в Республике Крым и городе Севастополе. Чтобы отправить свой вопрос, необходимо заполнить форму. Предлагают ответы на часто задаваемые вопросы в денежно-кредитной сфере, по налогообложению и бухгалтерскому учету.

Какой порядок перехода с гривны на российский рубль предусмотрен при ведении налогового и бухгалтерского учета?

В соответствии со статьей 16 Федерального конституционного закона от 21 марта 2014 г. № 6-ФКЗ «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя» на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя после 1 июня 2014 г. для расчета в гривнах применяется правовой режим законодательства Российской Федерации, установленный для осуществления расчетов в иностранной валюте.

По вопросам пересчета организациями данных бухгалтерского учета, выраженных в гривнах, в валюту Российской Федерации Минфином России подготовлено информационное письмо, размещенное на официальном сайте Минфина России в сети Интернет.

Что касается отражения в налоговом учете организаций, сведения о которых внесены в Российский Единый государственный реестр юридических лиц, курсовой разницы по остаткам средств на банковских счетах, выраженных в гривнах, а также отражения в

налоговом учете операций по приобретению (продаже) товаров, работ, услуг, стоимость которых выражена в гривнах, то из совокупности норм вышеуказанных нормативных правовых актов, налоговый учет данных операций после проведения переоценки производится в порядке, установленном главой 25 Налогового кодекса Российской Федерации.

До проведения вышеуказанной переоценки курсовой разницы не возникает.

Какие ставки по специальным налоговым режимам действуют на территории Республики Крым и г. Севастополя?

На период 2015-2016 годов на территории г. Севастополя и Республики Крым установлены льготные налоговые ставки для малых и средних предприятий:

- патентная система налогообложения – 1 %;
- единый сельскохозяйственный налог – 0,5 %;
- налог на прибыль организаций – 6 %;
- налог, уплачиваемый при применении упрощенной системы налогообложения (с объектом налогообложения «доходы» – 3 %, с объектом налогообложения «доходы – расходы» – 7 %).

Кроме того, введена в действие система налоговых преференций для участников свободной экономической зоны Республики Крым:

1. На 10 лет устанавливается нулевая ставка налога на прибыль в части, подлежащий зачислению в федеральный бюджет. Законами Республики Крым и города федерального значения Севастополь может устанавливаться пониженная ставка налога, зачисляемого в бюджеты субъектов, но не выше 13,5%. Данные ставки применяются при условии ведения налогоплательщиками раздельного учёта доходов (расходов) от деятельности, осуществляемой в качестве участника свободной экономической зоны, и доходов (расходов) от иной деятельности.

2. Освобождение от уплаты налога на имущество организаций на 10 лет (с момента регистрации).

3. Освобождение от уплаты земельного налога на 3 года (с момента приобретения права собственности).

4. Возможность применения ускоренной амортизации с коэффициентом 2 в отношении собственных амортизируемых основных средств.

5. Пониженные тарифы страховых взносов в размере 7,6 %, из них в Пенсионный фонд – 6 %, в Фонд социального страхования – 1,5 %, в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования – 0,1 % (в Российской Федерации в среднем составляет 30-34 %). Данная льгота будет применяться только для тех участников, кто зарегистрировался в первые три года.

Где можно получить информацию по вопросам ведения бухгалтерского учета?

На официальном сайте Минфина России представлен раздел «Бухгалтерский учет и отчетность субъектов малого предпринимательства», содержащий информацию о законах и иных нормативных документах, методические и информационные документы, а также информацию о бухгалтерском учете у индивидуальных предпринимателей.

Получить консультацию по вопросам в сфере бухгалтерского учета можно по **Горячей линии** по вопросам ведения бухгалтерского учета субъектами малого предпринимательства и составления ими отчетности.

Телефон Горячей линии: (800) 555-54-63.

Время работы Горячей линии: по рабочим дням с 9-00 до 15-00 (время московское).

В каком порядке осуществляется вычет налога на добавленную стоимость, предъявленный налогоплательщиками налога на добавленную стоимость?

Позиция Минфина России по данному вопросу доведена до сведения налоговых органов и налогоплательщиков письмом ФНС России от 7 мая 2014 г. № ГД-4-3/8785@.

Какой размер и порядок уплаты таможенных пошлин при ввозе товаров с территории Украины на территорию Республики Крым и г. Севастополя?

В соответствии с Федеральным конституционным законом от 21 марта 2014 г. № 6-ФКЗ «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя» Республика Крым и город федерального значения Севастополь приняты в состав Российской Федерации. При этом указанный федеральный конституционный закон не содержит переходных положений в части вопросов регулирования уплаты таможенных пошлин.

Таким образом, на территории Республики Крым и города федерального значения Севастополя должны применяться международные договоры Российской Федерации, в том числе Таможенный кодекс Таможенного союза, Соглашение о едином таможенно-тарифном регулировании от 25 января 2008 года, а также Договор о зоне свободной торговли от 18 октября 2011 года.

Учитывая изложенное, при ввозе товаров с территории Украины на территорию Республики Крым и города федерального значения Севастополя, должны применяться такие же правила таможенно-тарифного регулирования, как и на остальной части территории Российской Федерации.

Согласно какому законодательству на территории Республики Крым должен вестись налоговый учет вновь созданным предприятием в переходный период до 2015 года?

Статьей 15 Федерального конституционного закона от 21 марта 2014 г. № 6-ФКЗ «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя» установлено, что законодательство Российской Федерации о налогах и сборах применяется на территориях Республики Крым и г. Севастополя с 1 января 2015 года.

До 1 января 2015 года на территориях Республики Крым и г. Севастополя отношения по установлению, введению и взиманию налогов и сборов, в том числе по установлению налоговых льгот, а также отношения, возникающие в процессе осуществления налогового контроля, обжалования актов налоговых органов, действий (бездействия) их должностных лиц и привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения, регулируются нормативными правовыми актами соответственно Автономной Республики Крым и города Севастополя, Республики Крым и города с особым статусом Севастополя, Республики Крым и города федерального значения Севастополя.

При этом согласно пункту 1 Положения «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории Республики Крым в переходный период», утвержденного Постановлением Государственного Совета Республики Крым от 11 апреля 2014 г. № 2010-6/14, отношения по установлению, введению и взиманию налогов и сборов, в том числе по установлению налоговых льгот, а также отношения, возникающие в процессе осуществления налогового контроля, обжалования актов налоговых органов, действий (бездействия) их должностных лиц и привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения на территории Республики Крым регулируются до 1 января 2015 года в порядке, действовавшем на 21 февраля 2014 года, если иное не предусмотрено указанным положением и иными нормативными правовыми актами Республики Крым.

В соответствии с пунктом 13 Положения «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории Республики Крым в переходный период» предусматривается, что законодательство Российской Федерации о налогах и сборах, за исключением положений, регулирующих отношения по установлению, введению и взиманию земельного налога и взиманию государственной пошлины на территории Республики Крым применяется в отношении:

- юридических лиц, местом нахождения которых является территория Республики Крым, и индивидуальных предпринимателей, проживающих на территории Республики Крым, сведения о которых внесены соответственно в Единый государственный реестр

юридических лиц и Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей, – со дня внесения сведений в указанные государственные реестры;

- филиалов и представительств российских организаций, созданных на территории Республики Крым, – со дня внесения сведений об их создании в Единый государственный реестр юридических лиц;

- иных обособленных подразделений российских организаций, а также обособленных подразделений иностранных организаций, созданных на территории Республики Крым после 18 марта 2014 года, – со дня создания обособленного подразделения.

Аналогичные положения содержатся в статьях 1 и 18 Закона города Севастополь от 18 апреля 2014 г. № 2-ЗС «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории города федерального значения Севастополя в переходный период».

Учитывая изложенное, организации, созданные на территории Республики Крым и города Севастополь в период после принятия этих территорий в состав Российской Федерации, применяют российское налоговое законодательство.

Какой порядок перехода с украинской гривны на российский рубль в налоговом учете, в том числе применение курса пересчета при заполнении налоговой отчетной документации?

Пунктом 10 Положения «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории Республики Крым в переходный период», утвержденного Постановлением Государственного Совета Республики Крым от 11 апреля 2014 г. № 2010-6/14, предусмотрено, что отчетность по налогам, сборам, взносу на общеобязательное государственное социальное страхование заполняется в рублях.

Показатели отчетности за март и апрель 2014 года пересчитываются с гривны в рубли Российской Федерации по курсу, установленному Центральным банком Российской Федерации по состоянию на 31 марта 2014 года и на 30 апреля 2014 года соответственно.

Операции, проведенные налогоплательщиками после 1 мая 2014 года в гривнах, пересчитываются по курсу, установленному Центральным банком Российской Федерации на день совершения таких операций.

Аналогичные положения содержатся в статье 15 Закона города Севастополь от 18 апреля 2014 г. № 2-ЗС «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории города федерального значения Севастополя в переходный период».

Какой порядок расчета суммы налога на добавленную стоимость действует в переходный период до 2015 года?

Согласно пункту 3 Положения «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории Республики Крым в переходный период», утвержденного Постановлением Государственного Совета Республики Крым от 11 апреля 2014 г. № 2010-6/14, с 1 мая 2014 года на территории Республики Крым операции, облагаемые до этой даты по ставке в размере 20 процентов, подлежат налогообложению по ставке в размере 4 процентов, за исключением операций, указанных в пункте 4 положения, которые подлежат налогообложению по ставке 2 процента.

При этом в соответствии с пунктом 8 указанного положения на территории Республики Крым с 1 мая 2014 года плательщики НДС не имеют право на формирование налогового кредита по всем операциям, связанным с приобретением товаров (работ, услуг), установленных статьей 198 Налогового кодекса Украины, в том числе у плательщиков налога, зарегистрированных в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации.

Данные суммы учитываются в расходах при исчислении налога на прибыль предприятия, а также при исчислении чистого налогооблагаемого дохода физического лица предпринимателя, на дату возникновения права на налоговый кредит в порядке, установленном Налоговым кодексом Украины.

Согласно статье 4 Закона города Севастополя от 18 апреля 2014 г. № 2-ЗС «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории города федерального значения Севастополя в переходный период» на территории г. Севастополь

начиная с 1 мая 2014 года операции, облагаемые НДС до этой даты по ставке в размере 20 процентов, подлежат налогообложению по ставке в размере 18 процентов, за исключением операций, указанных в статьях 5 и 6 указанного закона.

Однако в отличие от Положения «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории Республики Крым в переходный период» статьей 9 Закона «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории города федерального значения Севастополя в переходный период» предусмотрено право плательщика НДС на отнесение сумм налога, предъявленных продавцами, являющимися плательщиками НДС в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации к налоговому кредиту.

При этом пунктом 5 Положения «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории Республики Крым в переходный период» и статьей 10 Закона «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории города федерального значения Севастополя в переходный период» предусмотрено, что при поставке товаров (услуг), а также при получении авансовых платежей в счет предстоящей поставки товаров (услуг), продавцы, местом нахождения которых является Республика Крым и г. Севастополь, выставляют покупателю налоговую накладную.

Необходимо отметить, что в соответствии с пунктом 13 Положения «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории Республики Крым в переходный период» и пунктом 18 Закона «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории города федерального значения Севастополя в переходный период» законодательство Российской Федерации о налогах и сборах, за исключением положений, регулирующих отношения по установлению, введению и взиманию земельного налога и взиманию государственной пошлины, на территориях Республики Крым и г. Севастополя, применяется в отношении налогоплательщиков, сведения о которых внесены в Единый государственный реестр юридических лиц и Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей.

Какой порядок расчета сумм в российских рублях, в том числе применение курса пересчета, для таких видов налогов, ранее предусмотренных законодательством Украины, как единый налог, подоходный налог от заработной платы, налог на аренду земли?

Для физических лиц – предпринимателей, в том числе находящихся на упрощенной системе налогообложения, а также для лиц, обеспечивающих себя работой самостоятельно – занимающихся нотариальной, адвокатской и другой независимой профессиональной деятельностью, для плательщиков, принимающих добровольное участие в системе общеобязательного государственного социального страхования, перерасчет сумм единого взноса за январь – март 2014 года, подлежащего к уплате, и его уплата в бюджет производится в рублях Российской Федерации из расчета 3,4 рубля за гривну.

При этом в соответствии со статьями 15 и 16 Закона города Севастополя от 18 апреля 2014 г. № 2-ЗС «Об особенностях применения законодательства о налогах и сборах на территории города федерального значения Севастополя в переходный период» показатели налоговой отчетности и налоговых деклараций (расчетов) за март и апрель 2014 года, указываются в рублях, по курсу, установленному Центральным банком Российской Федерации по состоянию на 31 марта 2014 года и на 30 апреля 2014 года соответственно.

Операции, проведенные налогоплательщиками после 1 мая 2014 года в гривнах, пересчитываются по курсу, установленному Центральным банком Российской Федерации на день совершения таких операций.

Имеющаяся по состоянию на 1 апреля 2014 года сумма излишне уплаченных налогов, сборов и иных обязательных платежей, а также сумма налогового долга по налогам, сборам и иным обязательным платежам (в том числе, рассроченного или отсроченного в соответствии с Налоговым кодексом Украины), за исключением налога на добавленную стоимость, пересчитывается в рубли из расчета 3,4 рубля за гривну.

В соответствии с пунктами 7, 8, 16 Положения о порядке администрирования отдельных налогов и сборов на территории Республики Крым в переходный период, утвержденного постановлением Государственного Совета Республики Крым от 21 мая 2014 г. № 2150-6/14, показатели отчетности юридических лиц и физических лиц - предпринимателей по плате за землю, налогу на недвижимое имущество, фиксированному сельхозналогу за 2014 год пересчитываются в рубли Российской Федерации из расчета 3,4 рубля за гривну.

Начисления физическим лицам сумм платы за землю, налога на недвижимое имущество, отличающегося от земельного участка, производится налоговыми органами, которые до 1 июля 2014 года выдают плательщикам налоговое уведомление – решение об уплате налога по установленной форме в перерасчете в рубли Российской Федерации из расчета 3,4 рубля за гривну.

Какие мероприятия по поддержке малого и среднего предпринимательства в Республике Крым и г. Севастополе реализуются в рамках программы Минэкономразвития России?

В 2014 году Республика Крым и г. Севастополь стали полноправными участниками программы государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, реализуемой Минэкономразвития России в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 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».

В 2014 году в рамках указанной программы бюджетам Республики Крым и города федерального значения Севастополя на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства предоставлены субсидии из федерального бюджета в размере 142,5 млн. руб. и 47,5 млн. руб.

На территории города федерального значения Севастополь за счет средств субсидий реализуются следующие мероприятия:

1. Организация деятельности по созданию Гарантийного фонда поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в г. Севастополе с целью обеспечения доступа субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства г. Севастополя к кредитным и иным финансовым ресурсам. Размер субсидии из федерального бюджета – 9,5 млн. руб.;

2. Организация деятельности по созданию Фонда микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства в г. Севастополе с целью обеспечения доступа малых и средних предприятий и организаций инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства к кредитным и иным финансовым ресурсам посредством предоставления займов субъектам малого и среднего предпринимательства г. Севастополя. Размер субсидии из федерального бюджета – 28,5 млн. руб.;

3. Организация деятельности по проведению мероприятий, предусматривающих предоставление сотрудникам органов власти, специалистам организаций инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, субъектам малого и среднего предпринимательства образовательных услуг, связанных с подготовкой, переподготовкой и повышением квалификации, а также развитием предпринимательской грамотности. Размер субсидии из федерального бюджета – 1,9 млн. руб.;

4. Организация деятельности по созданию и функционированию инфраструктуры предпринимательской деятельности, в том числе создание Севастопольского фонда поддержки субъектов предпринимательства с целью реализации программ обучения для малых и средних предприятий, организаций инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, повышения их квалификации и осуществления иных видов деятельности в рамках реализации региональной программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства. Размер субсидии из федерального бюджета – 7,6 млн. руб.

На территории Республики Крым за счет средств субсидий реализуются следующие мероприятия:

1. Предоставление целевых грантов начинающим субъектам малого и среднего предпринимательства на создание собственного дела. Размер субсидии из федерального бюджета – 19,0 млн. руб.;

2. Создание Государственного унитарного предприятия «Крымский гарантийный фонд поддержки предпринимательства» и увеличение капитализации гарантийного фонда. Размер субсидии из федерального бюджета – 43,32 млн. руб.;

3. Создание некоммерческой организации «Фонд микрофинансирования предпринимательства Республики Крым» и развитие системы микрофинансирования. Размер субсидии из федерального бюджета – 50,35 млн. руб.;

4. Информационное, консультационное и образовательное обеспечение субъектов малого и среднего предпринимательства, пропаганда и популяризация предпринимательской деятельности. Размер субсидии из федерального бюджета – 3,23 млн. руб.;

5. Создание, обеспечение деятельности и финансовая поддержка некоммерческой организации «Крымский государственный фонд поддержки предпринимательства». Размер субсидии из федерального бюджета – 26,6 млн. руб.

Кто осуществляет поддержку предпринимателей на территориях Республики Крым и г. Севастополя?

Уполномоченным органом по поддержке малого и среднего предпринимательства в Республике Крым является Министерство экономического развития Республики Крым (295005, г. Симферополь, пр-т. Кирова, д. 13).

В Республике Крым действуют следующие организации инфраструктуры, оказывающие поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства:

- Крымский государственный фонд поддержки предпринимательства (295034, г. Симферополь, ул. Козлова, д. 45; тел.: +38 (0652) 707-440 +38 (0652) 707-440, 707-403; сайт: csfes.ru);

- Фонд микрофинансирования предпринимательства Республики Крым (2965017, г. Симферополь, ул. Комсомольская, д. 4; тел.: +7 (978) 999-07-77+7 (978) 999-07-77; сайт: mikrofinrk.ru);

- Крымский гарантийный фонд поддержки предпринимательства (295005, г. Симферополь, пр-т Кирова, д. 13, тел.: +38 (0652) 549-770 +38 (0652) 549-770, 549-771; сайт: garant-fond.rk.gov.ru).

- Уполномоченным органом в Севастополе является Департамент экономики города Севастополя (299011, г. Севастополь, ул. Генерала Петрова, д. 15).

В г. Севастополе также осуществляют деятельность следующие организации инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства:

- Ставропольский фонд поддержки субъектов предпринимательства (299029, г. Севастополь, ул. Токарева, д. 11; тел.: +7 (978) 817-76-36 +7 (978) 817-76-36; сайт: fond92.ru);

- Фонд микрофинансирования малого и среднего предпринимательства в г. Севастополе (299029, г. Севастополь, ул. Токарева, д. 11; тел.: +7 (978) 891-96-27 +7 (978) 891-96-27; сайт: microfond92.ru);

- Гарантийный фонд поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в г. Севастополе (299029, г. Севастополь, ул. Токарева, д. 11, тел.: +7 (978) 736-31-93 +7 (978) 736-31-93).

На период 2015-2016 годов на территории г. Севастополя и Республики Крым установлены льготные налоговые ставки для малых и средних предприятий: патентная система налогообложения – 1 %; единый сельскохозяйственный налог – 0,5 %; налог на прибыль организаций – 6 %; налог, уплачиваемый при применении упрощенной системы налогообложения (с объектом налогообложения «доходы» – 3 %, с объектом налогообложения «доходы – расходы» – 7 %).

Кроме того, введена в действие **система налоговых преференций для участников свободной экономической зоны Республики Крым.**

Мероприятия по поддержке малого и среднего предпринимательства в Республике Крым и г. Севастополе реализуются в рамках программы Минэкономразвития России. В 2014 году Республика Крым и г. Севастополь стали полноправными участниками программы государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, реализуемой Минэкономразвития России в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 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». В 2014 году в рамках указанной программы бюджетам Республики Крым и города федерального значения Севастополя на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства предоставлены субсидии из федерального бюджета в размере 142,5 млн. руб. и 47,5 млн. руб..

На территории Республики Крым за счет средств субсидий реализуются следующие мероприятия:

Предоставление целевых грантов начинающим субъектам малого и среднего предпринимательства на создание собственного дела. Размер субсидии из федерального бюджета – 19,0 млн. руб.;

Создание Государственного унитарного предприятия «Крымский гарантийный фонд поддержки предпринимательства» и увеличение капитализации гарантийного фонда. Размер субсидии из федерального бюджета – 43,32 млн. руб.;

Создание некоммерческой организации «Фонд микрофинансирования предпринимательства Республики Крым» и развитие системы микрофинансирования. Размер субсидии из федерального бюджета – 50,35 млн. руб.;

Информационное, консультационное и образовательное обеспечение субъектов малого и среднего предпринимательства, пропаганда и популяризация предпринимательской деятельности. Размер субсидии из федерального бюджета – 3,23 млн. руб.;

Создание, обеспечение деятельности и финансовая поддержка некоммерческой организации «Крымский государственный фонд поддержки предпринимательства». Размер субсидии из федерального бюджета – 26,6 млн. руб.

Уполномоченным органом по поддержке малого и среднего предпринимательства в Республике Крым является Министерство экономического развития Республики Крым (295005, г. Симферополь, пр-т. Кирова, д. 13).

Одним из важных направлений работы финансовой поддержки предпринимательства является совместная работа Администрации города Феодосии Республики Крым с Крымскими фондами по предоставлению субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства.

Анализ количества функционирующих предприятий в предпринимательском секторе муниципального образования городской округ Феодосия Республики Крым по видам экономической деятельности свидетельствует, что наибольшая их часть приходится на торговлю, сферу операций с недвижимым имуществом, аренды, инжиниринга и предоставления услуг предпринимателям, гостиницы и рестораны и строительство. На учете Межрайонной ИФНС России №4 состоит 3124 физических лиц, местом жительства которых является территория городского округа Феодосии, в отношении которых в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей внесены записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимательства, а также 1361 юридических лиц.

Выводы. Учитывая роль предпринимательства в инвестиционном климате муниципального образования городской округ Феодосия Республики Крым, могут быть приняты соответствующие управленческие решения при разработке муниципальных программ в целом, так и для активизации предпринимательства округа, например, развитие молодежного предпринимательства до 35 лет .

ЛОКАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ДЕНЕЖНОЙ ОЦЕНКИ ЗЕМЛИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Ермоленко Г.Г.

доцент кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Классическая теория земельной ренты рассматривает цену земли как функцию частной земельной собственности. В методологических разработках по экономической оценке вещественных факторов производства применительно к условиям нормальной рыночной экономики форма собственности на производственные ресурсы имеет принципиальное значение.

Цель и задача исследования. Целью данного исследования является возможность применения некоторых методологических подходов в моделях для денежной оценки земельного участка СКУ с учетом влияния основных региональных рекреационных факторов.

Постановка задачи. В настоящее время актуальным является вопрос, как можно сделать рыночную оценку стоимости санаторно-курортного учреждения (СКУ) в условиях ограниченного финансово-информационного пространства рынка недвижимости.

Результаты исследования. Рассмотрим методику моделирования стоимости СКУ с использованием нормативной денежной оценки. Данная модель реализует жесткие нормативы, утвержденные законодательными и регламентирующими документами государственного и регионального уровня. Для оценки стоимости участков СКУ в зависимости от его расположения относительно населенного пункта можно воспользоваться следующим нормативным методом Нормативная денежная оценка земель природно-заповедного и другого природоохранного, оздоровительного, рекреационного и историко-культурного назначения.

Объектами нормативной денежной оценки в соответствии с требованиями этого раздела являются земельные участки природно-заповедного и другого природоохранного, оздоровительного, рекреационного и историко-культурного назначения

Нормативная денежная оценка земель природно-заповедного и другого природоохранного, оздоровительного, рекреационного и историко-культурного назначения определяется по формуле:

$$Ц_n = E \cdot T_k \cdot K_{мц} \cdot П_d, \quad (1)$$

где $Ц_n$ – нормативная денежная оценка земельного участка (в грн.); E - нормативный среднегодовой экономический эффект от использования земель природно-заповедного и рекреационного и историко-культурного назначения в расчете на 1 м² ; T_k - срок капитализации нормативного среднегодового экономического эффекта, который устанавливается на уровне 33 лет; $K_{мц}$ - коэффициент, характеризующий месторасположение и ценность земельного участка соответствующего функционального назначения; $П_d$ - площадь земельного участка (м²).

Значение нормативного среднегодового экономического эффекта от использования земель природно-заповедного и другого природоохранного, оздоровительного, рекреационного и историко-культурного назначения предлагается использовать стандартно, без учета рекреационные особенности земельного участка.

Рассмотрим локальную модель, предлагаемую автором статьи. Метод капитализации чистого операционного дохода позволяет использовать сравнение дохода оцениваемого объекта с объектом – аналогом. Такой подход основывается на том, что подобные по своей деятельности и доходности объекты имеют одинаковые ставки капитализации и предполагает эффективное использование земельного участка, в том числе для СКУ.

Общепринятый подход при прямой капитализации чистого дохода определяет оценочную стоимость земельного участка по формуле:

$$Ц_k = D_o / C_k \quad (2)$$

где: C_k - оценочная стоимость земельного участка СКУ, определенная путем прямой капитализации чистого дохода; D_o - чистый операционный годовой доход СКУ; C_k - ставка капитализации (коэффициент). Локальность предлагаемой модели заключается в том, что при расчете ставки капитализации чистого дохода C_k , необходимо ориентироваться на доходность предоставляемых услуг отдыха так называемого «частного курортного сектора». Схематически данная модель представлена на рис. 1.

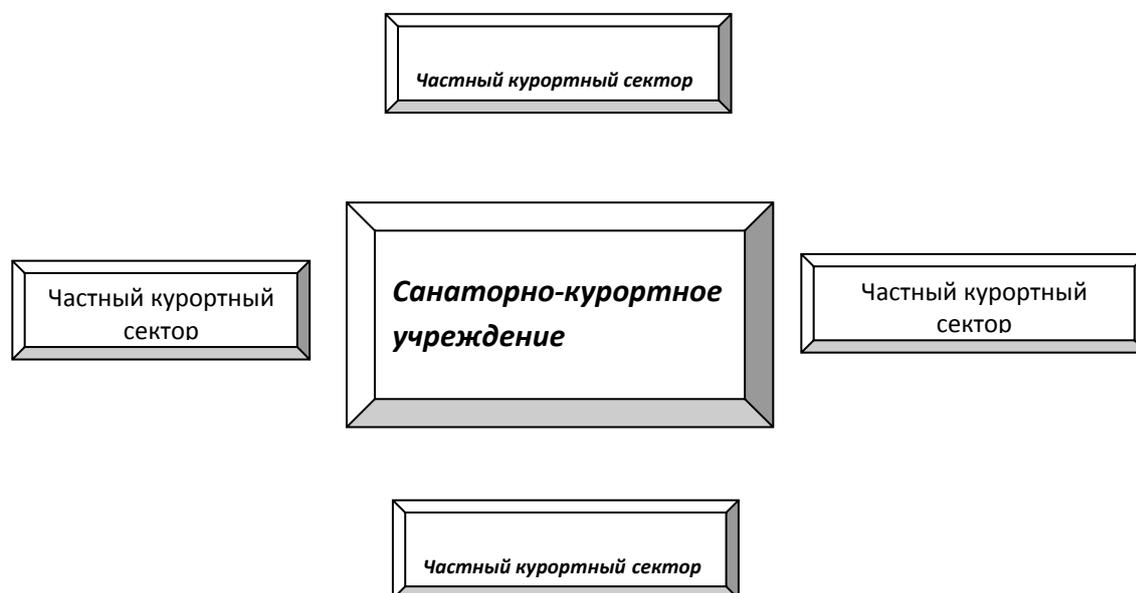


Рис.1. Схема денежной оценки земельного участка СКУ в модели автора

При этом ставка капитализации чистого дохода C_k определяются из соотношения (2) между чистым операционным годовым доходом ($D_{оп}$) и ценой продажи ($C_{кп}$) подобного земельного участка по формуле:

$$C_k = D_{оп} / C_{кп} \quad (3)$$

Стоимость таких предлагаемых курортных услуг «частников», следовательно, и размер их сезонного дохода в зависимости от классности можно определить путем опроса посредников по размещению отдыхающих на вокзалах и в других общественных местах конкретного региона. Цена продажи таких участков может быть получена из анализа рынка недвижимости частного сектора по данному региону. Таким образом, расчет ставки капитализации чистого дохода СКУ можно сделать по формуле (4):

$$C_k = \frac{\sum \left(\frac{D_{oni}}{C_{кни}} \right) \times K_i}{\sum K_i} \dots + C_{кл} \dots + C_{кдоп} \dots \quad (4)$$

где i – индекс класса курортного сервиса (класс апартаменты VIP, номера люкс, полулюкс одно, многоместные и т.п.); $i = 1, \dots, N$; N – число классов сервиса, оцениваемого СКУ; D_{oni} - средний чистый операционный доход от подобного «частного» курортного бизнеса i -го класса; $C_{кни}$ - цена продажи подобного «частного» земельного участка i -го класса курортного сервиса; K_i - количество койко-мест i -го класса в данном СКУ; $C_{кл}$ - ставка капитализации от предоставленных лечебных услуг в данном СКУ; $C_{кдоп}$ - ставка капитализации от предоставленных дополнительных услуг рекреационного сервиса в данном СКУ. Подставив C_k в формулу (2) получим оценочную стоимость земельного участка СКУ.

Выводы. Дальнейшие исследования в данном направлении позволят совершенствовать определения рыночной цены СКУ и использовать ее при получении кредитов под залог имущества, при страховании, сдачи в аренду.

КООРДИНАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ СУБЪЕКТОВ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЯМИ

Зеленюк Ю.С.

*студентка кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и
управления КФУ им.В.И. Вернадского*

Научный руководитель: д.э.н., профессор Борщ Л.М.

Введение Развитие рыночной экономики сопровождается усложнением форм экономических связей, в частности, расширением путей и методов мобилизации инвестиционной активности. Взаимосвязь общеэкономических и инвестиционных процессов предопределяет усиленную мультипликативными эффектами реакцию экономики и общества на любые негативные тенденции в инвестиционной сфере.

Значительный вклад в исследование влияния государства на инвестиционные процессы в 1990-е гг. XX в. и 2000-е гг. XXI в. внесли отечественные ученые А.Э. Баринов, А. Васильева, Е. Гурвич, В.С. Занадворов, П.Л. Виленский, С.Ю. Глазьев, Р.С. Дзарасов, С.Н. Карахотин, В.Н. Лившиц, М.А. Лимитовский, Д. С. Львов, К.А. Хубиев, С.А. Смоляк, В.В. Филимонов, Л.И. Якобсон и другие.

По мере эволюции экономической теории проблему роли государства в инвестиционном процессе исследовали Г.Дж. Александер, Э. Аткинсон, В.Дж. Бейли, Дж. Гелбрейт, Х. Голдберг, Д. Джоргенсон, Дж. Кейнс, А. Маршалл, А. Пигу, А. Сандмо, А. Смит, Дж.А. Стиглиц, Р.Холл, П. Самуэльсон, М. Фридмен, Ф. Хайек, Дж. Хикс, И. Шумпетер, Р. У. Шарп, ряд других ученых.

Вместе с тем, анализ изученной литературы, позволяет сделать вывод о том, что до сих пор не завершена выработка категориального аппарата теории инвестиций по координации и стимулированию субъектов управления. Не выработан единый критерий разделения инвестиций на реальные и финансовые.

Целью и задачами данного исследования заключается в выявлении эффективных инструментов и методов государственного регулирования, координации и стимулировании инвестиционной деятельности и их гармонизации на микро и макроэкономических уровнях. Исходя из целей исследования, решить следующие задачи: уточнить определение понятия координация и стимулирование инвестиционной деятельности; структурировать комплекс координирующих государственных мер по стимулированию инвестиционной деятельности с помощью различных государственных институтов; провести анализ основных инструментов стимулирования и координирования инвестиционной деятельности и субъектов управления; негативные тенденции в инвестиционной сфере.

Результаты исследования. Необходимость координации стимулирования субъектов управления инвестициями их активизации объясняется не только действиями кредиторов, ищущих прибыльных инвестиционных возможностей, но и появлением технических усовершенствований и нововведений. Массовое обновление средств производства, продиктованное необходимостью снижения издержек для повышения прибыли, служит одновременно как основным фактором выхода из текущего кризиса, так и причиной диспропорций, которые порождают будущие кризисы. Текущее состояние инвестиционной сферы в России таково, что даже при самых благоприятных тенденциях мировой конъюнктуры невозможно достичь прорыва ни в технологической, ни в структурной перестройке без целенаправленных усилий государства.

Для координации стимулирования субъектов управления инвестиционной деятельностью необходимо учитывать, именно какие факторы влияют на принятие инвестиционных решений, и каким образом государство может влиять на эти факторы. Эластичность спроса и предложения инвестиционных фондов по основным детерминантам инвестиционной деятельности, равно как и проблема инвестиционных лагов служит основой государственной инвестиционной политики.

Кризисное развитие экономики с введением санкций показало, что государственное стимулирование инвестиций должно осуществляться с помощью комплексной системы мер как бюджетно-налоговой, так и кредитной денежной политик. Координация и стимулирование наиболее действенных механизмов инвестиционной деятельности должно служить важным фактором обеспечения устойчивого роста. Исследование налогов, как основного фискального инструмента государственного регулирования и стимулирования экономического развития, позволяет менять величину и направленность денежных потоков. Налоги и налоговый механизм – неотъемлемая часть налоговой политики государства и средство косвенного воздействия на экономику.

Правительство строит налоговую политику с учетом экономического состояния страны и отбирает те принципы, которые являются наиболее актуальными на данный момент. Налоговая политика, с одной стороны, способна обеспечить потребности общественного воспроизводства и рост благосостояния страны, а с другой, может законсервировать налоговую систему страны. Делая упор на те или иные виды налогов, определяя их ставки, порядок взимания. Государство пытается достичь баланса различных целей, главными из которых являются координация и стимулирование субъектов инвестирования и управления этими субъектами. Правительство строит налоговую политику с учетом экономического состояния страны и отбирает те принципы, которые являются наиболее актуальными на данный момент. Налоговая политика, с одной стороны, способна обеспечить потребности общественного воспроизводства и рост благосостояния страны, а с другой, может законсервировать налоговую систему страны. Делая упор на те или иные виды налогов, определяя их ставки, порядок взимания, сферу применения, государство пытается достичь баланса, координации и стимулирования субъектов инвестирования и управления этими субъектами. К настоящему времени исследователям становится ясно, почему ныне господствующая линейная парадигма анализа рынков все более и более становится неадекватной для описания и моделирования быстрых изменений, непредсказуемых скачков, неожиданных качественных проявлений и сложных взаимодействий, отдельных составляющих современного мирового рыночного механизма, который влияет на субъекты управления инвестиций.

Инвестор, который хочет часть капитала сохранить в безрисковых инструментах, выбирает оптимальный портфель на прямой. Чем больше доля безрисковых инструментов в портфеле, тем ближе к точке выбирается оптимальная структура портфеля. Мы проанализировали оптимальную структуру портфеля, и определили, что оптимальная структура рискованного портфеля единственная независимая от склонности инвестора к риску сводится к максимизации арифметической средней доходности портфеля.

Расчеты для некоторых инструментов фондовой секции ММВБ, определили оптимальные периоды инвестирования в обыкновенные акции российских эмитентов. В расчете принимали участие 240 торговых дней 2014 года, то есть практически полный торговый год. Для расчета коэффициента величина безрисковой ставки бралась равной 5%, для расчета транзакционных издержек величина брокерской комиссии принималась равной 0,08% от объема сделки (тарифы ЗАО «ВТБ24» на 20.01.2013 г.). В таблицах 1 и 2 приведены соответственно наилучшие и наихудшие длины периодов инвестирования.

Таблица 1

Наилучшие длины периодов инвестирования для инструментов Российского фондового рынка

Инструмент	Длина периода (дней) m	Периодов 240/m	Средняя дневная доходность	Издержки	Итоговая доходность	Колебания
Ростелеком	240	1	0.00195322	0.00197660	0.46877350	0.00010397
Аэрофлот	30	8	0.00177144	0.00241595	0.42514556	0.00017857
НК Роснефть	1	240	0.00006622	0.00400259	0.01589311	0.00013329
Газпром	12	20	0.00101107	0.00234383	0.24265720	0.00013056
Норникель	240	1	0.00220628	0.00202523	0.52950631	0.00023167
Лукойл	12	20	0.00018656	0.00229414	0.04477433	0.00014049

Таблица 2

Наихудшие длины периодов инвестирования для инструментов Российского фондового рынка

Инструмент	Длина периода (дней) m	Периодов 240/m	Средняя дневная доходность	Издержки	Итоговая доходность	Колебания
Ростелеком	10	24	0.00168144	0.002267	0.40354610	0.00010397
Аэрофлот	120	2	0.00158944	0.001906	0.38146556	0.00017857
НК Роснефть	240	1	-0.00005673	0.001590	-0.01361494	0.00013329
Газпром	120	2	0.00093259	0.001780	0.22382130	0.00013056
Норникель	48	5	0.00192709	0.0019715	0.46250261	0.00023167
Лукойл	240	1	0.00003011	0.0016070	0.00722651	0.00014049

Как видно из таблицы 2, 240 дней является оптимальной длиной периода инвестирования в акции компании «Ростелеком». По доходности инструмент превосходит рынок почти в два раза, тогда как колебания незначительно больше.

Для акций компании «Аэрофлот» можно сделать вывод, что длина периода инвестирования в 30 дней является наиболее оптимальной.

Инструмент является более доходным по сравнению с рынком в целом, но его колебания превышают рыночную в два раза. Результаты расчетов для акций НК «Роснефть» показывают, что данный инструмент во всех случаях является менее доходным, чем безрисковый актив, при колебании больше рыночной, а при длительных периодах инвестирования и вовсе становится убыточным. Акции компании «Газпром» даже при оптимальной длине периода инвестирования в 12 дней являются менее доходными, чем рынок в целом. ГК «Норильский никель» является наиболее доходным инструментом при инвестировании в 240 дней, доходность превышает рыночную больше чем в 2 раза, колеблемость тоже значительно выше, его можно отнести к высокодоходным, но высоко рискованным инструментам. Расчеты по акциям компании «Лукойл» показывают, что доходность этого инструмента была меньше.

Выводы. Уточнено понятие координации связанной с процессами глобализации мировой экономики и определены факторы влияния на эти процессы, посредством анализа и динамики внедряя новейшие компьютерные программы и технологий.

Теория оптимальных портфелей финансовых активов по теории Гобина Марковца заложила основу теории формирования портфеля ценных бумаг и позволил определить оценку ожидаемой доходности.

Определены инструменты государственного регулирования, налоги, как основной фискальный инструмент, рискованные и безрисковые инструменты при формировании портфелей, при заданном уровне доходности.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАХОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ

Землячева О.А.

ассистент кафедры «Финансов предприятий и страхования»

Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»

Введение. Усложнение процесса управления факторами, которые увеличивают банковские риски, ухудшает структуру активов и уменьшает эффективность осуществления операций. Это может привести к возникновению кризисных ситуаций в деятельности коммерческих банков. Поэтому поиск, исследование и применение адекватных методов выявления, оценки и регулирования рисков является сложной проблемой. Страхование кредитных рисков представляет важный инструмент их минимизации, поэтому его изучение является актуальным.

Цель и задачи исследований. Целью исследования является изучение страхования кредитных рисков и обоснование направлений его совершенствования. Задачами исследования выступают рассмотрение теоретических основ, организации осуществления страхования кредитных рисков и выявление направлений их совершенствования.

Методика исследований. В процессе исследования использованы методы анализа и синтеза, дедукции и индукции, сравнительный метод.

Результаты исследований. Кредитное страхование получило широкое распространение в промышленно развитых странах в послевоенное время. Данный вид страховой услуги представлял собой гарантии банкам, финансовым организациям, торговым фирмам и другим крупным кредиторам по кредиту в рассрочку в случае смерти заемщика.

Развитие страхования кредитных рисков банков в России носит непродолжительный характер.

Кредитный риск представляет собой стоимостное выражение вероятностного события в ходе кредитной операции, которая может привести к убыткам, то есть к отклонению фактических показателей от предусмотренных у кредитора.

Управление риском – это процесс, который состоит из анализа внутренней и внешней среды банка, определения риска, его оценки, контроля за ним (разработки и выбора методов его минимизации).

К методам управления кредитными рисками, среди прочих, можно отнести:

- избегание риска (отказ от ненадежных клиентов, отказ от сомнительных проектов);
- снижение уровня риска (резервирование средств, распределение (рассеивание риска), лимитирование, создание системы гарантий);
- передача (страхование) риска (частичная, полная);
- удержание (поглощение) риска – принятие банком риска в полном объеме.

Банковский и страховой бизнес являются смежными областями деятельности, особенно применительно к области ритейла, активно развивающегося в последнее время как на банковском, так и в страховом сегментах финансового рынка. В связи с этим необходимо отметить, что, взаимодействуя между собой, создавая новые продукты и услуги, банки и страховые организации тем самым способствуют развитию не только своего бизнеса, но и всего финансового сектора экономики государства в целом. В связи с активным развитием программ ипотечного, потребительского кредитования, автокредитования, выдачи физическим лицам нецелевых кредитов на «неотложные нужды» наряду с дальнейшей активизацией обычного кредитования банками юридических лиц, предприятий малого и среднего бизнеса, что способствует значительному росту конкуренции в банковской сфере, и, как следствие, - снижению маржинального дохода, прогнозируется активизация сотрудничества в этой сфере между страховыми и банковскими организациями.

Необходимо отметить, что существующие разновидности кредитного страхования коррелированы с кредитными продуктами предлагаемыми банками (ипотечное кредитование; розничное кредитование, в т.ч. автокредитование; кредитование на

неотложные нужды; потребительское кредитование; применение кредитных карт; кредитование предприятий реального сектора экономики).

Наиболее слабой стороной такого сотрудничества выступают заемщики-страхователи. Потенциальный заемщик при выборе банка в первую очередь ориентируется на процентные ставки, предлагаемые данными финансовыми институтами. При нахождении банка, предлагающего наиболее выгодные условия, заемщики, как правило, сталкиваются с проблемой страхования залогового имущества. Причем банк направляет его в определенную страховую организацию, чаще всего, с довольно высокими тарифными ставками по отношению с тем, что существует на рынке страхования. С другой стороны, между банком и страховой организацией заключается договор, предусматривающий возвращение банку части страховой премии, полученной при страховании залогового имущества.

Возникает так называемый «парный бизнес» на рынке банковских услуг и на рынке страхования, когда заемщик платит сложно-смешанный тариф в виде пониженной процентной ставки по кредиту и завышенного страхового тарифа. Это приводит к тому, что процентная ставка, которая предлагается банками, становится непрозрачной, и заранее рассчитывать стоимость кредита в таких условиях достаточно сложно. Выбирая страховую организацию, потребитель ищет лучшее соотношение цены и качества услуги, и более низкие тарифы при тех же гарантиях являются конкурентным преимуществом страховой организации, воспользоваться которым потребителю банк не дает. Это, в свою очередь, приводит к тому, что потенциальные заемщики-страхователи перестают относиться к банковской деятельности с доверием, а институт страхования не воспринимается как социально необходимое явление: заемщику вменяется страховать залоговое имущество, что заставляет воспринимать страховые организации в качестве недобросовестных финансовых структур.

Выводы. Таким образом, несмотря на позитивную динамику рынка авто- и ипотечного кредитования, расширение сферы деятельности национальных страховых организаций в рамках страхования залогового имущества банков, конкурентоспособность страховых организаций в значительной степени определяется характером взаимоотношений с кредиторами (банками), которые и выбирают страховые организации. В порядок аккредитации страховщиков банками должны закладываться принципы защиты интересов клиентов-страхователей, и не получения максимальной прибыли путем использования различных схем.

СТРАХОВАНИЕ ДЕПОЗИТОВ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Землячев С.В.

к.э.н., доцент кафедры «Финансов предприятий и страхования»

Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»

Введение. Банки привлекают значительные объемы средств и, таким образом, следовательно, даже относительно небольшие потери, которые возникают при операциях кредитования заемщиков, могут привести их в состояние, когда они не способны оплатить свои долги в срок. Когда общественность узнает о нарушении ликвидности у банка, то часто, ответной реакцией со стороны общественности бывает наплыв в банк требований о возвращении вкладов, а иногда такой наплыв требований распространяется и на другие, в том числе платежеспособные банки. Иногда изъятие вкладов охватывает большое количество банков и провоцирует финансовую панику, которая, в свою очередь, может вызвать банковский кризис и последующий экономический спад. Для предотвращения образования этих ситуаций страны были вынуждены разрабатывать и внедрять системы страхования депозитов.

Цель и задачи исследований. Целью исследования является изучение отечественного и зарубежного опыта страхования депозитов. Задачами исследования выступают изучение моделей страхования депозитов, используемых в зарубежной практике, и отечественного опыта построения системы страхования депозитов.

Методика исследований. В процессе исследования использованы методы анализа и синтеза, дедукции и индукции, сравнительный метод.

Результаты исследований. История развития системы гарантирования вкладов начинается свой отсчет от установления в США государственного (в пределах штата) страхования депозитов (в том числе и граждан) в Нью-Йорке в 1829 году, но широкого распространения в то время не получило. В 1933 году был принят банковский закон о национальной системе страхования депозитов, на основе которого была создана Федеральная корпорация страхования депозитов (ФКСД).

Непосредственными причинами банкротства банка обычно являются невозврат предоставленных им заемщиками ссуд, обесценение инвестиций, потери на срочных сделках и т.п., т.е. ошибки в управлении активными операциями. Но эти неприятности на стороне активов почти всегда сочетаются с кризисными процессами на стороне пассивов, а важнейший из них – отток депозитов. Любое значительное банкротство обладает внутренним потенциалом вызвать цепную реакцию финансовых трудностей у контрагентов банкрота. В банковской системе опасность «принципа домино», когда банкротство крупного банка или нескольких банков влечет за собой волну банкротств других банков, имеющих тесные связи с этим банком, очень велика.

В послевоенный период по разным странам прокатились волны кризисов ликвидности у банков, наносившие огромный ущерб экономике, поэтому многие правительства, обратились к положительному опыту США в борьбе с банковскими банкротствами при помощи системы страхования депозитов. Таким образом, кризисы ликвидности и опыт США явились главными побудительными мотивами образования систем гарантирования вкладов (депозитов) во всем мире. Системы защиты вкладов возникли в Германии в 1966-1969 годах, в Испании в 1977 году, во Франции в 1980 году, в Великобритании в 1982 году, в Бельгии в 1985 году.

При этом в странах, где государственное участие в банковской системе незначительно, как правило, имеются организации, в обязанность которых входит защита депозитов и вкладов. При этом взаимоотношения, установленные между системой гарантирования вкладов и центральным банком, имеют некоторые особенности, скорее внешнего характера, чем внутреннего, т.к. зависят от национальных особенностей исторического развития

банковской системы страны. Поэтому, в основном, можно выделить следующие основные формы отношений:

1. В тех странах, где, как правило, надзор за кредитно-банковской системой осуществляют непосредственно центральные банки, система гарантирования депозитов подчинена главным банкам. В Англии, например, помимо основных инструментов денежно-кредитного регулирования, рекомендованных Базельским комитетом, Центральный банк использует метод лимитированного уровня процентных ставок.

2. В Бельгии, Германии, Швейцарии, Японии и некоторых других странах органы надзора институционально отделены от центрального банка и там система гарантирования вкладов и депозитов имеет возможность самостоятельно регулировать ликвидность банков.

3. В других странах, центральные банки контролируют деятельность кредитно-банковских учреждений совместно с другими институтами. Так, Федеральная резервная система осуществляет надзорную деятельность совместно с ФКСД.

В РФ 23.12.2003 г. был принят Федеральный закон №177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации», который соответствует лучшему мировому опыту. Однако и он постоянно совершенствуется, приводится в соответствие с текущей экономической ситуацией по следующим критериям: выравнивание конкурентной среды; членство в системе; урегулирование проблемных и несостоятельных банковских институтов; размер возмещения по вкладам; судебная практика.

Выводы. Таким образом, основными целями, которые государство в лице законодательных органов стремится достичь при создании системы гарантирования вкладов и депозитов, как правило, являются:

-содействие образованию и мобилизации сбережений, что имеет важнейшее значение при обеспечении удовлетворительной общенациональной нормы накопления реальных инвестиций;

-защита банковских систем от финансовых кризисов, обеспечение устойчивости банковской системы и денежного обращения;

-социально важна защита мелких вкладчиков от рисков, которые они не способны оценить и учитывать в своих экономических решениях.

В последнее время для реализации этих целей ключевое значение приобретает налаживание (и формализация) информационного обмена по вопросам, затрагивающим интересы каждой из сторон, выработка согласованных позиций банков и их клиентов, что важно с точки зрения обеспечения долговременной стабильности банковской системы.

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

Зубкова В.И.

к.э.н., доцент кафедры финансы предприятий и страхования Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. На протяжении многих лет перед менеджментом организаций остается проблема поиска и обоснования оптимальной структуры капитала. Развитие субъектов хозяйствования во многом зависит от того, насколько оптимально выбрано соотношение собственных и заемных средств. Низкая доля заемных средств означает недостаточное использование более дешевого источника финансирования, чем собственный капитал. На практике, высокая доля заемных средств в пассиве баланса российских организаций, чаще всего означает существование проблем с финансированием, что является явным признаком неплатежеспособности и снижения кредитоспособности организации. Следовательно, в рыночных условиях, очень важно разумно управлять капиталом организации, учитывая при этом многообразие факторов, которые могут возникнуть на различных этапах становления и развития организации.

Цель и задачи исследования. Рассмотреть возможности оптимизации структуры капитала организации с учетом различных моделей и факторов, влияющих на привлечение заемного капитала.

Результаты исследования. На данный момент существует множество разнообразных теорий, какое соотношение собственных и заемных средств можно назвать оптимальным. Так, некоторые авторы вообще приводят конкретные пропорции, например 50:50. Другие говорят о том, что удельный вес заемных средств не должен превышать 40 %. А «золотое правило финансового менеджмента» предполагает, что оптимальная структура капитала обеспечивается при соотношении между заемными и собственными средствами как 34 % к 66 % соответственно. Но такие подходы основаны на выводах, полученных из эмпирических исследований, и не несут в себе какого-либо убедительного обоснования.

Практический подход к определению целевой структуры капитала основывается на знании теории структуры капитала и использовании экспертных оценок, разработанные, в основном, западными теоретиками – финансистами.

Теория структуры капитала Модильяни и Миллера первоначально предполагала, что стоимость любого предприятия определяется исключительно его будущими доходами и, следовательно, не зависит от структуры его капитала. Она основывалась на концепции идеальных рынков капитала. В дальнейшем учет влияния налога на прибыль согласно этой теории привел к выводу о том, что стоимость акций предприятия должна непрерывно возрастать по мере роста доли заемного капитала. Введение в модель такого фактора, как издержки финансовых затруднений предприятия ввиду неблагоприятной структуры капитала, позволило установить, что экономия за счет снижения налоговых выплат обеспечивает повышение стоимости предприятия по мере увеличения доли займов в его капитале лишь до определенных пределов. Начиная с некоторого момента при увеличении доли заемного капитала стоимость предприятия начинает снижаться, поскольку экономия на налогах перекрывается ростом затрат вследствие слишком рискованной структуры источников средств – слишком большой долей заемных средств. Модифицированная таким образом теория утверждает:

- наличие определенной доли заемного капитала полезно предприятию;
- чрезмерное использование заемного капитала вредно;
- для каждого предприятия существует своя оптимальная доля заемного капитала.

Компромиссные модели, основанные на добавлении в модели Модильяни – Миллера учета ожидаемых издержек, связанных с финансовыми затруднениями, и агентских издержек, получили определенное подтверждение практикой и позволяют сделать следующие выводы.

Высокорисковым предприятиям, доходность капитала которых значительно колеблется, следует привлекать заемный капитал в меньших масштабах, чем низкорисковым. Предприятия с небольшим уровнем риска могут более активно привлекать заемный капитал до тех пор, пока ожидаемые затраты возможных финансовых затруднений не перекроют налоговые выгоды, связанные с привлечением средств.

Предприятия, владеющие материальными, реализуемыми на рынке активами, например недвижимостью, могут привлекать заемный капитал в большей степени, чем предприятия, стоимость которых определяется главным образом неосязаемыми активами, например патентами.

Предприятия, уплачивающие высокие налоги на прибыль, не имеющие налоговых льгот, могут позволить себе большую кредиторскую задолженность, чем предприятия с низкими ставками налогов на прибыль.

Любое предприятие должно поддерживать такую целевую структуру капитала, которая позволяет сбалансировать издержки и выгоды финансового левериджа, поскольку именно подобная структура максимизирует стоимость предприятия.

Предприятия одной отрасли, близкие по масштабам деятельности, имеют схожие структуры капитала, определяются приблизительно одинаковым типом активов, производственного риска и доходности.

Чтобы ответить на вопрос, насколько более эффективной становится деятельность компании за счет использования дополнительно привлеченных средств, наиболее уместно воспользоваться таким показателем, как эффект финансового рычага (ЭФР).

В общем случае, под рычагом понимается фактор, корректировка которого влечет за собой изменение результатного показателя. В контексте финансового менеджмента, под использованием финансового рычага подразумевается изменение соотношения собственных и заемных средств с целью повлиять на прибыль организации.

Эффект финансового рычага отражает уровень дополнительной прибыли на собственный капитал при использовании разной доли заемных средств. ЭФР показывает, насколько увеличилась рентабельность собственного капитала при привлечении заемных средств относительно рентабельности, достигнутой при их неиспользовании. Значение ЭФР положительно в случае, когда экономическая рентабельность капитала больше ставки ссудного процента. В остальных случаях использование финансового рычага будет приносить только убытки.

Таким образом, организация, которая привлекает дополнительные средства, имеет большой финансовый потенциал развития. Займы и кредиты оказывают положительное влияние на прирост рентабельности, но только до определенного момента. Дальнейшее привлечение заемных средств создает финансовый риск, а, следовательно, и угрозу банкротства компании.

Среди отечественных авторов наиболее полную систематизацию теории структуры капитала изложил Н. Б. Рудык, который предложил следующую классификацию моделей оптимизации структуры капитала: модели стационарного соотношения; модели асимметричной информации; модели агентских издержек; модели корпоративного контроля; модели стэйкхолдеров.

Проанализировав все эти модели и теории оптимизации структуры капитала, становится ясно, что структура капитала формируется под влиянием множества факторов микро- и макроуровня. Наиболее существенным фактором, определяющим возможность привлечения капитала в целом, является общее состояние внешней среды, в которой функционирует организация. Имеются в виду условия экономической и политической ситуации, ухудшение которых могут резко отразиться на внешнем финансировании деятельности организаций, вплоть до полного отказа от займов и кредитов. Остальные факторы можно разделить на макроэкономические и институциональные факторы: регулирующая политика государства. Не менее значительны факторы микроуровня, которые можно разделить на объективные и субъективные.

Выводы. Задача по оптимизации структуры капитала не может быть решена только с помощью какой-то определенной модели. Подход к каждой компании должен быть индивидуальным и учитывать как отраслевую специфику бизнеса, так и стадию развития предприятия. Размер заемного капитала должен обеспечивать максимальную дополнительную доходность собственного капитала.

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОГНОЗНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДИНАМИКИ ЦЕНЫ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ

Куссий М.Ю.

*к.э.н., доцент кафедры финансов предприятий и страхования
Институт экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. Непредсказуемость поведения финансовых рынков, неожиданные скачки цен, непонятные изменения в тенденциях трендов и финансово-экономические кризисы – вот далеко не полный перечень проблем, которые не нашли своего адекватного объяснения в рамках неоклассической экономической теории. Существующие методы исследования социально-экономических систем, к которым относится финансовый рынок, не позволяют в полной мере корректно анализировать присущие им свойства. Разработка методологических подходов, которые дают адекватную качественную и количественную характеристику механизмов функционирования финансового рынка с целью анализа и прогнозирования динамики цены на нем, а также выбор эффективного и адекватного аналитического инструментария для достижения поставленной цели, относится к числу наиболее актуальных задач в исследовании таких систем.

Целью исследования является выявление важных характеристик с позиции прогнозного моделирования динамики цены на финансовых рынках, а также разработка методологического подхода к практическому использованию этих характеристик.

Результаты исследований. У финансовых рынков есть некоторое количество важных характеристик с позиции прогнозного моделирования динамики цены на них: фрактальная структура рынка, информационная обеспеченность рыночных процессов и т.д. Одной из важнейших характеристик финансовых рынков является рефлексивность.

Дж. Сорос в работе «Алхимия финансов» описывает рефлексивность как механизм двусторонней обратной связи между мышлением и реальностью, между настоящими решениями и будущими событиями, а точнее порождаемое этой связью взаимодействие. Рефлексивность рынка по Соросу означает, что наше мышление активно влияет на события, в которых мы участвуем, и о которых мы думаем. Понятие рефлексивности отражает социальную природу финансового рынка: рынок формируют люди, которые одновременно являются активными участниками процесса ценообразования на нем. То есть экономические агенты являются элементами такой системы, при этом они сами в режиме реального времени активно воздействуют на систему, рефлексивно отражая свои ожидания в выставляемых котировках, что, в свою очередь, влияет на изменения текущего тренда.

Таким образом, текущая цена на финансовом рынке – это интегрированный результат таких индивидуальных рефлексивных воздействий на динамику цены со стороны всех экономических агентов, одновременно действующих на рынке.

Но у рефлексивности по Соросу до недавних пор отсутствовала количественная мера.

В процессе проведенных исследований была предложена новая количественная мера волатильности финансового рынка – текущая волатильность (подробнее о показателе текущей волатильности см. в работе: Использование показателя волатильности в моделях

прогнозирования тренда / М. Ю. Кусый // Ученые записки ТНУ. — 2003. — Т. 16 (55), № 1 Экономика. — С. 83-88).

Существовавшие до появления показателя текущей волатильности (CV, от англ. Current Volatility) виды волатильности – автору их известно около десятка – обладают тремя существенными недостатками:

- 1) Они рассчитываются за длительный промежуток времени, что приводит к элементу некорректности их использования в текущем анализе динамики цены: событие, которое произошло в прошлом, влияет на результат текущего расчета такого вида волатильности. Эти толкования понятия волатильности не совсем отражают смысл изменчивости рынка, которая, как правило, имеет кратковременное, текущее влияние на динамику цены.
- 2) При расчете указанных видов волатильности присутствует один или несколько управляющих параметров, величины которых назначает сам пользователь, исходя из своих субъективных соображений. Это, в свою очередь, приводит к неоднозначности результатов вычислений таких видов волатильности.
- 3) Не совсем ясен социально-экономический смысл того или иного вида волатильности и, следовательно, методика его применения в анализе рыночных процессов.

Поэтому было введено иное понятие волатильности – текущая волатильность для прогнозирования динамики цены на финансовом рынке, расчет которой построен на ином принципе.

Цены на финансовых рынках поставляются пользователям в виде четырехмерного вектор-ряда $\vec{P}(t) = (\text{Open}(t), \text{High}(t), \text{Low}(t), \text{Close}(t))$. В расчете показателя текущей волатильности CV используется только информация по текущим значениям компонент этого вектор-ряда. Поэтому он лишен недостатков, присущих иным видам волатильности.

Социально-экономический смысл CV заключается в том, что этот показатель показывает, насколько тренд, действующий в течение исследуемого периода Δt , становится рискованным (непредсказуемым) для продолжения работы в рынке.

Чем больше значение CV, тем значительнее различаются мнения участников рынка о соответствии текущей цены на исследуемый актив за период времени Δt текущему тренду. И, соответственно, повышается риск получить убытки от операций на таком рынке.

Снижение величины CV говорит о том, что участники рынка стали более единодушны во взглядах о будущей динамике цены на рынке и текущий тренд, по крайней мере, начал формироваться.

Кроме того, показатель текущей волатильности, как показали исследования, можно считать количественной мерой рефлексивности рынка, что было показано в работе автора: Методологические основы применения рефлексивности в прогнозном моделировании трендов на финансовых рынках // Рефлексивные процессы в экономике: концепции, модели, прикладные аспекты: монография; под ред. Р. Н. Лепы: НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти / М. Ю. Кусый. — Донецк: АПЕКС, 2011. — С. 144-162.

Исходя из этой информации – логично использовать изменение величины показателя CV в прогнозном моделировании динамики цены на финансовых рынках.

На основании использования этого методологического приема автором был разработан комплекс из 5 экономико-математических моделей, которые зарекомендовали себя как адекватные (в смысле высокого уровня дохода от применения этих моделей). Это подтверждает правоту тезиса о выгодности отличий показателя текущей волатильности от иных видов волатильности

Выводы. На примере рефлексивности было показано, что у некоторых важных характеристик финансового рынка есть адекватная количественная мера. Согласно излагаемому в работе концептуальному подходу в качестве количественной меры системной сложности для рефлексивности аргументировано предлагается показатель текущей волатильности рынка CV.

Остается добавить, что показатель CV – является универсальным: в самом деле, динамика практически для всех экономических показателей присуща волатильность. Автором в работе – Модель использования остатков средств на текущих клиентских счетах в качестве ресурсной базы банка / М. Ю. Кусый, П. М. Кусый, Р. А. Морозов, Г. С. Морозова // Культура народов Причерноморья. — 2007. — № 108. — С. 40-42 – была исследована возможность использования остатков средств на текущих клиентских счетах в качестве ресурсной базы банка с помощью CV. Это исследование показало универсальность показателя CV в прогнозном моделировании процессов, проходящих в социально-экономических системах.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ В РОССИИ

Мурашова Е.А.

старший преподаватель кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Акционерная собственность - это закономерный результат процесса развития и трансформации частной собственности, когда на определенном этапе развития масштабы производства, уровень технологий, система организации финансов создают предпосылки для принципиально новой формы организации производства на базе добровольного участия акционеров.

Акционерные общества позволяют более эффективно использовать материальные и людские ресурсы, оптимально сочетать личные и общественные интересы всех участников общественного производства. АО являются в настоящее время преобладающей по своему количеству организационно-правовой формой коммерческих организаций в России, однако в процессе своего функционирования АО сталкиваются с рядом проблем, что обуславливает необходимость проведения ряда реформ в сфере законодательства, регулирующего их деятельность.

Цель и задачи исследования. Целью написания данной работы является раскрытие особенностей функционирования акционерных обществ в РФ на современном этапе, выявление проблем и перспектив их развития. Объектом исследования выступают основные аспекты организации и деятельности АО.

Результаты исследования. В настоящее время акционерные общества являются основной формой организации финансово-хозяйственной деятельности в России. Широкое распространение АО в экономике РФ получили за счет проведения процессов приватизации, при которой предприятия государственной формы собственности, как правило, преобразовывались в акционерные, а также переходом к рыночной экономике, при которой данная форма собственности является наиболее эффективной, так как ограничивает ответственность собственников по обязательствам общества, а следовательно снижает уровень предпринимательского риска.

За период 1992-2014 годов в РФ было создано более 35,8 тыс. акционерных обществ. При этом на сегодняшний день в России функционирует 6961 непубличных акционерных обществ и 2492 ПАО.

Преобладание числа непубличных акционерных обществ над публичными обусловлено тем, что в непубличных АО существует закрытая подписка на акции, то есть акции могут распространяться среди ограниченного круга лиц. Таким образом, непубличное АО обеспечивает высокий уровень конфиденциальности и предполагает закрытый доступ об акционерах. Акции ЗАО не появляются в свободной продаже, а акционеры имеют преимущество приоритетного выкупа акций выходящих из компании участников. Кроме

того, минимально допустимая величина уставного капитала для регистрации непубличного АО значительно ниже, чем для ПАО.

Несмотря на преимущества и широкое распространение акционерных обществ, проведенный анализ выявил ряд проблем в функционировании данной формы собственности в РФ.

Одной из самых важных проблем является несовершенство существующей законодательной базы в сфере организации и функционирования акционерных обществ. Опыт зарубежных стран свидетельствует о наличии широкого спектра нормативно-правовых актов, регулирующих отдельные сферы деятельности АО. В РФ регулирование деятельности АО осуществляется на основании Закона «Об акционерных обществах» и Гражданского кодекса РФ, в которых до сих пор отсутствует понятие «дивидендной политики», кроме того в достаточной мере не раскрыт механизм выкупа акций обществом у акционеров; четко не установлен порядок реорганизации, а также разделения имущества при реорганизации АО.

Анализ деятельности ведущих акционерных компаний России позволил сделать вывод о том, что правительство не осуществляет финансовую поддержку акционерных обществ, даже функционирующих в приоритетных сферах в экономике. Также правительство РФ не осуществляет поддержку социальных программ, проводимых АО.

Еще одной проблемой, с которой сталкиваются АО в своем функционировании – высокий износ основных производственных фондов. Отсутствие нормативно-правовых актов, регулирующих максимально допустимую норму износа оборудования, приводит к неэффективности деятельности множества предприятий, а также повышает уровень производственного травматизма. Так, по данным статистики износ основных производственных фондов в РФ составляет 70%, а износ газопроводов и нефтепроводов – 30%. Значительный износ основных производственных фондов обуславливает низкое качество производимой продукции, потери рабочего времени, а также утечку нефти и газа в процессе их транспортировки.

Наличие большого числа организационно-правовых форм организации бизнеса приводит к «рассеиванию» капитала по разным сферам хозяйствования, а также росту теневой экономики. Так, например в отличие от Японии, где существует только три формы организации бизнеса, в России могут создаваться индивидуальные предпринимательства, товарищества, ООО, АО, государственные и муниципальные предприятия, совместные предприятия.

Одной из существенных проблем в функционировании АО является неэффективная организационная структура, которая приводит к дублированию некоторых полномочий, а следовательно к увеличению управленческих расходов предприятия. Низкий уровень практической подготовки молодых российских специалистов в области финансов, инженерии, компьютерных технологий и т.п. также создает некоторые трудности в функционировании АО. Многие предприятия вынуждены проводить подготовку и переподготовку кадров.

Именно АО имеют широкие возможности привлечения финансовых ресурсов при ограниченной ответственности собственников. Специфической особенностью функционирования акционерной формы собственности за рубежом, является наличие широкого спектра нормативно-правовых актов, регулирующих все аспекты деятельности АО, а также возможность административных единиц устанавливать ставку налогов для АО, исходя из уровня экономического развития данной единицы. В РФ функционирование АО сталкивается с рядом проблем, обусловленных несовершенством законодательной базы, отсутствием государственной поддержки, несоответствующей квалификацией молодых специалистов и неоптимальной организационной структуры. Решение данных проблем приведет к увеличению эффективности деятельности АО на территории РФ и росту экономики в целом.

Выводы. АО являются самой распространенной формой хозяйствования в РФ. Однако длительное господство государственной формы собственности, отсутствие отлаженного

законодательного механизма регулирования деятельности АО приводит к замедлению развития данной формы собственности в России. Решение данных проблем возможно за счет проведения комплекса мероприятий в разных сферах деятельности АО, в частности, в сфере законодательства необходимо внести некоторые поправки в уже действующие нормативно-правовые акты, помимо этого необходимо увеличить поддержку деятельности АО со стороны правительства, оптимизировать существующую организационную структуру обществ.

На основании проведенного анализа были выявлены следующие недостатки в функционировании АО: сложность распределения отдельных функций контроля и управления, значительные накладные расходы при учреждении АО, конфликт интересов между менеджерами и акционерами и т.д.

В развитых странах мира эффективное функционирование АО обеспечивается за счет эффективной системы государственного регулирования всех аспектов финансово-хозяйственной деятельности акционерных обществ. Однако в России на сегодняшний день существует ряд проблем в сфере функционирования АО, которые обусловлены длительным господством государственной собственности и несовершенством законодательства. Решение данных проблем возможно путем совершенствования законодательства, регулирующего деятельность АО, осуществлением государственной поддержки данной формы собственности, оптимизации организационной структуры АО, осуществлением обновления основных производственных фондов и т.д. Преодоление проблем в области развития АО, позволит не только повысить темпы их экономического развития, но и приведет к развитию экономики страны в целом.

УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Негуляева Ю. Е.

студент кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: к.э.н., доцент Куссий М. Ю.

Введение. Прибыль – один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий. За счет прибыли осуществляется финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию предприятий, увеличение фонда оплаты труда их работников. Она является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей предприятия, но приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

Целью исследования является исследование проблем и разработка мероприятий по совершенствованию управления прибылью предприятия.

Результаты исследования. В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли, то есть к такому ее объему, который позволял бы предприятию не только прочно удерживать позиции сбыта на рынке своей продукции, но и обеспечивать динамичное развитие его производства в условиях конкуренции. Поэтому каждое предприятие, прежде чем начать производство продукции, определяет какую прибыль, какой доход оно сможет получить. Отсюда прибыль является основной целью предпринимательской деятельности, ее конечным результатом. Важной задачей каждого хозяйствующего субъекта является получить больше прибыли при наименьших затратах путем соблюдения строгого режима экономии в расходовании средств и наиболее эффективного их использования.

Как считают Бочкарев И.И., Быков В.А. и др. (Бочкарев И.И., Быков В.А. (и др.) под ред. Соколова Я.В. – 2-е изд., перераб. и доп.. Бухгалтерский учет: Учеб. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 776 с., с. 79), имеется два основных источника получения прибыли.

Первый — это монопольное положение предприятия по выпуску той или иной продукции или уникальности продукта. Поддержания этого источника на относительно высоком уровне предполагает проведение постоянной новации продукта. Здесь следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольную политику государства и растущую конкуренцию со стороны других предприятий.

Второй источник связан с производственной и предпринимательской деятельностью, поэтому касается практически всех предприятий. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умения постоянно адаптировать под нее развитие производства.

Величина прибыли в данном случае зависит:

- во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом);
- во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.);
- в-третьих, от объемов производства (чем больше объем продаж, тем больше масса прибыли);
- в-четвертых, от ассортимента продукции и снижения издержек производства.

Анализ формирования прибыли состоит из следующих этапов:

- анализируется бухгалтерская прибыль (убыток) по составу в динамике;
- проводится факторный анализ прибыли (убытка) от продаж;
- анализируются причины отклонения по таким составляющим прибыли, как проценты к получению и уплате, прочие операционные доходы и расходы, внереализационные доходы и расходы и т.п.;
- анализируется формирование чистой прибыли (убытка) от продаж и влияние налоговых регулятивов и налога на прибыль, сумм штрафных санкций по расчетам с бюджетом;
- анализируется использование прибыли на капитализацию и потребление;
- дается оценка эффективности распределения прибыли на капитализацию и потребление;
- разрабатываются предложения к составлению финансового плана.

На предприятии распределению подлежит чистая прибыль, т.е. прибыль, оставшаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей. Из нее взыскиваются санкции, уплачиваемые в бюджет и некоторые внебюджетные фонды.

Распределение чистой прибыли отражает процесс формирования фондов и резервов предприятия для финансирования потребностей производства и развития социальной сферы.

Государство не устанавливает каких-либо нормативов распределения прибыли, но через порядок предоставления налоговых льгот стимулирует направление прибыли на капитальные вложения производственного и непроизводственного характера, на благотворительные цели, финансирование природоохранных мероприятий, расходов по содержанию объектов и учреждений социальной сферы и др. Законодательно ограничивается размер резервного фонда предприятий, регулируется порядок формирования резерва по сомнительным долгам.

Прибыль как главный результат предпринимательской деятельности обеспечивает потребности в развитии самого предприятия и государства в целом.

На величину прибыли влияет совокупность многих факторов, зависящих и независящих от предпринимательской деятельности.

Важными факторами роста прибыли, зависящими от деятельности предприятий, являются:

- увеличение объема реализации,
- снижение ее себестоимости,
- повышение качества товара,
- реализация ее на более выгодных условиях и т.д.

Для повышения эффективности производства очень важно, чтобы при распределении прибыли была достигнута оптимальность в удовлетворении интересов государства, предприятия и работников.

Выводы. Прибыль является важным показателем эффективности производственно-хозяйственной деятельности, а также источником формирования финансовых ресурсов. Эффективность политики управления прибылью предприятия определяется не только результатами её формирования, но и характером её распределения. Распределение прибыли представляет собой процесс формирования направлений её предстоящего использования в соответствии с целями и задачами развития предприятия. Основными источниками увеличения суммы прибыли являются объем реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества товара, реализация ее на более выгодных рынках сбыта

ОБ ОСНОВНЫХ СТРАТЕГИЯХ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Нехайчук Д.В.¹, Нехайчук Ю.С.²

¹к.э.н., доцент кафедры государственных финансов и банковского дела Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

²к.э.н., доцент кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Цены и ценообразование являются одними из ключевых элементов рыночной экономики. Предприятие только тогда может быть спокойно за свое будущее, когда ведет самостоятельную активную коммерческую политику, неотъемлемой частью которой является ценовая политика. Как правило, предприятие вынуждено строить свою политику в условиях конкуренции, и этот факт может существенно изменить результаты, полученные на основе учета только ценности товара и затрат на его производство.

Цель исследования заключается в поиске оптимального алгоритма формирования стратегии ценообразования компании.

Результаты исследования. Одним из решающих путей повышения конкурентоспособности организации является оптимальный механизм ценообразования и установление факторов, влияющих на определение цены товара. Уровень цены непосредственным образом определяет ценовую конкурентоспособность товара.

Практическое воплощение политика цен находит в стратегии ценообразования.

Алгоритм формирования стратегии ценообразования заключается в следующем:

1. Получение информации по факторам, определяющим механизм ценообразования, всеми имеющимися у продавца способами, не противоречащими действующему законодательству.

2. Стратегический анализ полученной информации на следующих уровнях:

- на макроэкономическом уровне;
- на региональном уровне;
- на микро - уровне.

3. Утверждение согласованного общего плана действий на долгосрочную перспективу, то есть формирование стратегии ценообразования.

Охарактеризовать базовые направления стратегии ценообразования продавца в теоретическом аспекте можно в трех вариантах:

1. Цена устанавливается ниже экономической ценности товара, соотношение цена (P) к ценности (C) меньше единицы ($P/C < 1$).

2. Цена устанавливается на уровне экономической ценности товара, соотношение цена (P) к ценности (C) равна единице ($P/C = 1$).

3. Цена устанавливается выше экономической ценности товара, соотношение цена (P) к ценности (C) больше единицы ($P/C > 1$).

Однако понятие ценности товара достаточно субъективное. Однозначно при формировании стратегии ценообразования свой весомый отпечаток накладывает конкурентная среда, поэтому актуально с развитием рыночных отношений сочетание ориентаций и на покупателя, и на конкурентов.

В экономической теории стратегии, основанные на соотношении цены к экономической ценности товара (или цены конкурентов), называют конкурентными стратегиями.

Каждая стратегия имеет ряд преимуществ и недостатков, которые ранжируются в соответствии с решаемыми задачами и условиями хозяйствования.

С развитием рынка появляются различные модификации стратегий конкурентного ценообразования. Например, в стратегии ценового прорыва выделяют стратегию ценового выравнивания (стратегия «убыточный лидер продаж» или «товар-приманка»), суть которой заключается в установлении цены на определенный хорошо известный покупателям вид товара на уровне намного ниже цен конкурентов с целью привлечения покупателей к покупке других товаров. Данная стратегия применяется розничными продавцами с широким ассортиментом товаров в сочетании с массовой рекламной кампанией (магазины бытовой техники, канцелярских и книжных товаров).

Помимо перечисленных модификаций в экономической литературе классифицируют и другие модификации стратегий конкурентного ценообразования. Так, применительно к уровню цены и к уровню экономической ценности (качества), существует дифференциация по нескольким стратегиям ценообразования, так называемый куб соотношений цены к экономической ценности, который используется при формировании цены на новый товар-имитатор.

Установление неодинаковых цен на одни и те же товары происходит согласно стратегии дифференцированного ценообразования, которая, в свою очередь, классифицируется на ряд отдельных стратегий.

1. Стратегия ценовой дискриминации основывается на сегментировании рынка по продуктовым и потребительским критериям и имеет в экономической литературе различные определения (названия), такие как: стратегия скидки на вторичном рынке, стратегия демпинговых цен, стратегия горизонтальной ценовой дифференциации.

2. Стратегия ценообразования в зависимости от сегмента покупателей – подвид стратегии ценовой дискриминации – устанавливает различные цены на одинаковый вид товара в зависимости от покупательских способностей. Ярким примером применения такой стратегии могут служить тарифы на электроэнергию для населения (физических лиц) и для организаций (юридических лиц). Известно, что для населения эти тарифы значительно меньше, чем для организаций.

3. Стратегия ценообразования с единой ценой – установление для всех покупателей единой цены с распределением расходов по доставке товара вне зависимости от месторасположения покупателя в составе установленной цены на товар. То есть фактически имеем, что одни покупатели «переплачивают» ($P/C \geq 1$), а другие – «недоплачивают» ($P/C \leq 1$). Данная стратегия ценообразования использовалась раньше на тарифы по потреблению природного газа.

Выводы. Таким образом, только сочетание стратегий конкурентного и дифференцированного ценообразования, исходя из конкретных условий хозяйствования,

обеспечивает эффективность комплекса мер и действий по установлению и управлению ценами.

Систематизация стратегий ценообразования позволяет с наименьшими рисками определить план действий, оценить потребности и возможности всех субъектов механизма ценообразования. На основе стратегии разрабатывается тактика ценообразования.

ФОНДОВЫЙ РЫНОК РОССИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Савенков А.С.

*студент кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и
управления КФУ им. В.И. Вернадского*
научный руководитель: к.э.н., доцент Кусый М.Ю.

Введение. Фондовый рынок представляет собой совокупность денежных отношений, обеспечивающих мобилизацию, перераспределение и инвестирование временно свободных денежных средств путем осуществления купли-продажи ценных бумаг.

Ценные бумаги являются специфической экономической категорией, сущность которой состоит в том, что с одной стороны, ценные бумаги – это особая фиктивная форма существования капитала (фондовая ценность), с другой стороны – это специфический товар с определенным набором характеристик, а с третьей стороны – это финансовый инструмент, имеющий определенные денежные характеристики.

Рынок ценных бумаг выполняет ряд функций, среди которых важнейшими являются функция перераспределения капиталов и функция страхования риска вложения капитала. В целом же функционирование капитала в форме ценных бумаг способствует формированию эффективной и рациональной экономики, поскольку он стимулирует мобилизацию свободных денежных ресурсов и их распределение в соответствии с потребностями рынка.

Цель и задачи исследования. Исследование современного состояния фондового рынка и механизма, обеспечивающего эффективную трансформацию сбережений населения в организованные инвестиционные ресурсы с учетом требований конъюнктуры рынка и особенностей национального воспроизводства, а также его проблематики и выработки перспектив развития его деятельности.

Результаты исследования. К настоящему времени с точки зрения количества и уровня специализации структура фондового рынка России уже вполне сопоставима со странами с развитыми рынками капиталов. Основные группы таких структур – профессиональных участников рынка ценных бумаг - представляют собой:

- коммерческие банки;
- брокерские фирмы;
- инвестиционные фонды различных типов;
- инфраструктурные организации (регистраторы, депозитарии и расчетно-клиринговые организации, фондовые биржи и другие торговые системы).

Главными проблемами развития рынка ценных бумаг в России являются организационные, кадровые и методологические. В первую очередь, это конечно проблемы государственного регулирования рынка ценных бумаг.

Организационные проблемы связаны с отсутствием развитой инфраструктуры рынка и слабым информационным обеспечением. Кадровые проблемы предопределены малым сроком развития рынка ценных бумаг и недостаточным числом высокопрофессиональных

специалистов. Методологические проблемы вызваны не проработанностью методик осуществления многих фондовых операций и отдельных процедур на рынке ценных бумаг.

Несмотря на большие трудности – законодательство, регулирующее рынок ценных бумаг, далеко от совершенства, сам рынок есть, он функционирует и развивается; он оказывает влияние на положение дел в государстве и способствует развитию предпринимательства в России.

По состоянию на конец 2014 года в России действовало 1259 организаций, имеющих те или иные лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг – на 15% меньше, чем годом ранее, из них около 40% – кредитные организации, 1163 компании являются брокерами, дилерами, доверительными управляющими, 66% из них расположены в Москве.

Выявленные в процессе анализа проблемы имеют следующие возможности своего решения:

- усиление защиты прав и законных интересов розничных инвесторов со стороны государства и создание условий для снижения рисков индивидуальных инвестиций;

- усиление борьбы с финансовыми пирамидами, несправедливо формирующими негативное отношение населения к финансированию в целом;

- создание системы эффективного надзора за деятельностью организаций, оказывающих финансовые услуги населению и жесткий контроль за размещением средств населения на рынке ценных бумаг;

- обеспечение со стороны государства высокого уровня защиты интересов инвесторов на внебиржевом организованном рынке за счет вовлечения его в зону эффективного регулирования. Такое регулирование в части раскрытия информации о заключаемых сделках, обеспечения защиты интересов участников, прозрачности осуществляемых операций и предотвращения недобросовестных сделок с финансовыми инструментами должно быть унифицировано. Кроме того, потребуется установить единые базовые требования к техническому обеспечению как бирж, так и иных внебиржевых торговых систем;

- для стимулирования выхода эмитентов акций на организованный рынок необходимо определить процедуры предложения ценных бумаг международным и отечественным инвесторам профессиональными участниками рынка ценных бумаг, оказывающими услуги по размещению и организации обращения ценных бумаг, а также установить ответственность этих лиц и выработать механизмы контроля за предложением ценных бумаг в Российской Федерации и за ее пределами, в том числе с участием саморегулируемых организаций;

- в развитие объемов и спектра сделок с ценными бумагами на организованном рынке в России необходимо создать условия для снижения издержек выхода на организованный финансовый рынок новых быстро растущих эмитентов, в особенности – венчурных, инновационных, наукоемких и инвестиционных компаний;

Предложенные направления позволят повысить роль сбережений населения в формировании инвестиционных ресурсов, аккумулируемых рынком ценных бумаг и трансформируемых в инвестиции реального сектора экономики; активизировать развитие сегмента коллективных инвестиций на рынке ценных бумаг; эмитентам ценных бумаг, с одной стороны, получить необходимые инвестиции, а с другой, – опыт и рыночную оценку своих ценных бумаг для последующего выхода на открытый рынок.

Выводы. Сегодня рынок ценных бумаг представляет собой огромную движущую силу экономики Российской Федерации, несмотря на то, что он считается довольно молодым и недостаточно развитым.

Повышение эффективности функционирования рынка ценных бумаг в современной России можно достичь путем усовершенствования законодательства, снижения административных барьеров, развития срочного рынка и рынка коллективных инвестиций, совершенствование качества корпоративного управления, улучшения привлечения частных инвесторов и механизмов защиты их интересов, совершенствования регулирования на

финансовом рынке, пресечения и предупреждения недобросовестной деятельности, совершенствования регулирования, консолидации и формирования положительного имиджа.

Перспективы развития фондового рынка России зависят не только от развития экономики страны и существующего инвестиционного климата, но и от действий, направленных на стимулирование улучшения качества работы самого фондового рынка.

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шальнева В.В.

доцент кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. В современной экономической ситуации одним из важнейших условий выживания и развития предприятия является наличие и рациональное использование денежных фондов. В таких условиях одной из ключевых проблем финансового анализа является определение и поддержание оптимальной величины и структуры вложенного капитала в денежной форме с целью получения максимального объема денежного потока за определенный период и рациональной организации расчетов. Движение финансовых ресурсов предприятий (прибыли, амортизационных отчислений и др.) осуществляется в форме денежных потоков. Для стратегического управления финансами важен не только общий объем денежных ресурсов, но и величина денежного потока, интенсивность его движения в течение года.

В современных условиях денежные средства являются одним из наиболее ограниченных ресурсов и успех предприятия в производственно-коммерческой деятельности во многом зависит от эффективности их использования.

Следовательно, для реальной оценки финансового результата деятельности любого предприятия в первую очередь необходима информация о его финансовых ресурсах и их движении, т.е. о денежных потоках.

Концепция денежных потоков предприятий возникла в середине 50-х годов XX века в США и разрабатывалась зарубежными экономистами. Среди авторов, чьи работы переведены на русский язык, проблемы определения, оценки и анализа денежных потоков предприятия рассматривают Л. А. Бернстайн, Ю. Бригхем, Дж. К. Ван Хорн, Б. Коласс, Б. Райан, Ж. Ришар, Д. Стоун, Д. Г. Сигл, К. Хитчинг, Э. Хелферт и др. В настоящее время выпущено значительное число книг в области управления денежными потоками. В последнее десятилетие данные проблемы находят отражение и в работах отечественных экономистов: В. Г. Артеменко, И. Т. Балабанова, В. В. Бочарова, АИ. Ковалева, В. В. Ковалева, М. Н. Крейнина, Н. А. Никифорова, В. П. Привалова, Т.Б. Рубинштейн, Е. С. Стоянова, Т. В. Теплова, А. Д. Шеремета и других авторов.

Цель и задачи исследования. Целью данных исследований является изучение методов оптимизации денежных потоков на предприятии на современном этапе и основных проблем связанных с этим процессом.

Основными задачами в управлении движением денежных средств являются сбалансирование сумм поступлений и расходов и синхронизация потоков во времени для достижения финансового равновесия компании с учётом стратегии долгосрочного развития бизнеса.

Методика исследования. Теоретико-методологической основой исследования послужили фундаментальные труды зарубежных и российских ученых, посвященные проблемам анализа и управления денежными потоками.

Результаты исследования. Механизм управления движением денежных потоков заключается в анализе доходов и расходов, бюджетировании, финансовом моделировании и постоянном контроле. Оптимизация денежных потоков предприятия представляет собой процесс подбора таких форм их организации, которые учитывают отраслевую специфику и индивидуальные особенности его бизнес-процессов. Оптимизированное движение денежных средств предприятия приведёт к росту чистого денежного потока.

Достигается это следующим комплексом мероприятий:

- эффективной финансовой, налоговой и ценовой политикой;
- повышением эффективности работы с претензиями для взыскания вовремя и в полном объёме дебиторской задолженности и штрафных санкций;
- сокращением расходов в текущей деятельности организации;
- уменьшением периода хранения материальных оборотных средств;
- использованием наиболее эффективных методов амортизации основных активов;
- повышением эффективности процессов производства и качества бизнес-процессов предприятия в целом.

При оптимизации движения денежных средств предприятия во времени их классифицируют по двум характеристикам:

- по уровню «нейтрализуемости» (способность изменяться во времени) выделяют денежные потоки поддающиеся и не поддающиеся изменению. Например, период лизинговых платежей может согласовываться сторонами, следовательно, это изменяемый по времени финансовый поток. Налоговые платежи всегда фиксированы по времени, поскольку законодательно установлены сроки их уплаты, которые нельзя нарушать.

- по уровню предсказуемости выделяют денежные потоки полностью предсказуемые, недостаточно предсказуемые и абсолютно непредсказуемые. Здесь объектом оптимизации выступают предсказуемые потоки.

В процессе оптимизации денежных потоков в первую очередь обеспечивается их сбалансированность по периодам времени. Для этого используют два основных метода: синхронизацию и выравнивание.

Синхронизация производится на основе ковариации положительного и отрицательного финансовых потоков. В процессе синхронизации требуется повысить уровень корреляции между двумя денежными потоками. Эффект, достигнутый применением этого метода, оцениваются с помощью коэффициента корреляции. В процессе оптимизации данный коэффициент должен стремиться к единице.

Целью выравнивания является «сглаживание» объемов денежных потоков по отдельным интервалам исследуемого периода времени. Оно позволяет минимизировать сезонные и циклические отличия в образовании доходов и расходов, сбалансировать средние остатки денежных средств и повысить уровень ликвидности. Эффективность этого метода оптимизации денежных потоков оценивают с помощью коэффициента вариации или среднеквадратического отклонения (необходимо добиться снижения этих показателей).

Конечным этапом оптимизации движения денежных средств является обеспечение условий увеличения чистого денежного потока предприятия, что приведёт к росту темпов экономического развития компании за счёт собственных источников и снизит его зависимость от внешних источников финансовых ресурсов. На основе результатов оптимизации денежных потоков предприятия выстраивается система планов эффективного использования финансов предприятия и внедряется система контроля результатов их исполнения.

Выводы. Таким образом, конечной целью оптимизации денежных потоков предприятия является максимизация чистого денежного потока предприятия, что повышает уровень его самофинансирования и снижает зависимость от внешних источников финансирования. На основе оптимизации денежных потоков предприятия может быть построена система планов рационального использования средств предприятия с учетом его специфики и внедрена соответствующая система контроля над их исполнением.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА АВТОКРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Щеглова С.С.

*старший преподаватель кафедры финансов предприятий и страхования
Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. Рынок автокредитования в России существует около десяти лет. Само появление автокредита на российском рынке банковских услуг в начале 2000-х годов можно рассматривать как фундаментальную кредитную инновацию. Развитие автокредитования в России может ускорить рост российской экономики, привести к расширению платежеспособного спроса населения. Кроме социальной и экономической роли, автокредитование имеет большое значение непосредственно для функционирования, повышения стабильности и эффективности банковской системы страны.

Целью исследования является изучение российского рынка автокредитования, его объемов, динамики, выявление проблемных аспектов и перспектив развития рынка.

Результаты исследования. Автокредитование представляет собой особую форму потребительского кредита, при которой происходит авансированное движение ссужаемой стоимости приобретаемого транспортного средства от банка к заемщику на условиях возвратности, срочности, платности и дифференцированности с обеспечением в форме залога приобретаемого и зарегистрированного в установленном законом порядке транспортного средства. Особенностью данного вида кредита является его целевой характер, а именно: ссужаемая стоимость не может быть использована заемщиком ни на что другое, кроме как на приобретение конкретного транспортного средства.

По сравнению с потребительскими кредитами уровень рисков при выдаче кредитов на приобретение автомобиля существенно ниже. Это обусловлено, прежде всего, тем, что приобретаемый в кредит автомобиль оформляется в качестве залога и в обязательном порядке страхуется, как правило, в той страховой компании, которая является партнером банка. В случае невозврата заемщиком кредита банк имеет право реализовать предмет залога, чтобы погасить остаток долга, а на данный период времени автомобиль является ликвидным залогом с точки зрения его возможной реализации.

С наступлением финансового кризиса объемы продаж автомобилей в кредит значительно сократились. Банки отказались от определенных видов программ автокредитования, повысили процентные ставки, сделали более жесткие условия предоставления кредита (повышение первоначального взноса, ужесточение требований к документам и более высокие требования к заемщику).

В начале 2015 года, после повышения ключевой ставки ЦБ РФ до 17%, продажи автомобилей в кредит были близки к нулю. Процентные ставки в некоторых банках доходили до 35%, при этом практически все кредитные организации ужесточили свои требования к потенциальным заемщикам, а некоторые прекратили выдачу автокредитов. В феврале Банк России начал постепенное снижение ключевой ставки, что относительно активизировало рынок автокредитования. А принятая с апреля 2015 г. государственная программа субсидирования процентных ставок сделала автокредитование одним из наиболее продаваемых банковских кредитных продуктов для физических лиц.

Если в первом квартале 2015 года банки выдали 55,3 тыс. автокредитов (-71,5% к аналогичному периоду прошлого года), то в апреле-июне – уже 133 тысячи (данные Национального бюро кредитных историй (НБКИ)).

При этом, по сравнению со вторым кварталом 2014 года падение составило значительные 63,8%. Доля автомобилей, проданных в кредит, на фоне общего падения продаж автомобилей достигла почти докризисных значений – 40,9% во втором квартале 2015 года. Для сравнения, в первом квартале в кредит было реализовано 20,1% новых машин, за весь 2014 год – 40,5%.

Таблица 1.

Динамика рынка автокредитования в 2014-2015 гг.

Период	Выдачи автокредитов, тыс. шт.	Продажа автомобилей, тыс. шт.	Доля кредитных авто в продажах (%)
1 кв. 2014 г.	194,1	555,5	34,94
2 кв. 2014 г.	205,7	553,3	37,18
3 кв. 2014 г.	206,1	524,3	39,31
4 кв. 2014 г.	217,5	704,4	30,88
1 кв. 2015 г.	55,3	275,2	20,10
2 кв. 2015 г.	133	325	40,94

Данные Национального бюро кредитных историй и агентства «Автостат»

Увеличение доли кредитных продаж автомобилей во втором квартале связано, в основном, с успешным запуском государственной программы субсидирования процентных ставок по автокредитам. Вместе с тем автопроизводители, которые не участвуют в этой программе, начали активно применять собственные схемы поддержки автомобилей, приобретаемых в кредит.

Доступность автокредитов для заемщиков зависит, в большей степени, от ключевой ставки ЦБ, которую Банк России планомерно снижает. Соответственно снижается стоимость привлечения средств банками, и они изменяют процентные ставки для заемщиков. Если в начале года средние ставки находились на уровне 24-27%, то к июлю они снизились до 17-20%.

Однако с понижением ключевой ставки уменьшается размер субсидии по программе льготного автокредитования. Согласно ее условиям, государство компенсирует 2/3 ключевой ставки ЦБ, при этом максимальная ставка, для которой предоставляются субсидии государства, должна быть не более чем на 10% выше ключевой ставки. В настоящее время максимальная субсидируемая ставка составляет 21%. Эти особенности госпрограмм делают их менее интересными для банков.

Выводы. Сегодня автокредитование является одной из динамично развивающихся отраслей банковской деятельности. Наиболее активными участниками рынка автокредитования являются столичные банки, однако в последнее время на рынок выходят и региональные банки. Такая тенденция способствует развитию автокредитования в регионах, где зачастую доходы населения не позволяют приобрести автомобиль с помощью собственных средств.

На рынке автокредитования во второй половине 2015 г. наблюдаются следующие тенденции: снижение требований к заемщикам, увеличение срока кредитования, либеральный подход к выбору автосалона клиентом, а также прямое кредитование при обращении в банк.

Необходимо отметить, что динамика процентных ставок и развитие рынка автокредитования будет зависеть от двух факторов: конкуренции на кредитном рынке и стоимости привлечения денежных средств для кредитных организаций. Если ЦБ РФ продолжит снижать ключевую ставку, существует вероятность дальнейшего снижения стоимости автокредитов.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОБЛЕМНОГО МЕТОДА ОБУЧЕНИЯ В ПРЕПОДАВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

Андрющенко Е.С.

*Старший преподаватель кафедры экономической теории
Института экономики и управления СП КФУ*

Введение. Современный этап развития высшего образования обуславливает необходимость в разработке и применении таких активных методов обучения, которые позволяют научить студентов самостоятельно «добывать» и совершенствовать свои знания для решения практических вопросов и стратегических задач, возникающих в экономике.

В современном мире человек должен проявить такие качества личности как инициативность, оригинальность мышления, изобретательность, умение видеть проблему проявить быстроту умственной реакции, способность к самосовершенствованию в профессиональной деятельности, готовности к конкурентной борьбе готовность обучаться в течении всей жизни. Эти способности по существу являются базовыми для современного специалиста.

Актуальность данного исследования в том, что экономические процессы, происходящие в настоящее время в обществе, обуславливают тот факт, что знания приобретенные в вузе, устаревают к моменту его окончания, следовательно важнейшей задачей стоящей перед высшей школой является выбор таких технологий обучения, которые бы обеспечивали процесс формирования у студентов общей и профессиональной компетентности.

Цель и задачи исследования – рассмотреть сущность проблемного обучения и особенности его применения при обучении экономической теории.

Результаты исследования. Технология проблемного обучения была разработана и получила широкое развитие благодаря трудам таких отечественных и зарубежных ученых, как И. Я. Лернер, В. Оконь, Д. В. Вилькеев, Т. В. Кудрявцев, М. И. Махмутов, и др.

Проблемное обучение по И. Я. Лернеру это такое обучение, при котором учащиеся систематически включаются в процесс решения проблем и проблемных задач, построенных на содержании программного материала. Из этого следует, что во-первых проблемное обучение предполагает самостоятельное полное или частичное посильное решение для учащихся проблем; во-вторых для решения этих проблем учащимся необходимо создавать ситуацию, побуждающую их к решению проблем.

Под проблемным обучением В. Оконь понимает совокупность таких действий, как организация проблемных ситуаций, формулирование проблем, оказание ученикам необходимой помощи в решении проблем, проверка этих решений и, наконец, руководство процессом систематизации и закрепления приобретенных знаний.

Д. В. Вилькеев под проблемным обучением имеет в виду такой характер обучения, когда ему придают некоторые существенные черты научного познания.

Т. В. Кудрявцев суть процесса проблемного обучения видит в выдвижении перед учащимися дидактических проблем, в их решении и в овладении учащимися обобщенных знаний и принципов решения проблемных задач.

Обобщая теоретические исследования М. И. Махмутов дает следующее определение понятия «проблемное обучение»: «Проблемное обучение - это тип развивающего обучения, в

котором сочетаются систематическая самостоятельная поисковая деятельность учащихся с усвоением ими готовых выводов науки, а система методов построена с учетом целеполагания и принципа проблемности; процесс взаимодействия преподавания и учения ориентирован на формирование познавательной самостоятельности учащихся, устойчивости мотивов учения и мыслительных (включая и творческие) способностей в ходе усвоения ими научных понятий и способов деятельности, детерминированного системой проблемных ситуаций».

Сегодня под проблемным обучением понимается такая форма организации учебных занятий, которая предполагает создание под руководством преподавателя проблемных ситуаций и активную самостоятельную деятельность студентов по их решению, в результате чего и происходит овладение знаниями, навыками, умениями и развитие мыслительных способностей.

При проблемном обучении преподавателя объясняя содержание наиболее сложных понятий, систематически создает проблемные ситуации, сообщает студентам факты и организует их учебно-познавательную деятельность. На основе анализа фактов студенты самостоятельно делают выводы и обобщения, формулируют определение понятий, правила, или самостоятельно применяют известные знания в новой ситуации. При проблемном обучении преподаватель систематически организует самостоятельные работы учащихся по усвоению новых знаний, умений, повторению закрепленного и отработке навыков. Студенты сами добывают новые знания, у них вырабатываются навыки умственных операций и действий, развиваются внимание, творческое мышление, формируется способность открывать новые знания и находить новые способы действия путем выдвижения гипотез и их обоснования.

Формы и методы проблемного обучения в преподавании экономической теории, микро- и макроэкономики весьма разнообразны. Проблемность может быть:

- сквозной, т.е. ставится стержневая проблема для всего учебного курса или большого раздела, например главная экономическая проблема – противоречия между возвышающимися человеческими потребностями и ограниченностью ресурсов;

- комплексной, если речь идет о проблемах включающих несколько тем, например макроэкономическая нестабильность, объединяющая темы связанные с цикличностью развития экономики, безработицей и инфляцией;

- тематической, охватывающей круг вопросов, которые разбираются при изучении темы, например, теория потребительского поведения;

- ситуационной, связанной с конкретными фактами и ситуациями. При выполнении практического задания – построение кривой производственных возможностей, студенты графически изображают данные о производственных возможностях, делают анализ кривой и определяют упущенную выгоду, связанную с их обучением.

Выводы. Проблемное обучение необходимо применять в зависимости от того, насколько это допускает учебный материал. В первую очередь для этого подходят темы содержащие в себе экономические проблемы и противоречия. Использование проблемного метода обучения в преподавании экономических дисциплин особенно эффективно, т.к. экономика не существует без противоречий, она изучает реальные проблемы с которыми сталкивается общество. Проблемный подход делает изложение экономического материала более доказательным (видно откуда взялась научная истина), а знания более осознанными и тем способствует превращению знаний в убеждения. Проблемное обучение учит мыслить научно, диалектически, дает студентам эталон научного поиска.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЛИ, ФАКТОРЫ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ КРЫМА

Бадалова Г.А., Решевская К.И.

магистранты кафедры экономики агропромышленного комплекса

Института экономики и управления КФУ

научный руководитель: к.э.н., доцент Мабиала Жильберт

Введение. Земля в сельскохозяйственном производстве является основным средством производства, и от того, насколько рационально ее используют зависит решение задач, стоящих перед отраслью. Под экономической эффективностью использования земли следует понимать уровень ведения на ней хозяйства. Она характеризуется параметрами выхода продукции с единицы соответствующих угодий и ее себестоимостью, сгруппированных в виде общих и обобщающих показателей, усложняющих мероприятие по оценке эффективности производства в целом в отрасли и отдельно по видам сельскохозяйственной деятельности.

Цель и задачи исследований. Целью настоящих исследования является обоснования перспективных направлений повышения эффективности использования земли как основного фактора производства сельских территорий. Задачи данной работы способствуют формированию стратегических путей возрождения аграрных традиций культуры, сохранению темпов эффективности использования земельных ресурсов предприятий в сельских местностях.

Методика исследования. Методические приемы изучения использования земли достаточно хорошо разработаны и должны применяться на практике. В хозяйствах следует ежегодно планировать и анализировать структуру посевных площадей полевых культур и структуру сельскохозяйственных угодий, оценивать результаты, полученные при использовании единицы земельной площади (1 га). Проводить бонитировку и экономическую оценку земель, привлекая полученные данные при выполнении экономического анализа.

Исследуемая проблематика получила широкое отражение в работах многих Малышей М.Н., Коваленко Н.Я., Добрынина В.А., Савкинв А.И., Деулиной А.В. и др., в работах которых рассматривались проблемы формирования системы критериев и показателей экономической эффективности сельскохозяйственного производства.

Результаты исследования. Земельные ресурсы характеризуются пространственной ограниченностью. Однако с экономической точки зрения ограниченность земли – понятие относительное, т.к. дополнительные вложения в землю позволяют непрерывно увеличивать производство продукции с единицы площади. Производительная сила земли, по существу, беспредельна. Ограниченность ее производительной силы сводится к ограниченности данного уровня техники, данного состояния производительных сил.

Экономическая эффективность использования земли в сельском хозяйстве определяется системой показателей. Важнейшими из них являются урожайность культур и себестоимость единицы продукции и др. Обобщающую оценку экономической эффективности использования земли дают стоимостные показатели: валовая продукция земледелия, валовой доход, прибыль на 100 га сельскохозяйственных угодий, на единицу производственных затрат. Показатели эффективности использования земель в сельском хозяйстве можно разделить на две группы: натуральные и стоимостные. К натуральным относятся: – урожайность отдельных сельскохозяйственных культур, ц/га; т/га; – выход кормовых единиц и переваримого протеина с 1 га сельскохозяйственных угодий, пашни, ц/га; – производство животноводческой продукции на единицу земельной площади (молока на 100 га с.х. угодий; прирост КРС, реализация КРС на 100 га сельскохозяйственных угодий; прирост свиней на 100 га пашни; производство продукции птицеводства на 100 га посевной площади зерновых);

К стоимостным показателям использования земли относятся: – выход (стоимость) валовой продукции в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий (пашни), млн. руб.; – выручка от реализации продукции на 100 га с.х. угодий; – величина валового, чистого дохода и прибыли в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий (пашни), млн. руб.

Обобщающим показателем использования земли является уровень рентабельности, который отражает уровень окупаемости текущих затрат и определяется как отношение прибыли к полной себестоимости продукции (в %). В качестве дополнительных показателей применяют такие, как – удельный вес сельхозугодий в общей земельной площади, %. – удельный вес распаханности, %. – удельный вес посевов в площади пашни, %.

Главный путь повышения эффективности использования земли в сельском хозяйстве на современном этапе – последовательная интенсификация. Практическое осуществление интенсификации земледелия включает широкий круг факторов, связанный не только с дополнительными вложениями, но и с совершенствованием технологии, организации производительности и труда. На всех этапах развития сельского хозяйства между ними должна быть определенная согласованность. Порою совершенствование технологии, организации производства и труда дает больший экономический эффект, чем новые дополнительные вложения. Одновременно необходимо также соблюдение научно обоснованной пропорциональности между составными частями дополнительных вложений, имея ввиду при этом их количество и качество. Только при этом условии обеспечивается постоянное увеличение производительной силы земли, повышение эффективности интенсификации земледелия.

Важнейшей составной частью ведения сельского хозяйства является система земледелия. Она направлена на повышение эффективности использования земли, постоянный рост ее плодородия. В систему земледелия включаются следующие элементы: землеустройство, в том числе ведение севооборотов; приемы борьбы с эрозией почвы, ее рациональная обработка; система машин; удобрение и известкование; орошение и осушение; семеноводство; окультуривание естественных сенокосов и пастбищ; борьба с сорняками, вредителями и болезнями растений, а также организационно-экономические и социальные мероприятия.

Важное значение в системе этих мер принадлежит правильному севообороту. Задача состоит в том, чтобы определить уровень насыщения его ведущей культурой, лучшие предшественники, промежуточные культуры, санитарные, оптимальную эффективность. Необходимо обеспечить положительный баланс органического вещества в почве, улучшить ее санитарное состояние, повысить плодородие почвы. Для улучшения использования земли, сохранения и повышения ее плодородия важное значение имеет усиление борьбы с водной и ветровой эрозией, строительство противоселевых сооружений.

Механизация производства занимает особое место в системе земледелия. Она способствует облегчению и привлекательности сельскохозяйственного труда, повышению его производительности, выполнению работ в оптимальные сроки и повышению урожайности.

Выводы. Огромный резерв повышения эффективности использования земли представляет дальнейшее улучшение применения органических и минеральных удобрений. Применение органических и минеральных удобрений, а также других средств химизации земледелия характеризуется высокой эффективностью. Они являются средством воспроизводства гумуса как фактора плодородности земли. Правильное применение органических и минеральных удобрений в научно обоснованных пропорциях и оптимальные сроки обеспечивает не только повышение урожайности сельскохозяйственных культур, но и способствует устойчивости их к неблагоприятным условиям, улучшению качества продукции. Система семеноводства включает совокупность мер по сортообновлению и внедрению перспективных районированных сортов и гибридов сельскохозяйственных культур, устойчивых к неблагоприятным условиям их возделывания в данной зоне и обеспечивающих более высокую урожайность и качество продукции. Система

окультуривания естественных сенокосов и пастбищ направлена на более интенсивное использование природных кормовых угодий в целях укрепления кормовой базы животноводства. Сюда входит комплекс мероприятий: очистка сенокосов и пастбищ от кустарников и мелколесья, их поверхностное коренное улучшение, проведение мелиоративных работ, рациональное использование и др. Для успешной практической реализации системы земледелия в целом и отдельных ее элементов требуется организационно-экономическое обеспечение, предусматривающее не только обоснование необходимых трудовых и материальных ресурсов, но и организацию их использования.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Байракова И. В.

Доцент кафедры экономической теории института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Ведение. Инвестиционная привлекательность отраслей промышленности влияет на рост экономического состояния региона и национального дохода. Поэтому, одной из главных экономических задач является взаимоотношение государства и промышленного производства, где его результатами является создание ВРП и ВВП, от которых, в свою очередь, зависит рост национального дохода. Но для этого необходимы новые подходы к оценке состояния отраслей промышленности; разработке эффективных мер по стабилизации экономики; увеличению масштабов и техническое перевооружение производства. Это требует использования национальных мер регулирования, которые должны быть экономически эффективными и благоприятно влиять на развитие промышленного производства в регионах.

Целью статьи является определение взаимосвязи инвестиционной привлекательности и национального дохода.

Результаты исследования. Государству необходимо осуществлять регулирование инвестиционных процессов и, особенно в период экономического кризиса. Ещё в период Великой депрессии многие учёные, среди которых был Дж. Кейнс, вели поиск вывода экономики из кризиса. Их внимание было направлено на проблему взаимосвязи инвестиций и национального дохода стран. В связи с этим Дж. Кейнсом была создана теория мультипликатора, что в переводе с латинского означает – умножать. Её суть заключается в том, что с увеличением притока инвестиций осуществляется рост национального дохода на величину большую, чем первоначальный рост инвестиций.

В связи с тем, что эффективное регулирование инвестиционных процессов в стране способствует стабилизации экономики, нами предлагается модель, которая основанная на интегральной оценке инвестиционной привлекательности отраслей промышленных предприятий региона, как объекта предстоящего инвестирования с учётом эффективного применения эндогенных (внутренних) факторов выступающих в органическом единстве с воспроизводственным процессом и представляющим его составную часть, влияющую на уровень доходности отрасли.

Методика исследования состоит из нескольких этапов:

1 этап. Определение факторов инвестиционной привлекательности отраслей промышленности.

2 этап. Оценка входных факторов инвестиционной привлекательности отраслей промышленности.

3 этап. Экспертная оценка входных факторов инвестиционной привлекательности отраслей промышленности.

4 этап. Оценка и выбор инвестиционно-привлекательной отрасли промышленности.

На первом этапе осуществляется исследование факторов отражающих экономическое состояние отрасли. Это необходимые действия, так как из всей совокупности показателей наблюдение осуществляется только за теми факторы, которые характеризуют положительные результаты отраслей промышленности. В результате работы экспертной группы осуществляется отбор тех факторов, которые определяют инвестиционную привлекательность отраслей промышленности.

На втором этапе выбирается максимальное значение показателя по каждому фактору, который берётся за базу сравнения и осуществляется расчёт факторов инвестиционной привлекательности отраслей в относительной форме. Это покажет долю каждого фактора в ряду распределения.

Третий этап предусматривает согласованность мнений экспертов, относительно ранжирования полученных значений по всем показателям эффективности отраслей промышленности с целью определения ранга и построения матрицы – выборки. Проверка надежности полученной ранжировки по данным каждого эксперта методом ранговой корреляции подтверждает согласованность мнений различных специалистов в оценке факторов. Для окончательного вывода о качестве результатов опроса производится расчёт коэффициент конкордации по критерию Пирсона, который осуществляет проверку согласованности мнений экспертов. Полученные результаты используются для построения матрицы весомости отраслей промышленности.

Четвёртый этап предусматривает построение матрицы значимости, с целью отбора из исследуемых отраслей инвестиционно – привлекательных отраслей. Затем, по критерию Пирсона проводится проверка значимости отобранных отраслей промышленности и осуществляется их сравнения с выбором отрасли привлекательной для инвестора.

Применение данной модели даст возможность составить более точное представление об экономическом состоянии отрасли промышленности как об объекте для инвестирования, которое осуществляется в виде капитальных вложений и, где главная роль в этом принадлежит государству.

Выводы. Таким образом, механизм регулирования инвестиционной деятельности региона повышает инвестиционную привлекательность отраслей промышленности и способствует росту ВРП и национального дохода страны.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВОЙ СФЕРЫ В РОССИИ

Безматерных В.Г.

*доцент кафедры экономической теории Института экономики и управления КФУ
им. В.И. Вернадского*

Введение. Социально-трудовые отношения - основа основ стабилизации экономических отношений любого общества. В российской экономике в настоящее время придается большое значение проблеме регулирования социально-трудовых отношений. Неслучайно в Генеральном соглашении между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством Российской Федерации на 2002-2004 годы содержался пункт о введении в государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования дисциплины «Регулирование трудовых отношений на принципах социального партнерства».

В деле совершенствования механизма управления социально-трудовой сферы в России может быть успешно использован зарубежный опыт развитых стран мира. Наиболее интересен опыт Германии.

Целью данного исследования является обобщение данного зарубежного опыта и его возможное и использование в России.

Результаты исследования. Система социально-трудовых отношений Германии, интенсивное формирование которой осуществлялось в послевоенный период (50-60 годы XXв.) и продолжается до сих пор, по выводам специалистов Международной организации труда оценивается как наиболее прогрессивная в мировой практике. Несмотря на то, что в современный период эта система переживает определенный кризис и происходит ее модернизация, все же она остается образцом построения и функционирования системы социально-трудовых отношений. Следует отметить, что именно немецкая система социально-трудовых отношений заложила основы, так называемой европейской (континентальной) модели отношений в сфере труда. Многоплановость немецкой практики регулирования социально-трудовых отношений заставляют остановиться лишь на наиболее характерных особенностях и соответствующих содержательных характеристиках немецкого опыта.

Для России особенно ценным является опыт Германии по регулированию социально-трудовых отношений на основе применения тарифных соглашений, учитывая низкую эффективность соглашений, применяемых в отечественной практике. Отметим, что законодательством этой страны зафиксирована тарифная автономия, то есть право субъектов рынка труда независимо от государства определять условия труда и формировать содержательные характеристики отношений в социально-трудовой сфере. Немецкие специалисты отмечают, что применение принципов тарифной автономии способствует:

- а) регулированию рынка труда и повышению эффективности занятости;
- б) социализации распределительных отношений;
- в) достижению социального мира;

г) институциональному закреплению свободного, социального, конкурентного порядка в экономике и в обществе в целом.

Для немецкой практики формирования тарифных соглашений характерна координация действий сторон социального диалога в ходе ежегодных раундов коллективных переговоров, которая осуществляется следующим образом. Соглашение, заключаемое в важнейшем секторе определенной отрасли промышленности или ведущей компании, рассматривается как «образцовое» и ее положений придерживаются другие участники коллективных переговоров. Например, в связи с лидерованием в промышленности Германии компании «IG Metall», заключенное в ней соглашение рассматривается как «пилотное» для других немецких фирм. В соответствии с нормами законодательства Германии и устоявшейся практикой тарифные соглашения охватывают две части: а) нормативную; б) обязательную. Последняя содержит обязательства сторон социального диалога относительно выполнения условий соглашения, во избежание конфронтации и соблюдения социального мира в период действия тарифного соглашения.

Нормативная часть тарифного соглашения содержит конкретные достигнутые договоренности по условиям труда (условия занятости, продолжительность рабочего времени и времени отдыха, заработная плата, социальные льготы, системы оплаты труда, развитие персонала и т.п.). Тарифные соглашения, применяемые в практике ФРГ, в зависимости от сферы их действия делятся на три группы:

- 1) двустороннего;
- 2) специального;
- 3) пространственного характера.

Двусторонние тарифные соглашения распространяются лишь на две стороны, которые вели коллективные переговоры и заключили соглашение. Сторонами такого соглашения является представительная организация работодателя и профсоюз. Тарифное соглашение специального характера охватывает уровень отдельной отрасли экономики или определенный сектор экономики, что более характерно для ФРГ. Тарифное соглашение

пространственного характера распространяется на уровень отдельного региона по отношению к предприятиям определенного сектора экономики. Тарифные соглашения, действующие в ФРГ, по своим содержательным характеристикам являются специализированными, так как содержат взаимные договоренности сторон социального диалога только по определенному кругу вопросов, являющихся предметом социально-трудовых отношений. Можно выделить три основных вида тарифных соглашений в зависимости от их содержания:

1) тарифные соглашения по условиям трудовой деятельности, которым присуща стабильность, и они пересматриваются один раз в 2-4 года. К ним относятся взаимные договоренности о продолжительности рабочего времени и его распределение в течение недели, продолжительности и порядка предоставления отпусков, регламентации условий и графика работы в ночное время, регулирования трудовой деятельности по неполной занятости, установление испытательного срока при приеме на работу и тому подобное;

2) тарифные условия, имеющие специальное назначение и регулирующие условия применения временной занятости, формы и методы организации труда при нетипичных обстоятельствах (работа на дому, автоматизированные рабочие места, работа людей с ограниченными физическими возможностями т.п.), организация переподготовки персонала и т.д.; 3) тарифные соглашения, устанавливающие условия оплаты труда и определяющие размеры, и порядок выплат социального характера.

Выводы. Итак, для системы тарифных соглашений, применяемых в ФРГ, характерно большое разнообразие. Значительны и количественные характеристики действующих соглашений. Так, в 1988г. в тарифном реестре Министерства труда было зафиксировано около 7000 заключенных в течение года сделок, а еще почти 32000 были ранее заключены и действовали в тот период. Несмотря на то, что некоторые немецкие специалисты видят в тарифных соглашениях одну из причин негибкости рынка труда и ухудшение соотношения между спросом и предложением рабочей силы, следует отметить, что тарифную автономию невозможно оценивать исключительно с точки зрения экономики, и не следует пренебрегать социальными последствиями партнерства в сфере труда, основополагающими принципами социального рыночного хозяйства.

ПРОБЛЕМЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

Волгин А.С.,

студент 2 курса Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: Кравченко Л.А.,

к. э. н., доцент кафедры экономической теории

Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Актуальной проблемой России всегда было импортозамещение. По статистике, слишком много товаров и услуг наша страна получает через импорт и после введения Западом санкций эта проблема ещё более усугубилась. Вопросы импортозамещения являются стратегически важными, от их решения зависит уровень роста, развития и обороноспособности национальной экономики.

Цель исследования: выявить проблемы импортозамещения и рассмотреть пути повышения конкурентоспособности национальной экономики.

Задачи: 1) Рассмотреть количество импорта России. 2) Выявить влияние санкций на импорт товаров и услуг. 3) Проанализировать проблемы импортозамещения и повышения конкурентоспособности национальной экономики

Результаты исследования. Создание благоприятной экономической среды - это одна из ключевых задач государства, и ее выполнение достигается различными способами, один

из которых стратегия импортозамещения. Стратегия импортозамещения предполагает постепенный переход от производства простых товаров к наукоемкой и высокотехнологичной продукции путем повышения уровня развития производства и технологий, образования широких слоев населения. Развитие производства на высоком уровне невозможно без соответствующих кадров. Мы должны стремиться к тому, что бы вырастить свои профессиональные кадры и возможно для этого нужно привлекать интересующих нас профессионалов из-за границы. Все это требует развития институтов, повышения зарплат, разработки специальных программ для ученых.

Очевидно, что за большое количество лет, Россия привыкла к импорту, в большинстве отраслей доля импорта составляет свыше 50 процентов от общего объема продаж. В тяжелом машиностроении - от 70 до 80 процентов, фармацевтике – 80-90, в авиации на борта зарубежного производства в прошлом году пришлось 95 процентов всех перевозок. Мяса мы производим в 6, молока — в 4 раза меньше, чем в 1990 году. Закупаем за рубежом говядину, свинину, мясо птицы, рыбу, молоко и молочные продукты, масло, сыры, картофель, помидоры, лук, чеснок, огурцы, яблоки и даже подсолнечное масло и др.

Санкции в сторону России были выставлены после того как присоединился Крым. В ответ на санкции в начале августа Россия запретила на год поставки продовольственных товаров из стран - членов Евросоюза. В основном под запреты попали мясо, молочная продукция, фрукты и овощи, морепродукты и охлажденная рыба. Российское правительство в экономическом развитии приняло курс на импортозамещение. Заместить импорт это не значит поменять одних поставщиков на других. Главный смысл импортозамещения – помочь своей промышленности выйти на мировой рынок и быть конкурентоспособной и экономически независимой. Вместе с тем, возникла проблема, из-за санкций бизнесмены боятся вкладывать деньги в проекты по импортозамещению, санкции могут отменить через полгода, а для бизнеса это будет пустая трата денег.

Стоит понимать, что мы не можем полностью закрыть ввоз импорта в страну и быть самодостаточной страной. ВВП импорта в РФ примерно равен 18 %. И за короткий промежуток времени сложно заместить все эти 18 %, нужно определить четкую позицию и решить в каких секторах экономики приоритетно заниматься импортозамещением. Неоднократно о импортозамещении говорил и президент, и руководители правительства. Еще в 2012 году Владимир Путин в майских указах, заговорил об импортозамещении стратегических важных отраслей экономики. По мере обострения отношений с Европой и США наше Правительство подошло к этой проблеме более основательно. Заменять нужно все: от продукции ВПК до платежных систем. Идеи импортозамещения коснулись даже интернета. "Стране нужна научно-техническая революция", - заявил Путин.

На сегодня, проблему импортозамещения Россия решает через установление сотрудничества со странами, не связанными обязательствами перед США и Европой, в т.ч. Юго-Восточной Азией, Южной Кореей, Малайзией и Китаем. У этих стран весьма разнообразный и привлекающий нас рынок оборудования и технологий, которые в нашей стране не развивались. Взамен Россия может предложить сотрудничество в области атомной энергетики, космических технологий, в области вооружений, совместного освоения Арктики и др.

Решению проблем импортозамещения и повышения конкурентоспособности национальной экономики мешают:

- отсутствие масштабной целевой господдержки;
- слабая информированность предприятий о существующих мерах господдержки и трудности доступа к её получению;
- неразвитость инфраструктуры продвижения экспортной продукции;
- трудности с кредитованием производства;
- отсутствие достаточного опыта для успешной внешней экономической деятельности у большинства предприятий;

- слабое стимулирование предприятиями научной и инновационной деятельности;
- дискриминационные отношения между кредитными финансовыми организациями и предприятиями промышленности, нужно сделать денежные ресурсы доступными для бизнеса.

Для решения задачи импортозамещения и повышения конкурентоспособности отечественных отраслей предстоит провести следующие меры государственной поддержки:

- принятие федерального закона о промышленной политике РФ (Законопроект внесён на рассмотрение в Госдуму);
- замещение внешних источников кредита внутренними, создание суверенной финансовой системы;
- ликвидация дискриминационных отношений между кредитными финансовыми организациями и предприятиями промышленности (денежные ресурсы должны стать доступными для бизнеса).

Выводы. Таким образом, за короткое время России предстоит сделать то, что при обычных условиях происходит гораздо дольше. Без мобилизационных усилий на всех уровнях власти и экономики это невозможно. Стране нужен большой объем ресурсов, высокая степень государственной поддержки и новые подходы государственного управления. Результат импортозамещения должно стать повышение конкурентоспособности отечественной продукции посредством стимулирования технологической модернизации производства, повышения его эффективности и освоения новых конкурентоспособных видов продукции с относительно высокой добавленной стоимостью. Следует понять, что результат экономического развития страны будет зависеть от четкого плана действий и глубокого осмысления ситуации на всех социальных уровнях, включая каждого гражданина страны.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Гармидер А.А.¹

¹*аспирант кафедры Экономической теории Института экономики и управления КФУ*
научный руководитель: д.э.н., профессор Бережная И.В.

Введение. Республика Крым представляет уникальный природно-климатический и ресурсно-хозяйственный комплекс, главным конкурентным преимуществом которого является значительный природно-ресурсный потенциал, определяющий специализацию полуострова как санаторно-курортного и туристического региона. Учитывая, что, развитие санаторно-курортного и туристического комплекса региона осуществляется под влиянием усиления процессов глобализации, нарастания кризисных явлений в мировой экономике, важной является оценка современных тенденций его развития.

Цель и задачи исследования. Целью настоящего исследования является анализ современного состояния туристического рынка Республики Крым и выявление региональных особенностей его развития. Вопросам данной тематики посвящено значительное количество научных исследований, среди которых необходимо выделить работы Е.А. Полищук, Ю.В. Чеснокова, С.Ю. Цехлы, в которых рассмотрены состояние и перспективы развития санаторно-курортного комплекса, основные проблемы функционирования регионального туристического рынка.

Методика исследования. С целью оценки современных тенденций развития туристического рынка предлагается использовать методы сравнительного экономического

анализа, а также аналитический метод, что позволит проанализировать, интерпретировать и сравнить полученные результаты.

Результаты исследования. Выявление региональных особенностей развития туристической сферы Республики Крым обуславливает необходимость оценки материально-технической базы санаторно-курортного и туристического комплекса как важного фактора, определяющего конкурентные позиции регионального туристического рынка. Это позволит выявить имеющиеся конкурентные преимущества и идентифицировать проблемы, снижающие уровень конкурентоспособности туристической сферы региона.

Материально-техническая база санаторно-курортного и туристического комплекса Республики Крым представлена действующими санаториями, пансионатами, домами отдыха, гостиницами, кемпингами, туристическими базами, детскими оздоровительными лагерями и включает 836 объектов размещения по состоянию на 1 января 2015г. Из них 56,6% объектов размещения предоставляют специализированное санаторно-курортное лечение и услуги оздоровительного характера, 43,4% объектов предоставляют услуги по временному проживанию. При этом на долю Южного и Юго-восточного рекреационных районов приходится 46,9% общего количества объектов размещения, на долю Западного рекреационного района - 12,5%, а в остальных рекреационных районах сосредоточено 40,6% общего количества объектов размещения. За период 2009-2014гг. наблюдается тенденция сокращения учреждений, предоставляющих специализированное санаторно-курортное лечение и рост учреждений, оказывающих услуги по временному проживанию, что свидетельствует об экстенсивном росте количества объектов размещения. При этом наблюдается положительная динамика количества структурных подразделений сферы сервиса в гостиницах, пансионатах и домах отдыха, что способствует повышению уровня комфортности отдыха рекреантов. Так, в 2009 г. функционировало 297 структурных подразделений сферы сервиса в составе частных гостиниц, пансионатов и домов отдыха, их них 64 автостоянки, 20 ресторанов, 77 кафе и баров, 51 бассейн (сауна), 30 прачечных, 11 магазинов и 44 других подразделений сферы сервиса. В 2014 г. количество структурных подразделений увеличилось до 332 единиц в основном за счет автостоянок (73 единицы), кафе и баров (84 единицы), ресторанов (25 единиц). При этом 35 автостоянок функционируют при гостиницах г. Симферополь, 48 кафе, баров и ресторанов – при гостиницах и пансионатах г. Ялта.

Оценивая динамику туристического потока, следует отметить, что за период 2009-2014 гг. его структура изменялась в направлении сокращения доли организованного туризма и увеличения удельного веса частных поездок. При этом основным средством размещения отдыхающих традиционно являются санатории, однако в 2014 г. их удельный вес в структуре размещения рекреантов сократился на 4,4%. При этом необходимо отметить стабильный рост количества рекреантов, обслуженных в гостиницах, домах отдыха и пансионатах, что обусловлено развитием сопутствующей инфраструктуры сферы сервиса и предоставлением в этих учреждениях оздоровительных услуг (SPA-услуги, массаж, программы диетического питания). В частности индекс роста действующих объектов сферы сервиса в 2014 г. относительно 2009г. составил: автостоянки – 119,45; рестораны –136,21; кафе (бар) – 177,16; сауна (бассейн) – 153,69; объекты торговли – 134,89. Кроме того снижение количества оздоровленных в специализированных санаторно-курортных учреждениях связано с несоответствием цены предоставляемых туристических услуг их качеству, высоким уровнем морального износа специализированного оборудования (87% данного оборудования нуждается в обновлении), что способствует ослаблению лечебной функции крымских курортов и усилению их оздоровительно-развлекательной функции.

Следует учитывать, что величина туристического потока предопределяет объем реализации туристических услуг. Так, за анализируемый период наблюдается положительная динамика объема реализации туристических услуг, при этом 46% от общего объема реализованных услуг, приходится на санаторно-курортные учреждения. Однако, начиная с 2011 г., имеет место тенденция снижения количества оздоровленных в санаторно-курортных

учреждениях, а именно в пансионатах с лечением, что способствовало уменьшению объема реализации услуг в 2014 г. на 1,2% по сравнению с 2009 г. При этом увеличиваются объемы реализации услуг гостиниц, пансионатов, домов и баз отдыха.

Выводы. Анализ тенденций развития туристической сферы Республики Крым позволяет выделить ряд конкурентных преимуществ туристического рынка, к которым целесообразно отнести наличие разветвленной сети санаторно-курортных учреждений, имеющих специализированное лечебное оборудование и использующих современные методики лечения и профилактики заболеваний, рост количества структурных подразделений сферы сервиса, а также позволяет идентифицировать проблемы, сдерживающие его развитие. В числе таких проблем автор выделяет несоответствие материально-технической базы санаторно-курортного и туристического комплекса Республики Крым мировым стандартам ввиду высокого уровня морального износа основных фондов и специализированного лечебного оборудования, сезонные диспропорции в функционировании объектов размещения, снижение количества оздоровленных в специализированных санаторно-курортных учреждениях. Устранение этих проблем позволит обеспечить оптимизацию туристического потока, повысить уровень конкурентоспособности санаторно-курортного и туристического комплекса Республики Крым.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА: ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ

Горячих М.В.

доцент кафедры экономической теории Института экономики и управления КФУ

Любому гражданину, ежедневно вовлечённому в область экономической жизни, необходимо понимание происходящих экономических явлений. Тем более, это необходимо профессионалу. Поэтому в учебные планы подготовки магистров в области экономики необходимо включение дисциплин, позволяющих им в будущем вести научно-исследовательскую, проектно-экономическую, аналитическую, организационно-управленческую и педагогическую деятельности. Одной из таких дисциплин является «Философия экономической науки». Поскольку её появление в учебном процессе экономистов произошло относительно недавно, то возникает проблема формирования предмета и задач данной дисциплины для студентов.

Основная цель изучения «Философия экономической науки» - формирование базовых теоретических знаний об основных тенденциях и принципах развития науки как социального института, о закономерностях формирования экономической науки, что необходимо для получения практических навыков научно-аналитической работы, развития и обогащения знаний, необходимых для осуществления научно-исследовательской деятельности в сфере наиболее значимых направлений современной теоретической и прикладной экономики, в формировании собственной философии магистранта и устойчивой потребности в научных изысканиях. Также целью является изучение и анализ мировоззренческих и методологических проблем экономических науки, её диалектической взаимосвязи с экономической практикой.

Среди исследователей и преподавателей теоретической экономики нет однозначного понимания предмета, содержания и места философии экономики в системе экономического и всего социального научного знания. Пока параллельно существует два конкурирующих подхода. Особенность первого – в ограничении предмета только сферой познания: принципами и методами формирования, накопления экономического знания и его логической структуризации. Особенность второго подхода - абсолютизация субъектно-онтологического аспекта экономики, представленного в работах.

Всякая научная дисциплина является системным образованием, в котором выделяются три составные части: базовая наука, её философия и методика. Но базовая наука – Экономика – очень широка и многообразна: за четыре года очного обучения в бакалавриате студенты изучают множество разделов экономической науки. Это и основополагающие дисциплины «Экономическая теория», «Политэкономия», «История экономических учений», «Макро-» и «Микроэкономика» и множество специализированных предметов в зависимости от выбранной специальности. Любое предложение науки будет непременно нагружено как философскими, так и методологическими аспектами. Современный экономист вынужден обязательно обратиться к философии науки, иначе ему будет сложно разобраться в растущем потоке концепций и подходов. Жизнь человека становится более сложной, многосторонней в философском аспекте. Философия экономики должна укрепить позиции специалиста в области экономики, позволить ему сформировать будущее по его замыслам. Философия экономической науки уже давно не рассматривается как приложение к экономической науке.

Философия экономики разбирает философский смысл некоторых основных экономических категорий, таких, как хозяйство, труд, свобода, рациональность, желание и потребность, «экономический человек», богатство, бедность и т.п. Эти понятия по своему значению выходят за сферу экономики, их смысл изменяется со временем. Пытаясь разобраться в их содержании, мы получаем общее представление о природе хозяйственной деятельности, о ее месте в жизненном мире человека. В результате оказывается, что философия экономики – это не экономика, изложенная в общем виде, но философия, затрагивающая ряд очень важных сторон существования человека.

Раньше всего складывается базовая часть дисциплины, гораздо позже – подтягивается философский аспект. То есть развитие трёх составных частей дисциплины не происходит одновременно. Слабая сторона современной философии экономики – это наличие разрыва между экономикой и философией науки.

Современная философия изучает экономическую науку в двух основных аспектах: как отрасль знания и как вид человеческой деятельности. Философия экономики решает методологическую и мировоззренческую задачи. Она не только создаёт систему координат, но и составляет сложные фрагменты общей картины экономической реальности, выявляет необходимые ориентиры, благодаря которым человеческая личность осуществляет перспективное моделирование собственного жизненного поведения, создаёт необходимые ориентиры, благодаря которым человеческая личность осуществляет перспективное моделирование собственного жизненного поведения, создаёт необходимые и разносторонние условия для своего существования и развития.

В отличие от экономических теорий, изучающих конкретные проявления экономических явлений, в центре внимания философии экономики находятся сущностные стороны экономических явлений и процессов экономической жизни в целом. Она призвана дать представление о важнейших аспектах экономического бытия, где создаются необходимые материальные и духовные условия существования человечества.

Философия занимается проблемами соотношения производительных сил и производственных отношений, другими экономическими проблемами. Но главными вопросами всё же остаются вопросы о человеке в экономике, об экономике для человека и общества. Будущий специалист, прежде всего, является личностью и гражданином, и лишь потом экономистом, предпринимателем. Речь идет о смыслополагании и целеполагании человеческой деятельности.

Исследуя общие закономерности хозяйственно-практической и теоретико-экономической сфер человеческого бытия, философия экономики позволяет осуществить комплексный и целостный подход к изучению истории экономических учений, к её теоретической основе, преодолеть фрагментарность и междисциплинарную замкнутость экономических дисциплин. Данная дисциплина особое внимание обращает на ценностно-смысловую и мировоззренческую основы учений. Кроме того, только на основательном

философском фундаменте общей методологии науки, культуры и философии можно постигнуть процесс воспроизводства как главный системный объект экономической науки. Обращается внимание на ценностную детерминацию хозяйственной деятельности человека.

Выводы: Решение сложных проблем реформирования и возрождения современной России в значительной мере зависит от эффективности развития и функционирования экономической науки. Современному специалисту, овладевающему экономической теорией, необходимо понимание наиболее общих закономерностей её развития, мировоззренческих, методологических, логико-гносеологических и других философских проблем экономической науки.

Экономическая наука изменяет понятия философии в более понятные для себя – экономические, а также формирует собственный понятийный аппарат и свои методы исследования. Используя достижения и наработки иных отраслей научного знания, философия экономической науки создаёт свою модель эпистемологии и свой метод исследования.

СТИМУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КРЫМУ

Денисова А.Ю.

студентка кафедры экономики факультета экономики Института экономики и управления КФУ

научный руководитель: Кравченко Л. А.

Введение

Малый бизнес и средний бизнес – это базовые составляющие рыночного хозяйства, которые являются наиболее совершенными формами производственно-экономических отношений, при которых предприниматель, работая в условиях полной хозяйственной самостоятельности и имущественной ответственности, становится подлинным хозяином. На сегодняшний день эта тема достаточно актуальна в Крыму. 15 июня 2015 года состоялось совещание Правительства РФ по поддержке малого и среднего предпринимательства в Крыму. Премьер-министр Дмитрий Медведев сообщил о том, что федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя на период до 2020 года» в этом году скорректирована, и сейчас объем финансирования программы увеличен почти на 30 млрд руб. – до 708 млрд руб. Деньги пойдут на строительство дорог, на больницы, на школы, на модернизацию инженерной, транспортной, социальной инфраструктуры региона и, естественно, на развитие туризма, с которым в значительной степени связан малый бизнес Крымского федерального округа.

Проблемы предпринимателей Крыма

Пока проблем у предпринимателей Крыма очень много. В первую очередь, - это доступность финансовых ресурсов. Крупные банки на данный момент не работают в Крыму, что существенно уменьшает возможности крымских предпринимателей в получении доступных кредитов.

Кроме того, крымским предпринимателям сложно интегрироваться в российскую правовую среду. Иное налогообложение, иное законодательство о страховых взносах, проблемы с получением разрешительных документов, регистрацией, гораздо более строгие правила лицензирования в алкогольной отрасли, и ко всему – малая информированность делает работу предпринимателей Крыма еще более сложной.

Дополнительной проблемой стала фактическая изоляция Крыма: «Крым оказался под санкциями Евросоюза и США, которые сильно ударили по экономике Крыма и его гражданам (парализована работа международных морских портов, аэропорт Симферополь из международного превратился в местный, прекращены все экспортно-импортные операции,

пострадала банковская сфера, свернуты продажи международных брендов и др.». Из-за падения количества отдыхающих упали и доходы предпринимателей, которые вынуждены закрывать свой бизнес. В целом предприниматели Крыма отмечают, что существенно усложнена транспортная логистика, так как Керченская переправа не справляется, плохо работает банковская система, растут цены поставщиков, как из-за роста доллара, так и из-за проблем с доставкой товара в Крым.

На совещании Дмитрий Медведев отметил, что есть и специфические проблемы, включая, например, лицензирование морских и внутренних водных перевозок. В Крымском округе большинство маломерных судов вообще не лицензировано в соответствии с законодательством России. Проблему нужно решать, в то же время не парализуя транспортное сообщение и туристический бизнес.

При этом, по словам министра экономического развития Улюкаева, процесс интеграции в 2014 году затянулся.

Действительно по данным прошлого года количество индивидуальных предпринимателей в Крыму упало в 5 раз по сравнению с периодом 2013 года. Это вполне естественный процесс – не все прошли перерегистрацию в соответствии с российским законодательством, многие, в связи с потерей деловых связей, решили прекратить деятельность, кто-то из-за ухода украинских банков потерял значительные суммы на своих расчетных счетах, что заставило свернуть бизнес. Однако уже в этом году процесс активизировался. По данным Минэкономразвития за первые четыре месяца года количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей и юрлиц МСП увеличилось на 70%. На май 2015 года зарегистрировано 86 тыс. субъектов малого и среднего бизнеса, среди которых 56 тыс. – индивидуальные предприниматели Крыма и Севастополя.

Возникли проблемы и с регистрацией в качестве резидентов СЭЗ Крыма. Сейчас там зарегистрировано всего 15 участников СЭЗ. По словам Олега Савельева, министра по делам Крыма, главной проблемой стала усложненная инвестиционная декларация, которая является частью соглашения. В апреле ее упростили, что по идее, должно повысить интерес предпринимателей к регистрации в СЭЗ. Однако сложности с регистрацией остаются. На совещании Дмитрий Медведев призвал упростить механизм регистрации участника СЭЗ радикальным образом, чтобы повысить к ней интерес предпринимателей.

Что предлагается в качестве господдержки предпринимателей в Крыму

В прошлом году Правительство РФ оказало государственную поддержку малому и среднему предпринимательству в Крымском округе на сумму приблизительно 200 млн руб. Для компаний, которые зарегистрированы в первые три года работы свободной зоны, предусмотрены пониженные тарифы страховых взносов в государственные внебюджетные фонды (они уменьшены с 30% до 7,6%). Кроме того, в Крыму введен режим свободной таможенной зоны.

По словам Алексея Улюкаева, в Крыму сейчас работает 25 коммерческих банков, по ряду из них есть программа поддержки МСП. Но объем кредитного портфеля, который был предоставлен малому и среднему бизнесу, очень небольшой и меньше, чем был прежде, – примерно 1 млрд 700 млн по Республике Крым, 850 млн – по городу Севастополю. Этому есть причины: малое количество кредитных организаций, меньшая ресурсная база, недостаточность залогов, потому что и предприятия не перерегистрированы, и сами активы (предмет залога) в большом количестве случаев. Компенсировать это предлагается через систему государственной финансовой поддержки.

В прошлом году в Республике Крым и в Севастополе были созданы государственные фонды поддержки предпринимательства, фонд микрофинансирования предпринимательства и гарантийный фонд поддержки предпринимательства.

Из федерального бюджета на систему государственной поддержки малого и среднего предпринимательства определена сумма 170 млн, это на 30% примерно больше, чем в прошлом году.

При этом центр поддержки предпринимательства получит 19 млн руб., гарантийный фонд – 50 млн руб., фонд микрофинансовых организаций – 61 млн руб., поддержка начинающим субъектам МСП через гранты – 25 млн руб. и субсидирование процентной ставки по кредитам – 15 млн руб. Отдельно будут выделены средства Севастополю на программу поддержки малого и среднего бизнеса – 122,6 млн руб., которые также будут распределены по направлениям поддержки.

Как получить кредит и господдержку предпринимателю в Крыму

Все вышеназванные фонды действительно в Крыму есть, соответствующие нормативные акты приняты, и деньги выделяются. Но крайне мало. По словам министра экономического развития РК Ирины Лычагиной, в прошлом году было выделено всего 10 грантов предпринимателям. Этому есть ряд причин. Первая – не все работают в правовом поле: получить поддержку могут только официально зарегистрированные предприниматели Крыма, не имеющие долгов по налогам и не имеющие задолженности по кредитам. Кроме того, существуют проблемы и с залогами – далеко не все могут его предоставить. Высоки требования к оформлению документов. Еще одна проблема – многие элементарно не знают, могут ли они на что-то рассчитывать и как получить субсидию, грант, кредит на развитие бизнеса в Крыму. Но помощь получить можно.

На сегодня есть несколько вариантов пополнения оборотных средств на развитие бизнеса в Крыму:

1. Получить микрокредит до 1 млн руб. в фонде микрофинансирования предпринимательства Крыма. Займы выдаются на срок до 36 месяцев на пополнение оборотных средств и малые инвестиции (покупку техники, например) и выдаются субъектам малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства и сельхозпотребкооперативы. При сумме микрозайма более 150 тыс. руб. потребуются залог, в качестве которого могут быть автомобили или сельхозтехника. Кредиты выдаются под 8-10% годовых.

Сайт Фонда микрофинансирования предпринимательства Республики Крым – <http://www.mikrofinrk.ru>.

2. Получить грант начинающему предпринимателю Крыма. Гранты или субсидии выдаются в сумме до 500 тыс. руб. (в прошлом году предельная сумма составляла 300 тыс. руб.) на безвозмездной основе начинающим предпринимателям (как юридическим лицам, так и ИП). То есть возвращать эти деньги не потребуется. Но отчитаться за них, конечно, придется.

Гранты предоставляются на конкурсной основе. Претендовать на грант могут начинающие предприниматели, зарегистрированные в Крыму и работающие менее года с момента государственной регистрации, прошедшие курсы обучения основам предпринимательской деятельности (за исключением тех, кто имеет высшее юридическое или экономическое образование), имеющие бизнес-план с подтвержденными расходами на начало деятельности, выплачивающие зарплату работникам не ниже прожиточного минимума и осуществляющие приоритетные для Крыма виды деятельности. Приоритетными являются инновации, промышленное производство, сельское хозяйство, санаторно-курортная и туристическая деятельность. В первую очередь на получение субсидий могут рассчитывать зарегистрированные безработные, военнослужащие, уволенные в запас, субъекты молодежного предпринимательства, те, кто работает в социальной сфере.

Информацию по получению грантов можно получить в Крымском государственном фонде поддержки предпринимательства – <http://csfes.ru>. Этот же фонд занимается информационной поддержкой предпринимателей Крыма.

3. Получить кредит в банке под гарантию Крымского гарантийного фонда поддержки предпринимательства. Фонд дает поручительство по кредитным договорам на срок от года до пяти лет, и на сумму от 1 млн руб. до 35 млн руб. Условиями опять же являются отсутствие просроченных задолженностей по налогам и сборам, и кредитным обязательствам. Поручительство может составить до 70% от суммы обязательств заемщика.

На сегодня у Фонда 8 банков-партнеров, где можно получить кредит под его гарантию. Это Байкалбанк, ФиаБанк, КБ «Финансовый стандарт», КБ «Рублев», Северный кредит, ГЕНБАНК, РНКБ и Тальменка-банк. Заемщику необходимо обращаться в банк-партнер Фонда напрямую, и если банк принимает положительное решение по кредиту, при нехватке собственного обеспечения можно обратиться за поручительством Фонда. Об условиях предоставления гарантий можно узнать на сайте гарантийного фонда – <http://garant-fond.rk.gov.ru>. Кроме того, за поручительством при получении кредита можно обратиться напрямую в Агентство кредитных гарантий.

Вывод В настоящий период правительство Российской Федерации, не смотря на возникшие проблемы, связанные с переходным периодом в Крыму, оказывает помощь не только опытным предпринимателям, но и «новичкам» в виде микрозаймов и грантов.

АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Елпанова Я.В.,

студентка 2 курса Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: Кравченко Л.А.,

к. э. н., доцент кафедры экономической теории

Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Понятие «потребительская корзина» необходимо для определения прожиточного минимума, а также для расчета индекса потребительских цен в России. В потребительскую корзину входит определенный набор товаров и услуг, которые характеризуют необходимость в их потреблении для среднестатистической семьи.

Результаты исследования. Состав потребительской корзины определяется для трех основных групп населения: работающее трудоспособное население, пенсионеры и дети. Каждый квартал определяется стоимость корзины в целом по стране и отдельно в каждом регионе, области, крае. В процессе вычисления показателей структуры потребительской корзины берутся во внимание многие факторы. Это природная зона, климатические условия, некоторые национальные традиции, которые могут повлиять на выбор и покупку определенных продуктов и товаров. Потребительская корзина время от времени растет в цене, и эта динамика определяется с помощью индекса потребительских цен. Он показывает изменения в определенный отрезок времени на товары и услуги. На индексе отражаются изменения цен во времени, но при этом не учитываются рост или падение доходов населения, а также изменения в предпочтениях населения.

Надо отметить, что определение цен продуктов проходит в соответствии с ФЗ «О прожиточном минимуме». Цель проводимых мероприятий заключается в комплексной оценке параметров продуктовой корзины, непродуктового набора. Те показатели, которые определяются в регионах, проходят тщательную проверку в министерстве социальной политики. Перед экспертизой проводится создание и проверка нормативной базы на данный временной период, эти процедуры касаются также всех демографических групп проживающего населения. В частности органами здравоохранения проводится анализ минимального продуктового набора, экономическими органами – работа по определению набора непродовольственных товаров. После того, как все ведомства выдадут свои заключения, готовится комплексный документ, который содержит рекомендованный состав потребительской корзины, рекомендации по оценке качества минимальных наборов продуктовых, непродовольственных, услуг, результаты их проверки на соответствие существующим методическим указаниям и рекомендациям. Также в итоговом заключении содержатся предложения по составу потребительской корзины, по вносимым в ее состав

изменениям и дополнениям. И в заключении делаются выводы о том, возможно или нет использовать полученные данные в том виде, который представлен регионами и министерствами.

Во многих регионах потребительская корзина формируется в полном соответствии с рекомендациями Министерства социального развития, Министерства труда. Но более чем треть субъектов РФ внесли в состав корзины изменения, которые вызваны особенностями регионов. В некоторых областях не употребляются одни продукты, а другие, напротив, употребляются в большем количестве. В одних регионах существуют определенные льготы и субсидии, а в других их нет. Также различаются и услуги населению, которые подлежат обязательной оплате. Поэтому стоимость и структура потребительской корзины варьируется не только в зависимости от средних цен, присутствующих в данной местности, но и от особенностей самого набора.

Изменения в стандартный набор питания вносят на данный момент 2/3 регионов России, так как потребности населения существенно отличаются от стандартных рекомендованных норм. Особенно это касается отдельных демографических групп и социальных слоев населения. Оставшиеся регионы, которые работают в соответствии со стандартным набором продуктов, отличаются высоким экономическим уровнем благосостояния, широкими возможностями по выбору видов продукции. Надо отметить, что как бы ни казался мал тот набор продуктов, который содержит потребительская корзина для населения России, фактически многие малоимущие семьи питаются на еще меньшую сумму, чем указано в стоимости продуктовой корзины на 1 человека. К примеру, в среднем по России стоимость минимального набора продуктов составляет 3000 рублей, то семья из трех человек должна питаться на 9 тысяч рублей.

Довольно часто изменения в состав продуктового набора минимальной потребительской корзины вносят такие регионы, как Татарстан, Ненецкая автономия, Республика Тыва, Ульяновская, Астраханская и Саратовская области. Здесь часто вносятся изменения относительно содержания хлеба и выпечки, молока и всех продуктов из него, а также мяса, овощей и фруктов, рыбы, подсолнечного масла. В Северных районах преобладает в питании мясо, в южных - фрукты и овощи. Так как они употребляются в большем количестве и стоят дешевле, то в потребительскую корзину вносятся существенные коррективы. Кроме того, значительные изменения вносятся в рационы различных возрастных групп населения. Для граждан работоспособного возраста увеличен объем потребляемого мяса, а для пенсионеров – овощей. Детям рекомендовано больше молока, сахара, выпечки, рыбы. Региональные особенности также влияют на стоимость потребительской корзины для всех основных категорий проживающих.

Химический состав продуктов от нормы отклоняется только в Карелии, Астраханской области и Саратовской области, в остальных регионах продукты соответствуют нормам по химическому составу. В Ставропольском крае состав продуктов явно имеет завышенные показатели химического состава, это обусловлено местными особенностями самих продуктов и необходимости организма в их потреблении. Особенно это отражается на детском организме, поэтому существенные изменения претерпела потребительская корзина для детей. К примеру, Астраханская и Саратовская области отличаются продуктами, которые бедны йодом, поэтому тут распространены заболевания щитовидной железы. В продуктовую корзину здесь включена йодированная соль.

В республике Карелия правительству удалось доказать, что потребление установленных норм продуктов для населения региона явно недостаточно в связи с климатическими условиями, поэтому масса продуктов была увеличена на 3%.

Потребительская корзина Красноярского края имеет несколько вариантов из-за большой площади его территории. Поэтому здесь каждый квартал определяется 4 вида показателей, поскольку весь край разделен на 4 геоклиматические и административные зоны. Разница средних цен в этих областях серьезна, поэтому равнять их в плане стоимости

продуктовой корзины и непродовольственных товаров – в корне неправильно, это приведет к повышению социальной напряженности.

Выводы. Потребительская корзина включает в себя минимум продуктов, который рассчитывается с учетом особенностей диетологии и количества калорий для определенных слоев населения. Стоимость продуктов питания в потребительской корзине занимает ровно ее половину в рублевом выражении. Вторая половина делится следующим образом: 25% идет на непродовольственные товары, и 25% - на оплату услуг, которые считаются обязательными. Это налоги, КЖХ, различные выплаты и пошлины. Разработчики всех этих параметров считают, что в потребительскую корзину вошли все товары, услуги, продукты, которые обеспечивают сохранение здоровья граждан, полноценно обеспечивают его жизненные и социальные функции.

ПРОБЛЕМЫ АКТИВИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРЫМУ

Кравченко Л.А.,

доцент кафедры экономической теории

Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. В современных условиях возникла необходимость в формировании приоритетных направлений экономической политики, которые включают становление инвестиционно-инновационной модели развития и определяют возможность ее финансового обеспечения. Развитие экономики Крыма сопровождается значительными трансформационными процессами, реформированием территориально-отраслевой структуры хозяйства, изменениями социально-экономического характера. Для стабилизации производства, социальной сферы и экономического роста региона необходимо расширение и активизация инвестиционной деятельности.

Целью исследования является анализ проблем активизации инвестиционной деятельности и улучшения инвестиционного климата в регионе.

Результаты исследований. Динамика инвестиций является фундаментальным параметром, определяющим возможности обновления основного капитала, осуществления структурных реформ. По итогам социально-экономического развития Республики Крым за 2014 год предприятиями и организациями за счет всех источников финансирования освоено 21,5 млрд. руб. инвестиций в основной капитал, что на 57,5% ниже, чем за 2013 г. В расчете на одного жителя инвестиции составили 11000,3 руб. Наибольший удельный вес в структуре инвестиций в основной капитал по видам основных средств занимают: капитальные инвестиции в жилищное строительство - 7874,9 млн. руб. (36,6% от общего объема); строительство нежилых зданий – 5 млрд. руб. (23,3% от общего объема); строительство инженерных сооружений – 3,2 млрд.руб. (14,9% от общего объема); машины, оборудование и инвентарь – 4,1 млрд.руб. (19,2% от общего объема). За счет собственных средств предприятий и организаций освоено 42,6% общего объема инвестиций в основной капитал или 9,2 млрд. руб., доля средств населения на строительство собственного жилья составила 32% (6,9 млрд. руб.). За счет государственного и местных бюджетов – 15,3% (3,3 млрд. руб.), кредитов банков и прочих займов – 3,5% (752,7 млн. руб.).

Привлечение инвестиций в перспективные проекты требует эффективного взаимодействия бизнес-сообщества и региональных органов власти, также необходимой разработки и принятия актуальных решений в ответ на экономические вызовы времени. С ноября 2014 года Агентство стратегических инициатив совместно с ведущими деловыми объединениями осуществляет формирование полномасштабного развертывания Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации на всей территории страны. Цель Рейтинга - оценить ключевые факторы создания благоприятного инвестиционного климата – эффективность усилий региональных властей

(органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, муниципальных органов власти) по улучшению состояния инвестиционного климата региона. В Республике Крым с целью внедрения Национального рейтинга разработана и проходит доработку Дорожная карта внедрения лучших практик Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в Республике Крым. С февраля по август 2015 года между инвесторами и Советом министров Республики Крым заключено 29 соглашений о реализации инвестиционных проектов на общую сумму свыше 44 млрд. рублей, а их реализация позволит создать 1950 рабочих мест. По состоянию на 1 сентября 2015г. юридическими и физическими лицами подано свыше 155 заявок на заключение договоров об условиях деятельности в СЭЗ (свободная экономическая зона), из которых по 125 проектам подписаны договоры и начата реализация проектов, в рамках которых будет вложено более 48 млрд. рублей инвестиций. Более 25 инвестиционных проектов находится в стадии рассмотрения и подготовки к подписанию договоров об условиях деятельности в СЭЗ. Инвестиционные проекты реализуются в сфере топливно-энергетического комплекса, промышленности, сельского хозяйства, рыбного хозяйства, курортов, туризма и социальной сфере. Минимальный объем капитальных вложений от 3 млн. рублей в первые 3 года дает возможность действующим предприятиям, а также начинающим предпринимателям реализовывать свои инвестиционные проекты с использованием льготного налогообложения и применением процедуры свободной таможенной зоны.

Под руководством Главы Республики Крым Сергея Аксёнова 21 сентября 2015г. состоялось очередное заседание Совета по улучшению инвестиционного климата Республики Крым, на котором было подчеркнуто, что прежде всего в регионе, необходимы проекты по реализации программы продовольственной безопасности, также поставлена задача в ближайшее время окончательно наладить работу структур, отвечающих за привлечение инвесторов и непосредственную работу с ними. С целью привлечения дополнительных финансовых ресурсов в экономику региона, сохранения и создания новых рабочих мест были представлены и одобрены инвестпроекты, которые предполагают строительство спортивно-развлекательных центров в г. Евпатории и Черноморском районе, создание овцеводческого комплекса в Раздольненском районе и создание логистического центра в г. Симферополе. Министерством экономического развития Республики Крым подготовлены, а на заседании утверждены изменения по упрощению Порядка рассмотрения обращений инвесторов и заключения соглашений о реализации инвестиционных проектов на территории Республики Крым. Изменения коснулись сокращения сроков рассмотрения обращений инвесторов, установлены четкие критерии оценки инвестиционного проекта, изменена процедура подготовки заключений о целесообразности реализации проектов Министерством экономического развития Республики Крым на основании рекомендаций и ограничений отраслевых ведомств и муниципалитетов. Кроме того, создана Апелляционная комиссия под руководством Главы Республики Крым, которая будет рассматривать жалобы инвесторов по итогам рассмотрения их проектов, уточнены и конкретизированы функции ГАУ Республики Крым «Центр инвестиций и регионального развития».

Выводы. Чрезвычайно актуальным вопросом для Крыма остается формирование благоприятного инвестиционного климата на уровень, которого влияет ряд факторов разного масштаба: физический и человеческий капитал, сформированная институциональная среда, своевременные решения, принятые властью и бизнесом, общемировые тенденции развития экономики. Одним из важнейших факторов решения названных проблем, является эффективная деятельность государства, главным направлением которой в рыночных условиях выступает формирование и реализация стимулирующей инвестиционной политики. Ключевыми задачами оптимизации отношений между государством и инвесторами в улучшении благоприятного инвестиционного климата является согласование интересов и гармонизация подходов обеих сторон к определению главных направлений и механизмов построения этих отношений в контексте инвестиционной стратегии. Государственная

политика в области активизации инвестиций должна быть направлена на устранение недостатков функционирования рыночных механизмов, связанных с асимметричной информацией или недостаточным уровнем координации в рамках инвестиционного процесса, от эффективности этой политики будет зависеть объем регионального производства, состояние и уровень технической оснащенности основных фондов предприятий, возможности структурной модернизации экономики, решение экономических и социальных проблем.

ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Линский Д. В.

*к.э.н., старший преподаватель кафедры экономической теории
Института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. Современное состояние стабильного развития экономики России формируется под воздействием региональной идентичности экономического пространства, что обуславливает необходимость учета пространственных факторов жизнедеятельности региональных подсистем и делает актуальными вопросы методического исследования региональной идентичности для выявления модернизационных характеристик развития экономики и параметров ее среды.

Понятие «региональной идентичности» является объектом изучения множества научных дисциплин в контексте их различных аспектов (географического, политического, социального, экономического и т.д.). В рамках данных научных дисциплин аккумулирован существенный методический опыт и инструментарный аппарат изучения «региональной идентичности», что предопределяет их междисциплинарный характер, требующий доработки в связи с модернизационными преобразованиями в развитии регионов.

Цель и задачи исследования. Поэтому возникает необходимость определения роли «региональной идентичности» в условиях пространственного вектора развития экономик, определения ее свойств и актуальности для воспроизводственных процессов на региональном уровне.

Методика исследования. Методические особенности изучения понятия «региональная идентичность» основываются на пространственной и социально-экономической составляющих.

Предмет «пространственной экономики» носит составной характер и является более широким понятием, чем традиционные исследования на уровне региона, что обуславливает необходимость сопоставления различных научных подходов, методического инструментария при интерпретации полученных результатов пространственной составляющей региональной идентичности.

Социально-экономическая составляющая «региональной идентичности» носит разноплановый характер в политическом, географическом, социальном, экономическом, этническом, культурологическом и других аспектах, что также определяет необходимость учета междисциплинарного подхода при рассмотрении региональной идентичности экономического пространства.

Результаты исследования. Понятие «идентичность» (от англ. identity тождественность, адекватность) введено в гуманитарных исследованиях З. Фрейдом, который рассматривал «кризис идентичности» личности. В будущем изучение «социальной идентичности» личности предопределили изучение коллективных ее форм реализации на различных уровнях, в разнovidностях социальных взаимодействий индивидов.

Методические аспекты изучения региональной идентичности зависят от теоретических основ исследования понятия «регион», характеризующихся множеством научных школ и подходов к анализу данного явления.

В трудах ученых-регионалистов выявлены основные подходы изучения понятия «регион», которые подразделяются на географический, административный, экономический, социальный, синтетический.

В каждом из подходов выделяются основополагающие параметры региона, его отличительные характеристики и свойства, что обусловлено различным содержательным смыслом данного понятия и дифференцированностью регионального экономического пространства.

В соответствии географическим подходом имеет большое значение важность пространственных параметров региональной идентичности, что обусловлено природными и географическими особенностями, плотностью размещения экономических ресурсов и спецификой освоения экономического потенциала региона. В исследованиях западных ученых изучение региональной идентичности носит параметрический характер, что обусловлено необходимостью учета специфики конкретной территории. С позиции данного подхода под идентичностью региона понимают совокупность различных признаков, позволяющих однозначно идентифицировать конкретную территорию. Поэтому региональная идентичность экономического пространства в рамках географического подхода является важным параметром социально-экономического развития регионов.

Значимость региональной идентичности в рамках административного подхода является несущественной, что связано с учетом характеристик региона как составного элемента национальной экономики. В соответствии с данным подходом административный статус, границы, распределение полномочий, организационно-управленческая подсистема являются главными факторами при рассмотрении региональной идентичности.

Особенностью экономического подхода при определении региональной идентичности экономического пространства является возможность выступать в роли существенного фактора социально-экономического развития региона, если критериями выступают показатели, характеризующие региональный рынок, и не существенного если критериями выступают признаки, характеризующие воспроизводственный процесс на региональном уровне.

Согласно социальному подходу пространство не является основополагающим параметром социальных взаимоотношений индивидов. В соответствии с этим при изучении социальных взаимодействий индивидов важно восприятие индивидами данного пространства, поэтому научный акцент изучения делается на различных аспектах восприятия пространства. Итогом изучения социального подхода идентичность региона является социально-территориальная общность коллективной идентичности индивидов.

В рамках синтетического подхода изучение важности региональной идентичности пространственного фактора обусловлено поставленной задачей и набором применяемых научных инструментов, что позволяет объяснить закономерности его развития, с учетом специфических параметров объекта исследования.

С учетом пространственного вектора развития региональных экономических систем, регион можно представить, как сложноструктурный элемент и часть различных пространственных систем. Региональная идентичность, в рамках подхода, выступает в роли синтетического феномена, который можно идентифицировать по группе разнородных критериев и характеристик.

Таким образом, множество подходов к категории «регион» обуславливает многоаспектность понимания его сущности, что обогащает категорию «региональной идентичности» экономического пространства.

Разносторонность понятийного аппарата региональной идентичности экономического пространства региона свидетельствует не только о сложности данного понятия, но и об адекватности использования различного научного инструментария в рамках каждого из

подходов, что позволяет провести систематизацию научных подходов.

Выводы. Таким образом, анализ различных научных подходов изучения региональной идентичности экономического пространства демонстрирует множество способов отражения территориальных особенностей экономического пространства, что позволяет сформировать следующие выводы: о необходимости учета множественности критериев региональной идентичности экономического пространства; о целесообразности использования междисциплинарного научного инструментария, способного адекватно отражать характеристики его базовых структурообразующих элементов; о необходимости учета различных критериев региональной идентичности, влияющие на конкурентоспособность региональных субъектов, что требует новых разработок в данной области исследований.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ СТРАХОВЫХ ТАРИФОВ СТРАХОВАНИЯ УРОЖАЯ СЕЛЬХОЗКУЛЬТУР И МНОГОЛЕТНИХ НАСАЖДЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЙ СЕЛЬСКИХ МЕСТНОСТЕЙ КРЫМА

Мабиала Жильберт

*к.э.н., доцент кафедры экономики агропромышленного комплекса Института
экономики и управления Крымского Федерального университета*

Введение. В реформируемой аграрной сфере Крыма попытка адаптировать существующую систему страхования к новым условиям хозяйствования не дала положительных результатов. В связи с отменой в начале 90-х годов обязательного государственного страхования на смену ему пришло коммерческое добровольное страхование и цели основных субъектов страхового рынка – страховщиков и страхователей стали диаметрально противоположными. Аграрные формирования в качестве страхователей пытались получить страховую защиту в полном объеме при небольших страховых премиях, как это было во времена существования системы общефедерального и коммерческого страхования.

Цель и задачи исследований способствуют выявлению основных проблем формирования системы страховых тарифов, систематизации логической схемы обеспечения устойчивого развития системы страхования урожая сельскохозяйственных культур и многолетних насаждений.

Методика исследования. Основой методологии данной работы является традиционные методы исследования и использования комплекса *теоретических и эмпирических методов*, сочетание которых дает возможность с наибольшей достоверностью исследовать сложные и многофункциональные проблемы, связанных с тематикой страхования, позволившие им формировать адекватные выводы относительно положений проблематики нашего исследования. Исследуемая проблематика получила широкое отражение в работах А.И. Берлача, Г.В. Дуванова, В.И. Михайлова, В.А. Заготова, А.Н. Лебедева и др. которые в соответствии с логикой научного поиска осуществляли разработку методики адаптации страхования аграрных формирований к рыночным условиям. Кроме того, применение целого ряда методов позволило нам всесторонне изучить исследуемую проблему, все ее аспекты и параметры.

Результаты исследования. В условиях развития рыночных отношений функции аграрного страхования в регулировании доходов аграрных формирований существенно расширяются. Увеличивается нагрузка на такие важные элементы как страховая оценка, страховая сумма, страховые тарифы, страховые платежи (премии), страховые возмещения, с помощью которых осуществляется распределение потерь (ущерба) между страхователями.

При этом такой элемент как размер страховых тарифов имеет решающее влияние на стремление и страховщиков и страхователей к заключению договоров страхования урожая сельхозкультур и многолетних насаждений. Следует также отметить, что существующий механизм добровольного страхования в силу ряда причин, не отвечает интересам аграрных товаропроизводителей. Добровольное страхование в аграрной сфере всегда предполагает страхование рисков, наступление страховых событий по которым наиболее вероятно, поскольку страхователь стремится из-за финансовых затруднений обеспечить страховое покрытие не всех культур, а наиболее подверженных влиянию негативных природно-климатических факторов. Большинство же страховых компаний для увеличения гарантии получения прибыли и выполнения обязательств по выплате страхового возмещения по договорам добровольного страхования на случай частичной или полной гибели урожая, устанавливают высокие тарифные ставки, крайне ограничивающие круг хозяйств, способных застраховать посевы сельхозкультур, многолетние насаждения и животных.

В Крыму выделяется 7 почвенно-климатических подзон: присивашская, северная степная, центральная степная, западно-приморская, восточная, южнобережная, предгорная. Эти подзоны выделены с учетом геологических особенностей рельефа, типа почв, растительности и климата, в значительной степени влияющих на уровень рисковости ведения сельского хозяйства. Первая подзона охватывает все Присивашье, является наиболее пониженной частью полуострова, характеризующейся очень засушливым климатом с годовой суммой осадков 325–340 мм, из которых около 200 мм приходится на теплый период. Продолжительность безморозного периода – 6 месяцев, опасные для растений заморозки наблюдаются ежегодно, зимний период длится менее 2,5 месяцев.

С учетом разнообразия природно-климатических условий Крыма, различной специализации, уровня эффективности сельскохозяйственного производства по районам возникает необходимость дифференциации страховых тарифов при страховании урожая культур и многолетних насаждений – наиболее подверженной воздействию негативных природно-климатических факторов части аграрного производства автономии.

При расчете тарифов по страхованию урожая сельхозкультур и многолетних насаждений страховщики учитывают объективные факторы, оказывающие наибольшее влияние на величину тарифа: природно-климатические условия, действующее законодательство, статистические показатели, социально-исторические и экономические условия, математические расчеты и накопленный собственный опыт (1,8). По мнению большинства специалистов, на формирование размеров страховых тарифов, в первую очередь влияют показатели урожайности сельхозкультур и многолетних насаждений. В ходе наших исследований выявлено, что колебания урожайности в значительной мере зависят от природно-климатических факторов, финансово-экономического состояния аграрного формирования, уровня рискованности производства (коэффициент риска). Поэтому в основу дифференциации страховых тарифов по обязательному страхованию урожая сельхозкультур и многолетних насаждений по районам Крыма были положены: коэффициент вариации урожайности, баллы климата, коэффициент риска, уровень рентабельности. Причем, действие указанных факторов на урожайность в зависимости от специализации района порой проявляется в диаметрально противоположных направлениях. Коэффициент дифференциации страховых тарифов ($K_{диф.}$) рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{диф.i} = \sqrt[4]{K_{yi} * K_{ki} * K_{pi} * K_{ni}}$$

где K_y – коэффициент вариации урожайности культуры; K_k – коэффициент, отражающий балл климата (по средним многолетним данным); K_p – коэффициент, отражающий уровень риска (отношение суммы ущерба к сумме затрат); K_n – коэффициент, отражающий уровень рентабельности; i – соответствующий район Крыма.

Дифференциация страховых тарифов осуществляется в диапазоне от максимального, предусмотренного Постановлением № 1000, до минимального (5,5-5,9%), применяемого страховой компанией ЗАО СО «Стройполис» - одной из 4-х компаний, принявших участие в тендере на право осуществления страхования производителей сельхозпродукции в районах

Автономной Республики Крым в 2002г., и предложившей наиболее низкие тарифы по страхованию рисков в аграрном производстве Крыма. В результате проведенных расчетов с применением ПЭВМ нами предлагаются следующие страховые тарифы, дифференцированные по 14 административным районам Крыма для использования страховыми компаниями при проведении обязательного страхования урожая сельхозкультур и многолетних насаждений.

Выводы. В ходе реформирования аграрной сферы экономики Крыма попытка адаптировать существующую систему сельскохозяйственного страхования к новым условиям хозяйствования не дала положительных результатов. Более того, не только отдельные аграрные формирования, но и целые сельские районы отказались от страхования урожая из-за высоких страховых тарифов, отсутствия единых правил и норм его осуществления. В силу этого необходимо совершенствование основных элементов механизма аграрного страхования. В связи с большим разнообразием природно-климатических условий Крыма и различием, в силу этого, в уровне экономического риска аграрных формирований в целях привлечения к участию в страховании урожая максимального числа страхователей – аграриев, необходима дифференциация страховых тарифов по административным районам Крыма. Необходимо ускорить работу по применению страховыми компаниями, работающими на рынке аграрного страхования Крыма, предложенных дифференцированных страховых тарифов по обязательному страхованию урожая культур и многолетних насаждений для хозяйств 14 административных сельских районов автономии.

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Назаренко Г.П.

*Старший преподаватель кафедры экономической теории,
Института экономики и управления
Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского*

Введение. Приходится признать, что нарастающая эскалация отношений России со странами ЕС и Америки генерирует все больше негативных последствий и в геополитическом, и в экономическом, и в социальном планах. Следствия, вызванные введенными санкциями, ведут не только к двусторонним экономическим потерям для Евросоюза и России, но и для всей мировой экономики в целом. Это является еще одним подтверждением процессов всеобщей глобализации.

Наличие торговой, финансовой, социальной интеграции разных стран, нарастание их экономической взаимозависимости, появление новой парадигмы ведения бизнеса во «Всемирной паутине» на межгосударственном уровне, свидетельствует о глобализации мировой экономики как факторе, определяющем стратегию развития государства.

Для формирования данной стратегии необходимо использовать такие формы хозяйствования, которые не только обеспечивали бы высокую эффективность использования экономических ресурсов, с учетом национальной особенности государства и его рыночной конъюнктуры, но и гарантировали бы социальную защищенность людей. В этих условиях значительно возрастает роль потребительской кооперации, являющаяся общественным добровольным объединением людей, которые для улучшения условий жизни создают на основе коллективной собственности предприятия и участвуют в их управлении на добровольных началах.

Целью является исследование специфики развития и функционирования системы потребительской кооперации в условиях глобализации мировой экономики.

Поставленная цель предопределила решение следующих **задач**:

- рассмотреть основные признаки и следствия глобализации;
- исследовать преимущества и перспективы развития системы потребительской кооперации в условиях глобализации.

Методика исследования. Проблемы трансформации и глобализации мировой экономики являются предметом исследования таких российских ученых как М.А. Плаксиной, А.А. Стриженко, Е.В. Янченюк и других. Особую роль кооперации в современных экономических процессах рассматривают Бернвальд А.Р., Цихоцкий А.В., Храмцова Т.Г., Наговицына Л.П. и пр. Среди методов, используемых при исследовании, следует отметить методы обобщения, анализа, сравнения, индукции, а так же системный метод, позволяющий рассматривать потребительскую кооперацию во всей широте ее взаимосвязи и взаимозависимости с народнохозяйственным комплексом страны.

Результаты исследования. Среди основных тенденций мировой экономики в настоящий момент следует отметить:

- углубление и интернационализацию производства;
- интернационализацию капитала и фондового рынка;
- увеличение масштабов международной миграции рабочей силы;
- нарастание интернализации обмена товарами и услугами;
- создание всемирной инфраструктуры, обеспечивающей осуществление международного сотрудничества и т.п.

Все вышеуказанное позволяет говорить, что глобализация как новая тенденция экономики была окончательно сформирована и достигла апогея. Глобализация является процессом сложным и противоречивым. С одной стороны, способствуя экономическому взаимодействию между государствами, она тем самым стимулирует разделение труда, кооперацию и специализацию, создает возможность доступа стран к экономическим и технологическим ресурсам и тем самым, катализирует мировой прогресс. Но, с противоположной стороны, глобализация не всегда ориентирована на развитие отечественного производства, часто навязываются «чужие» идеалы и ценности, в ущерб национальной культуре и экономическим приоритетам. К тому же, создаваемые крупные компании акцентируют свое внимание на среднем потребителе, унифицируя предлагаемую продукцию, не заботясь о ее индивидуализации, отчего страдают интересы простых людей. Стремление выдержать мировую конкуренцию провоцирует так называемую «агрессивную интенсификацию бизнеса», которая, в свою очередь, делает рынок еще более жестким, требования к работникам еще более высокими и социальную защищенность основной массы населения еще менее реализуемой.

Для решения этих и других проблем глобализации целесообразно использовать потенциал потребительской кооперации. В принятой на период до 2020 года концепции развития потребительской кооперации, особенно подчеркнута ее роль, как одной из основ развития национального и местных рынков.

По своей экономической природе потребительская кооперация в большей степени осуществляет деятельность в сельской местности, где поддержка населения в сложных современных условиях, особенно необходима. В настоящее время имеет место социальное переустройство села, которое связано с миграционной мобильностью населения, работающего в аграрном секторе, развитием многообразных форм хозяйства, с преобразованием территориальной инфраструктуры, созданием постоянных транспортных сообщений, современных культурно-бытовых предприятий, учреждений здравоохранения и образования, предприятий торговли и общественного питания. Организации потребительской кооперации, осуществляя хозяйственную и социальную деятельность, способствуют становлению инфраструктуры села. Развивая сельскую сферу услуг, а также

эффективно используя имеющиеся производственные мощности: «законсервированные» перерабатывающие заводы, хлебопекарни, мельницы, склады и магазины, система потребкооперации в состоянии решить проблему занятости, в частности, сельского населения.

Важнейшей отличительной чертой системы потребительской кооперации является ее социальная направленность и приверженность основным социальным приоритетам: повышению уровня и качества жизни сельского населения, созданию новых рабочих мест в сельской местности, осуществлению социальной защиты работников. Реализуя социальную миссию, большинство потребительских обществ оказывают населению экономическую поддержку в таких формах как: доставка социально значимых товаров в отдаленные магазины и их реализация по ценам, которые сформировались в городах; выпечка хлеба и его реализация ниже себестоимости; содержание в отдаленных районах нерентабельных магазинов; обслуживание неплатежеспособных бюджетных организаций (детских домов, приютов, больниц, домов престарелых, интернатов и т.д.); товарный кредит населению (выдача товаров в долг); бесплатные или льготные путевки своим работникам; наборы продуктов и подарки нуждающимся пайщикам и ветеранам.

Учитывая реалии современной экономической ситуации, система потребительской кооперации создает интегрированную систему хозяйства: "заготовки - производство - реализация", что способствует более рациональному взаимодействию производителей и потребителей и установлению баланса на рынке.

Выводы. Всестороннее использование значительного потенциала потребительской кооперации, особенно в условиях всемирной глобализации, позволит решить проблемы нормализации рынка продовольствия, изыскания собственных резервов кредитования сельского хозяйства, налаживания системы заготовок собственного сырья и его переработки на предприятиях, ресурсы которых до конца не используются. Это, в свою очередь, позволит решить проблемы преодоления сельской безработицы, роста доходов населения и, в целом, улучшения качества жизни.

РАЗВИТИЕ ПОДХОДОВ РЫНОЧНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ ОТ ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Пашенцев А.И.¹

¹доктор экономических наук, профессор кафедры Экономической теории Института экономики и управления КФУ

Введение. Трансформационные процессы в экономике России вызвали глубокие социально-экономические изменения, которые привели к снижению уровня технологичности производства и жизни населения, увеличению количества нерешенных экологических проблем, что негативно отразилось на состоянии компонент окружающей среды и здоровье населения. Накопление негативных факторов и развитие экологических проблем вынудило общество искать пути рационального сосуществования человека и природы. Особое внимание уделяется разработке и реализации действенных подходов защиты окружающей среды, где значительное внимание сосредоточено на методах и способах превентивной защиты. Это имеет большое экономическое значение, так как позволяет не только определять потенциальную угрозу ухудшения экологической ситуации, но и своевременно провести комплекс природоохранных мероприятий по улучшению ситуации с применением значительно меньшего объема финансовых ресурсов.

Цель и задачи исследования. Целью настоящей научной работы является обоснование необходимости дальнейшего совершенствования экономических подходов в решении

проблем снижения негативного влияния субъектов хозяйствования на окружающую среду, для достижения которой решены задачи по обоснованию внедрения инновационной технологии производства экологически чистой продукции при рыночном регулировании защиты окружающей среды.

Методика исследования. Для обоснования собственной точки зрения используется метод логического анализа, что позволяет выявить подходы развития рыночного регулирования защиты окружающей среды от воздействия производственных предприятий.

Результаты исследования. В настоящее время превалирует точка зрения, согласно которой природоохранные налоги и сборы должны иметь инструменты, обеспечивающие возможность предприятиям, прежде всего бюджетобразующим, свободно маневрировать своими действиями для определения тактики по снижению природоохранных затрат. Если принять данную точку зрения, то это может привести к нездоровой дифференциации предприятий. Финансово устойчивые предприятия получают возможность укрепить свое финансово-экономическое положение, а другие — вынуждены будут искать дополнительные возможности для покрытия налоговых платежей. На взгляд автора, налоги на пользование природными ресурсами целесообразно взимать, если существует расхождение между ценой пользования и их реальной стоимостью для общества. В большинстве случаев экологические затраты, экономический ущерб не отражаются в реальных рыночных ценах на произведенную продукцию. Налоговая система в сфере экологического регулирования может обеспечить достижение природоохранных целей, которые поставлены при меньших затратах по сравнению с методом нормирования. В этом случае достижению экономии ресурсов, которые выделяются на охрану окружающей среды, будет способствовать то обстоятельство, что предприятия с большей себестоимостью борьбы с загрязнением природы будут платить налоги, а предприятия с меньшей себестоимостью — максимально снижать уровень загрязнения, чтобы их не платить. Однако, не располагая достаточным резервом финансовых ресурсов для проведения реконструкции технологической линии, очистного оборудования и не имея возможности привлечь инвестиции, такие субъекты хозяйствования могут существенно сократить производство продукции. Если ставится задача улучшения качества компонент окружающей среды, то этого можно достичь (в случае применения налоговых платежей) снижением общих затрат. Однако, если же ставится задача сбора средств и их дальнейшее направление на решение экологических проблем, то целесообразно, на взгляд автора, использовать потоварный налог. В этом случае осуществляется распределение налогового бремени между производителем и потребителем при его фиксированной величине на производство единицы продукции, взимаемой с производителя. Тогда размер граничных затрат предприятия будет увеличиваться на величину налоговой ставки. Хотя налог выплачивается производителем, часть налогового бремени будет перекладываться на потребителя. В результате у производителя остается возможность решать свои экономические задания за счет экологических. В этой связи, можно согласиться с точкой зрения шведского ученого У. Фредриксона, согласно которой налоги на практике не всегда обеспечивают достижение существенного сокращения природоохранных затрат, т.е. с позиции превентивной защиты окружающей среды они являются недостаточно эффективными. Поэтому экономическая составляющая превентивной защиты должна включать в себя такие элементы, которые смогут содействовать снижению негативного влияния предприятий на окружающую среду. В этой связи, привлекательным может быть создание условий для внедрения инноваций для производства экологически чистой продукции. Если производство продукции оказывает негативное влияние на компоненты окружающей среды, то целесообразно ввести налог не на продукцию, а непосредственно на ущерб, который наносится предприятием. В этом случае предлагается ввести прямые налоговые платежи в бюджет, которые количественно связаны с величиной ущерба. Тогда у предприятия появятся стимулы для внедрения инновационных технологий экологически чистой продукции, что способствует решению двуединой задачи: сокращению выбросов загрязняющих веществ и обеспечению роста производства данной продукции. Это позволит

не только снизить затраты в соответствии с действующими стандартами, но и способствует наращиванию предложения на реализацию квот на выбросы загрязнителей. Предположим, что у предприятия имеется возможность использовать две технологии: одна – с граничными затратами при существующей технологии (Z_1), а другая – при использовании новой технологии (Z_2). Тогда величина Q_1 отражает снижение выбросов загрязнителей при существующей технологии с учетом нормирования выбросов. Использование инновационной технологии приведет к снижению выбросов по квоте на некоторую величину N_1 . Если ввести регулирование и определенную цену единицы квоты на выбросы загрязняющих веществ P , тогда выгода от внедрения данной технологии составит $N_1 + N_2$. Количество квот, которые можно предложить другим предприятиям составит $Q_2 - Q_1$. Поэтому инновационная активность при рыночном регулировании зависит от уровня цены на квоту на выбросы загрязнителей.

При действии рынка купли-продажи прав на загрязнения окружающей среды можно использовать корректирующие коэффициенты. В этом случае покупатель квоты имеет право осуществить выброс загрязнителя в объеме равном $\alpha \cdot W$, где α – корректирующий коэффициент, позволяющий не только снизить общие природоохранные затраты, но и улучшить состояние компонент окружающей среды.

Выводы. На основании выше изложенного можно отметить, что развитие и совершенствование рыночных отношений в России вызывает необходимость дальнейшего развития рыночного подхода в урегулировании влияния предприятия на окружающую среду. В этом случае назначение рынка заключается в поиске метода, который обеспечивает рациональное использование ассимиляционного потенциала окружающей среды. В его основе должен лежать экономический стимул ресурсосбережения, что было наглядно показано при обосновании внедрения инновационной технологии производства экологически чистой продукции при рыночном регулировании защиты окружающей среды.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОТИВАЦИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Пашенцева А.В.

к.э.н., доцент кафедры экономической теории

Института экономики и управления

Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского

Введение. На сегодняшний день наблюдается ситуация снижения роли государства в регулировании экономики и применение инструментов и методов, направленных не на ликвидацию ущерба в сжатые сроки, а на предупреждение негативных угроз экологической безопасности, что привело к усилению роли экономических инструментов в решении вопросов охраны окружающей природной среды и обеспечения экологической безопасности через систему экономической мотивации природопользователя.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является обоснование экономической стороны мотивации природоохранной деятельности, что не представляется возможным без определения сущности экономического стимулирования; выявления направлений экономической мотивации, методов и общих положений.

Результаты исследования. Вопросам экономической мотивации природоохранной деятельности посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых. Среди отечественных ученых можно выделить Васильеву Н.М., Горелова Н.А., Кулагину Е.Н., Лаврина О.Л., Пахомову Н.В., Русина И.И., Шаламова Г.А. и многих других.

Для того, чтобы определить основные положения экономической мотивации, раскрыть ее направления и методы, необходимо в первую очередь дать характеристику такому понятию как экономическая мотивация природопользователя, под которой предлагается понимать процесс стимулирования природопользователя, экономическими преимуществами, с целью повышения его заинтересованности и ответственности относительно бережного отношения к окружающей природной среде, рациональному использованию природных ресурсов и соблюдению требований экологического законодательства. Другими словами, это своеобразная привязка задач обеспечения экологически безопасного развития к экономическим интересам.

Эколого-экономическая мотивация может реализовываться через установление налоговых и других видов льгот государственным и другим учреждениям при внедрении малоотходных и безотходных производств и технологий, использовании вторичного сырья, а также внедрении природоохранных мер иного характера; ценовую политику, заключающуюся в использовании поощрительных цен и надбавок за производство экологически чистой продукции; лицензирования использования природных ресурсов; через систему льготного кредитования, субсидирования, субвенционирования и др.

Так, в экономическом стимулировании природоохранной деятельности выделяют группы методов позитивной и негативной мотивации, рис. 1.

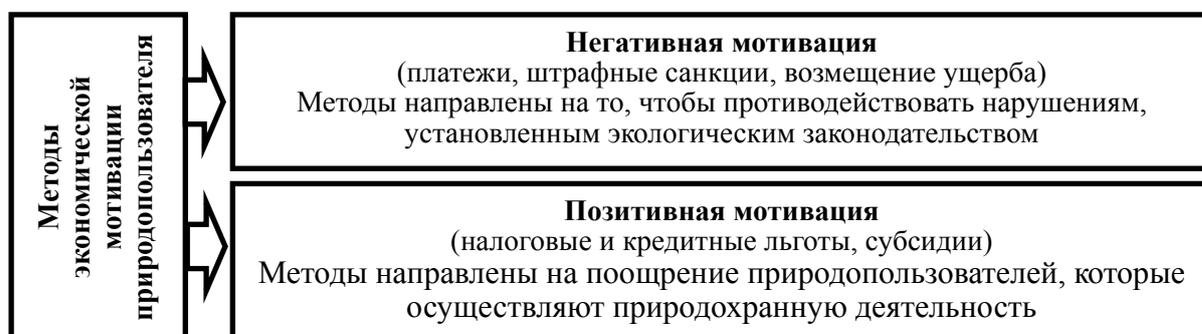


Рис. 1. Методы экономической мотивации природопользователя

Составлено автором на основании.

Следует отметить, что экономические интересы природопользователей при взимании платежей за загрязнение окружающей среды заключаются в сокращении общих расходов, которые связаны с природоохранной деятельностью. Данные расходы включают затраты на очистку от загрязняющих веществ и налога за загрязнения. Экономическая мотивация природопользователя в данном случае зависит от соотношения величины платежей с затратами на очистку. Так, нормативы платежей за загрязнение окружающей среды следует устанавливать исходя из среднеотраслевых затрат на очистку и заданного уровня извлечения загрязнений, что обеспечит оправданное использование механизма экономической мотивации относительно платежей за загрязнение.

Выводы. Экономическая мотивация природопользования является средством, благодаря которому возможно реализовывать как интересы развития экономики, так и интересы природоохранной деятельности. Система экономической мотивации предполагает повышение заинтересованности всех природопользователей в выполнении требований природоохранного законодательства через систему поощрений и преимуществ за ведение деятельности с учетом политики охраны окружающей среды и внедрения различных мероприятий или технологий, направленных на снижение негативных угроз экологической безопасности.

ПРОБЛЕМЫ ИНТРОДУКЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ В КРЫМУ

Примышев И.Н.

к.э.н., доцент кафедры экономической теории

Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Специфика трансформации экономических отношений в Крыму не имеет аналогов в мировой истории. Готовых решений нет, аналогии применимы с большой натяжкой, экономические проблемы растут, а их решение происходит административными способами.

Оперативное решение перманентно возникающих социально-экономических вопросов напоминает «тушение пожара» или работу группы быстрого реагирования.

Статистические данные свидетельствуют о падении валового регионального продукта в разрезе ведущих отраслей экономики Республики Крым. По ряду важных показателей социально-экономического развития Крым отстает от большинства регионов России. Предприниматели как наиболее экономически активная часть населения Крыма – не закончили процесс перерегистрации, количество субъектов хозяйствования уменьшилось в несколько раз. Низкая самообеспеченность региона продуктами питания, слабые перспективы освоения в АПК Крыма индустриальных технологий массового производства продуктов питания, неразвитость системы мелкотоварного производства – несут угрозу полноценной интеграции нашей экономики в общегосударственную. Это неполный перечень вопросов, с которыми мы так или иначе уже столкнулись.

И речь идет уже не об интеграционных процессах, а о возможных угрозах России со стороны возможного провала экономической политики в Крыму. Встает вопрос: А есть ли эта экономическая политика у нас? Есть ли программа «100 дней» или «500 дней»?

Как конвертировать патриотизм в «экономическое чудо»?

Научных исследований на эту тему нет. Нет и методик оценки рисков (репутационных, экономических), оценки влияния «входящей» локальной экономики в «большую экономику».

Актуальными становятся научные исследования интеграции экономики полуострова в российскую экономическую систему с минимальными общественными издержками как для России в целом, так и для полуострова.

Цель нашего исследования – обозначить круг проблем, риски для экономики страны со стороны «входящего» региона. Проблема соотношения локальных проблем с общероссийскими – проблема интродукции(заражения, инвазии) относительно стабильной до слияния экономической системы.

Степень изученности данной темы находится на начальном этапе. Сравнительно быстро был найден путь политико-правового перехода Крыма под юрисдикцию России, но экономическая адаптация народнохозяйственного комплекса Крыма, по нашему мнению, происходит слишком медленно, с перекосами, с существенными потерями темпов социально-экономического развития региона. Уже сейчас это имеет определенные репутационные риски и для региональной власти, и для российской экономики в целом.

Мы не упускаем из виду экстерналии, возникшие после референдума. Экономические санкции, неблагоприятная конъюнктура на внешних сырьевых рынках – добавляют градус ответственности за экономическое развитие нашего региона.

Создан политико-правовой прецедент и российское экономическое сообщество обязано закрепить успех в экономической сфере. Эта задача должна решаться комплексно, в привязке к исторически сложившейся структуре экономики полуострова.

Руководством страны год назад был дан хороший совет: попытаться выстроить в Крыму передовую систему экономических отношений.

Пока идет поиск. Бюджет Крыма(консолидированный) более чем на 2/3 сегодня состоит из трансфертов из Государственного бюджета России. Это говорит об отсутствии эффективного собственника, экономики, инвестиций, слабая деловая активность и т.п. В

определенной мере это вызов региональной власти, особенно экономическому блоку правительства.

Со стороны Министерства финансов России уже звучат слова предостережения о тяжести такой ноши. Эксперты считают, что Крым «добавил» снижению ВВП России где-то 0,5-0,7%! Это тревожный сигнал. И проблема даже не в цифрах, а в артикуляции этой проблемы. «Заражение» России, т.е. интродукция локальными проблемами Крыма уже обсуждается в экспертных кругах и на уровне исполнительной власти.

Контент-анализ различных электронных СМИ в динамике за прошедший год свидетельствует о смещении оценок от восторженных до обдуманно-аргументированных.

Если ранее крымчане не обращали внимание на существующие временные экономические трудности (смена места и условий работы, цены, ассортимент продукции и т.д.), то уже к декабрю прошлого года примерно 1/3 форумчан стали к своим довольно критическим высказываниям добавлять аргументацию экономического содержания (высокие цены, низкая з/п, бюрократия, нет работы или много работы и т.п.)

Что симптоматично – крымчане стали интересоваться уровнем экономики в других регионах России!

В этой связи резонно встает вопрос: как изменилась аргументированная оценка цены «вхождения» Крыма со стороны России? - Пока что более сдержанно, но этим не надо злоупотреблять.

На основании проведенных исследований мы пришли к следующим выводам:

1. Процесс экономической адаптации Крыма к новым условиям хозяйствования затягивается на неопределенное время. Причины этого затягивания находятся внутри старой бюрократической системы управления.
2. Отсутствие эффективной дерегуляции разрешительной системы порождает новую волну коррупции на местах, ухудшая деловой климат в регионе.
3. Крым не смог стать пилотным регионом по апробации новых управленческих технологий регионального развития.
4. Отсутствие эффективных экономических преференций и механизмов развития предпринимательства, бизнеса, мелкотоварного производства в АПК на основе формирования конкурентной среды порождает экономическую несостоятельность региона, подрывают веру населения в состоятельность экономической политики в Крыму.
5. Происходит латентная интродукция локальных проблем в Крыму на российскую экономику, проблемы регионального масштаба становятся общегосударственными, происходит постепенное накопление пессимистических оценок в отношении перспектив развития Крыма.

РОЛЬ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

Прохорова О.В.

*аспирант Института экономики и управления
«Крымского федерального Университета имени В.И. Вернадского»
научный руководитель: д.э.н., профессор Дышловой И.Н.*

Введение. Данный раздел рассматривает особенности механизма управления предпринимательской деятельностью санаторно-курортных предприятий, его влияние на положение и состояние финансово-хозяйственной деятельности субъектов.

Цель и задачи исследования: раскрыть важность роли механизма управления предпринимательской деятельностью предприятий санаторно-курортного типа и выявить наиболее приоритетные аспекты данной проблемы, отражающие его роль и значение в системе субъектов хозяйствования.

Проблема предпринимательства и управление им на предприятиях санаторно-курортного комплекса не достаточно исследовалась. Это объясняется тем, что санаторно-курортные предприятия имеют свои особенности, которые в определенной мере ограничивают производственное предпринимательство. Предприятия санаторно-курортного типа – это сложные искусственные управленческие системы, нацеленные на осуществление лечебно-восстановительного процесса, лечебно-профилактического процесса, с учетом воздействия курортных и физиотерапевтических факторов в сочетании с медикаментозными средствами.

В своей сущности, механизм управления, представляет собой совокупность организационных структур и конкретных форм и методов управления, инструментов и рычагов, а также органичного единства производственных, финансовых, социальных, технологических и экономических связей, правовых форм, влияющих на предпринимательскую деятельность субъектов хозяйствования санаторно-курортной отрасли, с целью создания условий для высококвалифицированного оздоровления рекреантов при непрерывном совершенствовании лечебной базы, гостиничного обслуживания и обеспечения комфортного отдыха отдыхающих.

Одной из особенностью механизма управления предпринимательской деятельностью предприятиями санаторно-курортной отрасли является то, что не туристический продукт, реализуемый субъектом хозяйствования (как совокупность оздоровительных услуг) доставляется потребителю, а наоборот, потребитель услуг доставляется к отпускаемому турпродукту. Роль механизма управления предпринимательской деятельностью санаторно-курортных предприятий особо значима в системе хозяйствования рынка курортной отрасли. Его существенная важность находит свое отражение как в анализе оценивания самого предпринимательского продукта, так и в исследовании финансово-хозяйственных показателей предприятий санаторно-курортной отрасли. Стоит отметить, что результаты осуществления предпринимательских операций в группе хозяйственных отношений также свидетельствуют о важной роли механизма управления предпринимательской деятельностью санаторно-курортными предприятиями.

Результаты исследования. К основным задачам механизма управления предпринимательской деятельностью санаторно-курортных предприятий, характеризующим важное его значение, относят не что иное, как увеличение финансового результата от той самой, предпринимательской деятельности. Причем, увеличение прибыли характеризуется основой создания комфортных условий для квалифицированного оздоровления и курортного лечения при полной наполняемости гостиничного номерного фонда санаторно-курортных предприятий, а также непрерывном совершенствовании лечебной базы, для обеспечения конкурентных преимуществ на рынке курортных услуг, в котором будет реализован лечебный продукт. Также большой актуальностью представлена роль механизма управления

предпринимательской деятельностью санаторно-курортных предприятий в части высококачественного оздоровления и курортного лечения отдыхающих, что находится в тесной связи с обеспечением высококвалифицированными кадрами медицинского состава сотрудников предприятия.

Не маловажной ролью механизма управления предпринимательской деятельностью санаторно-курортных предприятий является организационно-хозяйственные взаимоотношения контрагентов региона. Что находит свое отражение в занимаемой доле сегмента рынка санаторно-курортной отрасли в целом.

Выводы: определена ролью механизма управления предпринимательской деятельностью санаторно-курортных предприятий в системе хозяйствования субъектов санаторно-курортного комплекса региона. Показано, что важность организационно-экономического механизма управления санаторно-курортных предприятий – заключена в совокупности организационных структур и конкретных форм и методов управления, инструментов и рычагов, а также органичного единства производственных, финансовых, социальных, технологических и экономических связей, влияющих на деятельность предпринимательских субъектов с целью создания условий для квалифицированного оздоровления и курортного лечения при полной наполняемости номерного фонда санаторно-курортных предприятий и непрерывном совершенствовании лечебной базы.

ОСОБЕННОСТИ ДВИЖЕНИЯ МИГРАЦИОННОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Радько А.А.

*к. э. н., доцент кафедры экономической теории
Института экономики и управления*

Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского

Введение. С развитием глобализации значительно активизировались процессы международной трудовой миграции. Массовые перемещения рабочей силы из одной страны в другую с целью трудоустройства сопровождаются непрерывным движением миграционного капитала (денежных переводов) в обратном направлении. Причем, как показывает практика, общемировые объемы миграционного капитала демонстрируют устойчивую тенденцию к росту.

Цель и задачи исследования. Цель – проанализировать современные тенденции и объемы миграционного капитала и установить экономические последствия поступления денежных переводов для стран происхождения трудовых мигрантов и для стран – доноров миграционного капитала.

Результаты исследования. Понятие миграционного капитала по своей сути не является новым. Миграционным капиталом называют трансферты денежных переводов трудовых мигрантов, представляющие собой разницу между их доходами и расходами на их пребывание в стране трудоустройства.

Формирование миграционного капитала не ограничивается простой иммиграцией иностранцев из стран с большим спросом на капитал в страны с большим потенциалом его вывоза. Все более растет роль факторов повышения квалификации мигрантов, производительности их труда, создания специальных трудовых и предпринимательских институций, интенсифицирующих потоки трудовых мигрантов и миграционного капитала.

Объемы миграционного капитала напрямую связаны с количеством трудовых мигрантов. Льготный миграционный режим со странами ближнего зарубежья привел к практически бесконтрольному въезду в Россию миллионов мигрантов из республик

Центральной Азии и Южного Кавказа, не способных прокормить собственное население и обеспечить его работой. Так, по данным ФМС на 3 марта 2014 г. в России находились около 4,5 млн. жителей Центральной Азии. Первое место по числу мигрантов занимал Узбекистан (2,34 млн.), за которым следовали Таджикистан (1,03 млн.), Казахстан (566 тыс.), Киргизия (526 тыс.) и Туркмения (25 тыс.), число граждан которой на территории РФ в связи с действием между двумя странами визового режима минимально. Причем миграционный потенциал региона далеко не исчерпан, так как темпы естественного прироста его населения остаются высокими. Население пяти стран Центральной Азии, обеспечивающих большую часть миграционного притока в РФ, превысило 65 млн. чел. Большинство его составляют молодежь и люди среднего возраста, которые в связи с отсутствием работы и низкими заработками на родине массово едут в Россию.

В России в шестёрку самых популярных направлений внутренней трудовой миграции вошел Крым. По оперативным данным Росстата в I квартале 2015 года экономически активное население Республики Крым составило 921,7 тыс. человек, из них занятое население — 839,1 тыс. человек, безработные — 82,7 тыс. человек. Помимо столичного региона и Санкт-Петербурга наибольшее число российских соискателей хочет переехать в целях трудоустройства в Краснодарский край, Крым, Тюменскую область и Ханты-Мансийский автономный округ. В эти субъекты готовы переехать 20% граждан, разместивших свои данные на портале «Работа в России». Вместе с тем наиболее популярные среди желающих переехать соискателей регионы не совпадают с регионами, где ощущается острая нехватка рабочих рук.

Экономика многих стран во многом зависит от денежных переводов из-за границы. Так, по данным Всемирного банка, экономика Армении зависит от денежных переводов - на 21%, Грузии — на 12%, Киргизстана — на 31,5%, Молдавии — на 25%, Таджикистана — на 42%, Украины — на 5,5%, Литвы — на 4,5%, Азербайджана — на 2,5%, Узбекистана — на 12%. Это одни из самых высоких показателей в мире по переводам. Среди стран назначения денежных трансфертов наибольший отток в 2013 г. наблюдался в Узбекистан (6,63 млрд.), Таджикистан (4,15 млрд.), на Украину (3,08 млрд.), Армению (1,6 млрд.), Молдавию (1,26 млрд.), Азербайджан (1,23 млрд.). В 2014 году трудовые мигранты перевели в Кыргызстан 2 миллиарда 235,8 миллиона долларов, что на 1,4% меньше по сравнению с 2013 годом. Объем переводов из Казахстана составил 20,1 миллиона долларов, что меньше, чем в предыдущем году на 20,8%.

В целом же для российской экономики массовая миграция сопряжена с многомиллиардными денежными потерями. По данным Центрального Банка РФ, посредством денежных переводов, осуществленных физическими лицами, в 2013 г. из России было отправлено 23,59 млрд. долларов США. Однако, не стоит забывать о том, что мигранты, работая в России, вносят существенный вклад в развитие экономики, который во много раз превышает сумму, выплачиваемую в качестве вознаграждения мигрантам за выполненную работу. Для стран приема денежных переводов, отправляемые мигрантами материальные средства играют важнейшую роль в поддержании гибкости и устойчивости экономики: дают прямую и быструю выгоду людям, которые чаще всего живут за чертой бедности и отсутствия необходимого. Денежные переводы помогают выйти из нищеты и голода и могут являться основным и первоначальным капиталом для создания малого бизнеса или для развития домашнего хозяйства. Увеличивают платежеспособность семьи и позволяют удовлетворять потребности в образовании и медицине. Денежные переводы, инвестируемые на осуществления социальных проектов или создания предприятий, требующих применение рабочей силы, приносят положительные последствия не только тем, кому эти средства направлялись, но и более широкому кругу лиц, что в итоге приводит к увеличению доходности всей экономики государства. Успешное вложение отправленного капитала может способствовать эффекту мультипликации, то есть умножения и увеличения дохода, что так же повлияет на улучшение экономики страны. Деньги, отправленные через официальные каналы, являются основным источником появления в стране иностранной

валюты, что влияет на повышение объемов финансового сектора экономики и обеспечивает возможность выдачи некоторых займов и кредитов. За многочисленными плюсами денежных переводов для стран реципиентов есть и свои минусы. Происходит огромный отток рабочей силы, в том числе и квалифицированных работников, необходимых для самостоятельного развития экономики. Постоянные денежные поступления мигрантов делают страну зависимой от них, тем самым, создавая нестабильность экономики. Как показывает практика, с течением времени всё больше мигрантов остаются за рубежом и прекращают свои переводы на родину. Как правило, из страны уезжают молодые, предприимчивые и наиболее способные люди, большое количество интеллигенции, тем самым ослабляя развитие страны. Снижение отрицательных последствий и увеличение положительного эффекта, как для доноров, так и для реципиентов, от использования труда и переводимых материальных средств, произойдет только при правильном и эффективном использовании государственного контроля, государственной политики и модернизации существующих систем.

СОСТОЯНИЕ СПРОСА НА ТРУД В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД

Романюк Е.В.,

*доцент кафедры экономической теории Института экономики и управления
ФГАОУ ВО КФУ им. В.И. Вернадского*

В данной работе исследуется состояние спроса на региональном рынке труда, рассматриваются противоречия между спросом и предложением, которые отражают суть проблемы. Цель исследования заключается в анализе спроса на труд в регионе. В результате чего выделим такие задачи, как: количественно проанализировать спрос на труд в регионе; выделить противоречия между спросом и предложением на труд; выделить востребованные и невостребованные профессии на рынке труда; рассмотреть основные мероприятия Программы содействия занятости; разработать предложения по увеличению спроса и соответствие его предложению.

Спрос на труд представляет собой потребность работодателей на труд работников на определенный момент времени, с предоставлением конкретного рабочего места, объема работы и условий труда, а также установленной заработной платы. В Республике Крым на рынке труда наблюдается положительная тенденция, выраженная в том, что спрос на труд вырос в 2013 г. по отношению к 2008 г. на 1403 чел. или 41,66 % (табл.).

Таблица

Спрос на рабочую силу в Республике Крым за 2008-2013 гг.

Показатель	Годы						Структурные изменения 2013 к 2008	
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	абсолютные (+, -)	относительные (%)
	Спрос на рабочую силу на конец отчетного периода, чел.	3368	2561	2767	3277	3651		

Источник: составлено на основе данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым

Однако сегодня зафиксировано несоответствие между спросом и предложением на труд которое выражено в следующем: во-первых, превышением безработных граждан над вакансиями; во-вторых, предлагаемые работодателями условия и оплата труда не удовлетворяют работников; в-третьих, наличие профессионально-квалификационного несоответствия состава безработных граждан требованиям рабочих мест; в-четвертых, ограниченностью спроса на труд.

В настоящее время дисбаланс между спросом и предложением связан с профессионально-квалификационным несоответствием безработных граждан, так как на учете в службе занятости стоят граждане, не отвечающие требованиям работодателей из-за отсутствия необходимой специальности или квалификации. Кроме того между рынком труда и институтом образования отсутствует синхронность. Так, институт средне специального и высшего образования продолжает выпускать специалистов по «престижным профессиям», чем переполняет рынок невостребованными профессиями.

Крым является специфическим регионом, в котором увеличение потребности в работниках в основном вызвано курортным сезоном, летним (сельским) туризмом и рекреацией, развитием сельского хозяйства. В связи с этим растет и спрос на труд в сферах туризма и сельского хозяйства. После окончания летнего курортного сезона, сбора урожая, как правило, сокращается спрос на эти рабочие места.

В Республике Крым значительная часть работающих граждан занята в торговле – почти 30 %, на сельское хозяйство приходится 20 %, в промышленности занято 9 % граждан, в организациях охраны здоровья и оказания социальной помощи – 8 %. Сегодня в Крыму наиболее востребованными остаются представители рабочих профессий, в частности строительных специальностей. Остро нуждается регион во врачах и медсестрах. Растет спрос на таких работников как: няни, официанты, водители, пожарники, повара, менеджеры, продавцы, сиделки, гувернантки и домработницы. С каждым годом сокращается спрос на такие профессии как: юристы, экономисты, бухгалтера, финансисты.

В настоящий момент времени государственными органами управления разработаны мероприятия по регулированию спроса и предложения на труд, которые зафиксированы в Государственной программе содействия занятости населения Республики Крым на 2015-2017 гг. Программа является одним из инструментов в реализации мер и действий на региональном рынке труда, важным элементом механизма государственного регулирования занятости населения и воздействия на рынок труда Республики Крым.

Основные мероприятия Программы заключаются в следующем:

- проведение разъяснительной работы с руководителями предприятий в части обязательного предоставления в службу занятости сведений о вакансиях, а также по вопросам легализации занятости населения;

- осуществление мероприятий, направленных на легализацию выплаты заработной платы и занятости населения;

- стимулирование самозанятости путем предоставления одноразовой выплаты пособия по безработице для организации предпринимательской деятельности, в т. ч. жителям сельской местности;

- содействие гражданам, которые проживают в сельской местности, в организации ими личных крестьянских и фермерских хозяйств, создании заготовительных, сбытовых и агросервисных организаций, предприятий по переработке сельхозпродукции, других субъектов хозяйственной деятельности;

- организация профессионального обучения по рабочим профессиям, которые пользуются спросом на рынке труда, преимущественно под заказ работодателя, для самозанятости с использованием различных форм и методов профессионального обучения и дополнительного профессионального образования;

- расширение перечня профессий (направлений подготовки) и разработка совместно с образовательными организациями образовательных программ по направлениям повышения квалификации с учетом требований работодателей и перспектив рынка труда;

- содействие безработным гражданам и членам их семей в переселении в другую местность для трудоустройства.

Таким образом, с целью роста спроса на труд и соответствие его предложению нами предлагается усилить государственную поддержку с помощью льготного налогообложения, кредитования и целевого финансирования; стимулировать и способствовать росту и развитию частного бизнеса, в частности среди самозанятых; увеличить прямые инвестиции в создание и реконструкцию новых постоянных и временных рабочих мест; развивать гибкие формы и виды занятости.

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Сивченко А.С.

магистрант кафедры экономики АПК Института экономики и управления

КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: к.э.н., доцент Мабиала Ж.

Введение. В данной работе рассматриваются вопросы социально-экономического формирования сельских территорий для выявления специфических факторов их развития.

Цель: определение и характеристика специфики социально-экономического развития сельских территорий.

В процессе написания работы были использованы следующие методы: анализ, синтез, сравнительный метод, метод информационного сканирования.

Задачи:

- определение актуальных проблем сельскохозяйственных территорий;
- типизация сельскохозяйственных территорий;
- определение факторов социально-экономического развития.

Методы исследования включают: метод анализа и синтеза, аргументация, системный подход, прогнозирование, обобщение.

Результаты исследований. По данным Всероссийской переписи 2010 года в составе Российской Федерации насчитывается около 134 тыс. сельских населенных пунктов с численностью населения в каждом от 10 до нескольких тысяч человек. Кроме того, имеется более 19 тыс. сельских населенных пунктов без населения. Для сравнения, по итогам переписи 2002 года этот показатель составлял 13086.

Несмотря на урбанизацию и деграционные процессы, охватившие сельскую местность, село является одним из важнейших элементов народного хозяйства, в первую очередь в связи с его особой отраслевой специализацией, а также в связи с выполнением других функций: производственной, социально-демографической, культурной, природоохранной, рекреационной и другими. Множество выполняемых функций подчеркивает значимость сельской местности для национальной экономики и ее региональных подсистем.

Изучение особенностей сельских территорий и выявление его сущностных характеристик, позволяет выделить следующие положения, которые необходимо рассматривать в комплексе:

- сельская местность охватывает большую часть территории любого государства за пределами урбанизированных территорий (городов), отличающаяся низкой плотностью населения;

- сельская территория включает сельский населенный пункт и территории, функционально предназначенные, прежде всего, для сельского, лесного хозяйства, природоохранной деятельности;

- село является социально-территориальной формой общности людей, характеризующаяся общими условиями жизнедеятельности и социо-культурными традициями.

Указанные положения реализуются через экономические, производственные, социальные, институциональные, пространственные аспекты.

Сельские муниципальные районы делятся на урбанизированные (включенные в сферу влияния мегаполисов, характер и структура занятости, социальная инфраструктура и уровень благосостояния приближаются к городским) и периферийные. В международной практике встречается разделение сельских территорий на экономически интегрированные, средние (переходные) регионы и отдаленные:

- экономически интегрированные регионы располагаются вблизи экономических центров;

- средние или переходные регионы располагаются в некотором удалении от экономических центров;

- отдаленные регионы находятся на периферии.

Встречается традиционное деление сельской местности по уровню проблемности на слаборазвитые (имеют традиционно низкий уровень развития экономики и жизни населения), депрессивные (испытывают депрессивное состояние в сравнении с прошлыми периодами), кризисные (подвержены сильным катастрофическим деформациям).

С точки зрения местоположения необходимым является разделение сельских муниципальных районов на экономически интегрированные, переходные и периферийные. Сами села делят на аграрные, индустриально-аграрные, аграрно-административные. Различия заключаются в специализации, так в аграрных селах системообразующим видом деятельности является сельское хозяйство, в индустриально-аграрных селах - переработка сельхозпродукции, в аграрно-административных - выполнение административных функций - центров муниципальных районов.

Экономически интегрированные сельские муниципальные районы характеризуются растущей численностью населения, многосторонним предложением рабочих мест, а также высокоразвитой инфраструктурой. Первоочередными требованиями в таких регионах становятся: обеспечение экологического равновесия и защита природного и культурного слоя.

Переходные сельские муниципальные районы часто имеют сравнительно благоприятные экономические перспективы развития, особенно, если они имеют хорошие транспортные связи с экономическим центром.

Периферийные сельские муниципальные районы характеризуются, как правило, низкой плотностью населения, неблагоприятной демографической структурой, низкими доходами и высокой зависимостью от специализации. С их периферийным местоположением, а также сравнительно отсталой инфраструктурой экономические перспективы развития наименьшие, что относит их к регионам с особенно невыгодным положением.

В отношении сельских местностей существуют и специфические факторы развития:

1) институциональная структура сельскохозяйственного производства (фермерские хозяйства высокоинтегрированные в агропромышленные комплексы, обслуживаемые развитой инфраструктурой и мелкие автономные фермы, созданные по семейному типу);

2) условия землепользования, в том числе институты прав собственности на земельные ресурсы;

3) близость городского хозяйства и интегрированность сельской экономики в городскую экономику;

4) комплексность развития сельской местности, а не только сельского хозяйства как системообразующей отрасли села;

5) государственная политика в отношении комплексного развития села.

Выводы: Изучение теоретических основ экономического развития и анализ общих и специфических факторов развития сельской местности позволяют сформулировать позицию в понимании категории социально-экономического развития сельской местности - это процесс экономических, социальных и институциональных структурных сдвигов, ведущий к повышению уровня и качества жизни сельского населения, с целью наиболее полного выполнения функций села в национальной, и региональной экономике.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сидоренко А.А.,

студент 2 курса Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: Кравченко Л.А.,

к. э. н., доцент кафедры экономической теории

Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Одним из решающих факторов, влияющим на экономический рост и определяющий уровень развития экономического потенциала страны, являются трудовые ресурсы. Трудовые ресурсы как фактор производства, который в свою очередь, определяется численностью населения, является основным ресурсом любой экономической системы. В настоящее время социально-экономические преобразования существенно затронули сферу формирования трудовых ресурсов страны, что в свою очередь отразилось на изменении сферы общественного воспроизводства в целом. Проблема занятости является острой и актуальной в современных политических, экономических и социально-трудовых условиях. Особенностью современного рынка труда является его постоянная изменчивость. Определить, специалисты каких отраслей будут востребованы через несколько лет, крайне сложно, но какие-то тенденции все же отметить реально. С одной стороны занятость влияет на рынок труда, с другой стороны – рынок труда воздействует на сферу занятости, т.к. на нем постоянно происходят процессы преобразования и изменения, в связи с этим возникает потребность в постоянном исследовании.

Результаты исследований. Тенденции рынка труда показывают, что в ближайшие годы будет сохраняться и расти спрос на технических специалистов. Исходя из того, что сейчас активно развиваются инновационные технологии, промышленный сектор экономики, наиболее востребованными станут технические специалисты: инженеры, системные администраторы, специалисты сервисного обслуживания, мастера, начальники технических отделов, механики, энергетики. Также неизменным спросом будут пользоваться инженеры среднего звена и квалифицированные рабочие. На многих промышленных предприятиях сегодня требуется высококвалифицированный рабочий персонал. На рынке не хватает технических специалистов, рабочих высокой квалификации, таких как, токари, фрезеровщики. Также с активным развитием нанотехнологий, будут востребованы технические специалисты в этой области.

Есть отрасли, развитие которых замедлилось, но не очень сильно. Это строительство и производство строительных материалов, розничная и оптовая торговля, общественное питание и развлечения, информационные технологии и коммуникации, автомобильный сервис, полиграфия. Также устойчивый спрос имеется в отрасли логистики на сотрудников

склада, специалистов по товарно-транспортным операциям, менеджеров по перевозкам. Тенденции таковы, что особенно сильно будут востребованы специалисты в промышленной сфере. Среди универсальных специалистов, которые востребованы в любой сфере и в любое время, менеджеры по продажам и закупкам, поскольку именно они приносят прибыль компании в любой экономической ситуации. Также нужны опытные высокопрофессиональные управленцы, специалисты по ИТ, инженеры и ведущие специалисты всех отраслей промышленности, специалисты по рекламе, маркетологи, медицинский персонал. Среди представителей рабочих профессий требуются продавцы, повара, водители автотранспорта, представители строительных специальностей, специалисты по металлообработке.

Есть некоторые профессии, по которым вот уже на протяжении ряда лет наблюдается перепроизводство; это экономисты, бухгалтеры, товароведы и юристы. Поэтому абитуриентам нужно иметь в виду, что такого рода специалисты востребованы, но только с высоким уровнем квалификации. Предложения от работодателей есть, но ведется жесткий отбор. Поэтому прежде, чем поступать в вузы, важно определить, чем хочется заниматься по жизни и к какому роду деятельности есть склонность.

По итогам 1 квартала 2015г. спрос на трудовые ресурсы в России снизился на 5% относительно 1 квартала 2014 г., при этом количество размещенных резюме выросло на 35%. Интересно, что годом ранее за аналогичный период на рынке количество вакансий выросло на 20%, а резюме – на 19%. Основной спрос на российском рынке труда по итогам 1 квартала 2015 г. пришелся на Москву (24%) и Московскую область (10%). На третьем месте – Санкт-Петербург с долей рынка почти 8%. Также в пятерке регионов-лидеров оказались Краснодарский край и Республика Татарстан.

Основным трендом в региональном размещении вакансий является смещение спроса из крупных регионов (в первую очередь, из Москвы и Санкт-Петербурга), которые из квартала в квартал теряют свою долю, в сторону регионов с меньшей численностью населения.

Во многих крупных городах так же, как в России в целом, в 1 квартале 2015г. наблюдалось снижение спроса в годовом исчислении. Сильнее всего пострадал Краснодар, где количество вакансий за год снизилось вдвое. На треть сократился спрос в Казани, Ростове-на-Дону, Воронеже, Самаре, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде и Новосибирске. На 19% снизился спрос на рабочую силу в Москве, на 13% — в Санкт-Петербурге. В пределах 5% отмечено снижение спроса в Красноярске, Уфе и Перми.

Единственный город с положительной динамикой, который входит в лидеры по количеству опубликованных вакансий, это Челябинск. За год количество вакансий выросло на 6%. В прошлом году все регионы показывали положительную динамику развития рынка труда. Например, в Краснодаре годом ранее был зафиксирован прирост количества вакансий на 48%, а в Перми — на 41%.

Количество размещенных резюме в 1 квартале 2015 г., напротив, выросло во всех крупных городах. В Красноярске и Челябинске их стало на 54-55% больше, чем в 1 квартале 2014 г. Более чем на 40% увеличилось количество резюме в Уфе, Краснодаре, Перми и Новосибирске. На треть больше стало резюме в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Москве и Нижнем Новгороде. На четверть — в Воронеже, Самаре и Ростов-на-Дону. Наименьший прирост количества резюме зафиксирован в Казани – на 15%.

Выводы. Таким образом, перспективы развития экономики связаны с активизацией использования имеющегося ресурсного потенциала рынка труда при кардинальном повышении качества трудовых ресурсов и повышением уровня управления ресурсопользования. Государство регулирует трудовые отношения с помощью политики занятости, создает специальные законы, разрабатывает государственные и региональные программы занятости, совершенствует нормативно – правовую базу. Работодатели предоставляют наемным работникам вакантные рабочие места с определенной оплатой и условиями труда. Трудовые отношения между ними оформляются с помощью трудового контракта или договора, где указываются взаимные права и обязанности сторон.

Работодатели обязаны выплачивать наемным работникам заработную плату, обеспечивать необходимыми условиями труда, не нарушать при этом законодательство о труде и занятости, а также заключенный между ними трудовой договор. Состояние и эффективное использование трудовых ресурсов страны, в конечном счете, определит наличие и эффективность использования материальных факторов общественного производства в процессе достижения стабильного экономического роста.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА РЕГИОНА

Симченко Н.А.,

д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономической теории

Институт экономики и управления (структурное подразделение)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

Рост интереса ученых и представителей предпринимательских сетей к структуре социального капитала отражает как общий уровень социальной ориентации процессов экономического взаимодействия бизнес-структур и власти, так и степень доверия общества к решениям органов власти на разных уровнях экономической системы. Существование таких сетей оказывает значительное влияние на ускоренное развитие неформальных институтов в обществе, среди которых стоит выделить рост коррупции, «двойные» стандарты ведения бизнеса, уменьшение доверия большинства населения к органам государственной власти и т.д. В то же время, в развитых странах мира социальный капитал воспринимается как некое общественное благо, совокупность норм, правил поведения, которые являются общепринятыми для всех субъектов хозяйствования.

Под социальным капиталом региона, как правило, понимают некое совокупное общественное благо, создаваемое в результате действия всей системы общественных связей, сочетание государственных и общественных институтов, связей и норм. Социальный капитал как совокупность государственных и общественных институтов, связей, норм является одним из источников экономического, политического, социального и культурного благополучия регионов и стран. При этом целесообразно выявить ключевые факторы, влияющие на рост социального капитала региона. Здесь возникает весьма правомерный вопрос – что является результатом роста социального капитала на уровне региона и как оценивать результативность роста. С нашей точки зрения, при анализе темпов роста социального капитала того или иного региона необходимо исходить из таких конечных целевых установок, как повышение среднего уровня качества жизни граждан, развитие механизмов государственно-частного партнерства, в т.ч. в сфере малого и среднего бизнеса, повышение уровня гражданской сплоченности общества, минимизация локальных, в т.ч. межнациональных конфликтов. Несмотря на общеизвестность приведенных нами целевых установок роста социального капитала, приоритетным подходом, претендующим на определенную научную новизну, является предлагаемая классификация факторов, учитывающая особенности социального капитала предприятий и его влияния на социально-экономическое развитие региона.

Факторы, влияющие на рост социального капитала, нами предлагается сгруппировать на такие четыре группы:

- *по уровню качества жизни*: уровень оплаты труда; качество рабочих мест; уровень социальной защиты; доступ к системам повышения квалификации и личностного роста; доступ к качественным медицинским услугам; доступ к спортивной инфраструктуре региона;

- *по уровню доверия бизнеса к социальным институтам*: уровень доверия бизнеса к

органам власти; уровень доверия бизнеса к научным организациям в регионе; уровень доверия бизнеса к образовательным учреждениям; уровень доверия к банковским и финансово-кредитным организациям; уровень доверия в партнерских отношениях;

- по уровню развития социальных сетей в регионе: межличностные коммуникации; социальные связи в регионе; уровень проникновения сети Интернет в регионе; уровень развития информационно-коммуникационных технологий в регионе; стоимость телекоммуникационных услуг в регионе; членство в общественных организациях.

- по уровню доверия граждан к социальным институтам: межличностное доверие; доверие граждан к учреждениям образования; доверие граждан к учреждениям здравоохранения; доверие граждан к местным органам власти; доверие граждан к общественным объединениям; Социальная солидарность и толерантность.

В основу предлагаемой нами классификации факторов роста социального капитала региона положено представление о понимании социального капитала как совокупности отношений, обуславливающих формирование и поддержание эффективных взаимовыгодных связей между субъектами хозяйствования путем развития социальных сетей, доверительных партнерских отношений, норм и ценностей в обеспечении доходности бизнеса и повышения качества жизни граждан. Здесь важно корректно трактовать целесообразность развития социального капитала для представителей бизнеса, а именно – каким образом партнерские отношения могут положительно повлиять на доходность бизнеса, его репутацию, конкурентоспособность.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗМЕРЕНИЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Скараник С.С.

старший преподаватель кафедры экономической теории Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

Введение. В настоящее время учеными разработаны различные подходы к измерению и оценке уровня развития человеческого капитала. Тем не менее, проблема исчисления данного показателя продолжает оставаться актуальной в связи с тем, что на данный момент отсутствует единая методика расчета человеческого капитала, а уже существующие методы не позволяют достоверно оценить уровень развития человеческого капитала и имеют ряд существенных недостатков.

Цель и задачи исследования. Целью данного исследования является определение основных подходов к измерению человеческого капитала. Реализация данной цели предполагает решение следующих задач: 1) определить основные подходы к измерению человеческого капитала; 2) выявить проблемные стороны применяемых методов измерения человеческого капитала.

Методика исследования базируется на анализе существующих методов измерения человеческого капитала.

Результаты исследования. Категория «человеческий капитал» имеет свою сложную внутреннюю структуру, компоненты которой можно охарактеризовать с помощью как натуральных, так и стоимостных показателей. В этой связи отметим, что в настоящее время одним из наиболее распространенных подходов к оценке человеческого капитала является метод представительных оценок, позволяющий измерить уровень сформированного и накопленного человеческого капитала на основе учета натуральных показателей, таких как: численность лиц с высшим образованием, соотношение лиц с различными уровнями образования в общей численности населения, среднее число лет обучения. Но данный метод не позволяет предоставить достоверную оценку качеству полученных населением

образовательных услуг. Поэтому уровень человеческого капитала измеряют также при помощи стоимостных показателей.

Стоимостное измерение величины накопленного человеческого капитала основывается на использовании двух основных методов, к числу которых можно отнести метод учета затрат, связанных с формированием качественных характеристик индивида, а также метод капитализации доходов. Первый метод по своей сути фокусируется на инвестиционном аспекте теории человеческого капитала, т.к. предполагает стоимостную оценку всех видов инвестиций в формирование и развитие человеческого капитала. В рамках данного метода учитываются расходы, связанные с повышением квалификации работников, медицинским обслуживанием, образованием, мобильностью и другие. Отметим, что теоретические основы данного метода были заложены еще в работах классиков экономической мысли А. Смита и К. Маркса и нашли свое дальнейшее отображение в научных трудах современных зарубежных и отечественных ученых. Тем не менее, затратный метод измерения человеческого капитала также не лишен определенных недостатков. Основной проблемой данного метода является неопределенность в вопросе относительно того, какие виды расходов можно отнести к инвестициям в развитие человеческого капитала. Т.к. многие виды затрат по существу выступают в форме расходов на потребление благ, необходимых для обеспечения процесса жизнедеятельности человека. Кроме того, данный метод не учитывает затраты собственного труда индивидов и потери свободного времени в процессе обучения, либо повышения квалификации.

Основоположителем метода капитализации доходов по праву считают У. Петти, предпринявшего попытку измерить денежную ценность производительных способностей людей. Согласно методу капитализации доходов величина человеческого капитала представляет собой дисконтируемую сумму всех доходов работника, получаемых им в течение трудоспособного периода жизни. Отметим, что метод капитализации заработков не является универсальным в силу того, что в совокупном доходе работника сложно обособить доходы, связанные с использованием, как непосредственно человеческого капитала, так и других факторов производства. Кроме того, данный метод не позволяет учесть нематериальные выгоды от использования человеческого капитала, такие как улучшение условий труда, карьерный рост и другие.

Основываясь на монографии Шаульской Л.В., отметим, что в связи с выделением различных стадий воспроизводства человеческого капитала, предоставляется возможным осуществлять оценку человеческого капитала как на стадии его формирования и развития, так и на стадии его реализации. Следует подчеркнуть, что такая оценка возможна, прежде всего, на макроэкономическом уровне, а также на уровне региона. При этом для измерения величины человеческого капитала на стадии его формирования и развития применяют интегральный показатель, позволяющий оценить влияние различных условий на уровень человеческого капитала, в том числе: демографических (численность населения, естественный прирост населения, продолжительность жизни), социальных (уровень образования, состояние здоровья, уровень медицинского обслуживания), экономических (доходы домохозяйств, обеспеченность населения жильем), экологических (оценка общего экологического состояния территории). Интегральный показатель, оценивающий эффективность реализации человеческого капитала определяется следующими составляющими: демографическими (учитываются показатели миграционного движения населения), социальными (условия использования рабочей силы), экономическими (уровень безработицы, уровень вынужденной неполной занятости, величина среднемесячной заработной платы).

В современных условиях социально-экономического развития для оценки эффективности реализации человеческого капитала в регионе используют показатели, отображающие уровень и качество жизни населения региона, в частности региональный индекс человеческого развития, учитывающий следующие основные параметры: воспроизводство населения, социальное положение, комфортную жизнь, уровень

благополучия, условия труда, уровень образования. В этой связи отметим, что оценка человеческого капитала на основе применения индексов является одним из более современных подходов к измерению человеческого капитала. В целом данный подход широко применяется для сравнения уровней накопленного человеческого капитала в различных странах и регионах. При этом наиболее значительное влияние на рейтинг каждого региона в единой шкале индексов человеческого развития оказывают уровень образования, условия проживания, а также уровень материального благополучия населения.

Выводы. В результате проведенного исследования установлено, что в настоящее время для оценки величины человеческого капитала используются различные методы измерения количественных и качественных характеристик человеческого капитала, в том числе: представительный метод, затратный метод, метод капитализации будущих заработков, индексный метод. Каждый из применяемых методов не позволяет всесторонне и объективно оценить уровень сформированного и накопленного человеческого капитала. К тому же на основе большинства применяемых методов можно оценить человеческий капитал, прежде всего, на уровне отдельного индивида или на уровне предприятия, а также в масштабах всей национальной экономики. При этом на основе уже существующих методик достаточно сложно измерить человеческий капитал на региональном уровне.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Сорока Е. Н.

студентка факультета экономики Таврической академии КФУ

научный руководитель: к.э.н., доц. Романюк Е.В.

Введение. На современном этапе экономического развития одним из ключевых условий эффективного развития любой экономической системы является построение инновационной экономики, обеспечивающей высокий уровень конкурентоспособности страны на международной арене. При этом необходимость формирования инновационной экономики России отмечена в Стратегии инновационного развития РФ до 2020 г.: «Единственным возможным способом достижения высокого уровня благополучия населения и закреплении геополитической роли страны как одного из лидеров является переход экономики на инновационную социально ориентированную модель развития».

Цель и задачи исследований. **Целью исследования** является оценка состояния инновационной экономики России. **Задачи исследования:** проанализировать инновационный сектор российской экономики, выявить проблемы и перспективные направления развития инновационной экономики России.

Методика исследований. В данной работе использовались такие методы исследования: анализ и синтез, логический, научной абстракции, а также методы дедукции и индукции.

Результаты исследований. Современное состояние инновационной экономики характеризуется ростом позиций России в международных рейтингах, например, в рейтинге The Global Innovation Index 2014 заняла 49 место, улучшив свое положение на 13 пунктов по сравнению с предыдущим годом. В то же время в процессе формирования инновационной экономики России существует множество различных проблем, препятствующих инновационному вектору ее развития. На наш взгляд наиболее существенными из них являются следующие группы:

1. Проблема взаимодействия государства, бизнеса и науки.
2. Проблемы развития инновационной инфраструктуры (технологическая отсталость предприятий, которая зачастую обусловлена отсутствием или недостаточной

конкуренцией в отрасли; низкая эффективность государственного корпоративного сектора).

3. Проблемы качества образования (низкая эффективность сектора исследований и разработок; недостаточное количество квалифицированных кадров).

4. Проблемы финансирования инновационной деятельности (особенно малых инновационных фирм):

- отсутствие значимых частных инвестиций;
- расходам на инновационную деятельность отводится весьма небольшая доля в бюджете (как на государственном уровне, так и на уровне предприятия);
- недостаточное предложение капитала для запуска инновационных бизнесов на ранних стадиях;
- высокий уровень риска капитальных вложений в инновационные проекты отдельных отраслей экономики вследствие недостаточного развития соответствующих рынков.

5. Административно-правовые проблемы:

- несовершенство правовой базы, например, недостаточная защита прав интеллектуальной собственности;
- коррупция;
- низкий уровень государственного регулирования: ограниченные возможности государственной поддержки, как начинающих, малых, так и крупных инновационных предприятий; не уделяется должное внимание практическому применению результатов НИОКР (научно-исследовательских и конструкторских работ); недостаточный контроль деятельности государственных заказчиков.

6. Проблемы социально-культурного характера:

- недоверие инновационной деятельности, что связано с высокими рисками;
- зачастую отсутствие личностных качеств, характерных для инновационного предпринимательства – мобильность, принятие риска, потребность в постоянном повышении квалификации.

7. Недостаточно развито международное сотрудничество в рыночно-ориентированных отраслях, что в основном связано с наличием внутренних и внешних барьеров в области прямых иностранных инвестиций и высокотехнологичной торговли.

Несмотря на это сейчас реализуются мероприятия, направленные на устранение или уменьшение влияния рассмотренных проблем. К таким мероприятиям относятся: создание и развитие особых экономических зон и технопарковых структур, национальных исследовательских центров, венчурных фондов, инновационных технологических кластеров; выполнение «дорожных карт» по перспективным направлениям (инжиниринг, фотоника, биотехнологии); реорганизация Российской Академии Наук, интеграция усилий ведущих институтов. Однако сложившаяся ситуация требует более серьезных мер, а все вышеперечисленные тенденции находятся в начале пути своего развития и требуют эффективной поддержки и тщательного контроля со стороны органов власти.

В дальнейшем, в условиях глобализации, повышения конкуренции, роста спроса на инновации наиболее перспективными направлениями развития инновационной экономики России, на наш взгляд, являются:

- тесное сотрудничество государства, бизнеса и университеты (модель «тройной спирали»), где центральное место в создании инновационного продукта предоставляется университетам;
- децентрализация инновационной экономики, развитие региональных инновационных систем;
- повышения спроса на инновационную деятельность со стороны юридических и физических лиц;
- рост финансовой активности в инновационной деятельности;

- развитие сферы образования- улучшение качества образования, повышение рейтинга образовательных учреждений;
- эффективное развитие инновационной инфраструктуры;
- поддержка инициатив молодого поколения инновационных предпринимателей.

Выводы. Инновационная экономика России находится на стадии формирования и характеризуется как недостаточно развитая и низкоэффективная. Такая характеристика связана с целым рядом проблем. Главным инструментом ускорения развития и устранения проблем инновационного сектора экономики Российской Федерации является партнерство и тесное взаимодействие государства, науки и бизнеса. Причем государство выполняет решающую роль в формировании и развитии инновационной экономики.

ПРОБЛЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В КРЫМУ

Сычева М.Л., Кравченко Л.А.,
студентка 2 курса Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского
к.э. н., доцент кафедры экономической теории
Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

Введение. Ключевым инструментом обеспечения экономического роста в современных условиях является формирование действенного механизма регулирования инвестиционных процессов. Дополнительную актуальность этому придает период глобального экономического кризиса. Однако возможности привлечения инвестиций ограничены не только недостатком источников, но и отсутствием опыта планирования инвестиционных процессов по методологии, соответствующей стандартам развитых стран.

Цель исследования: выявить и проанализировать проблемы улучшения инвестиционного климата Республики Крым.

Результаты исследований. Последнее время большинство аналитиков отмечает резкое ухудшение инвестиционного климата в России из-за введенных санкций западных стран и пересмотром международных рейтингов. В таком положении экономике РФ остается рассчитывать только на собственные силы, а для этого необходимо провести целый ряд реформ, чтобы упростить регистрацию новых предприятий. Для России открываются новые экономические преимущества от использования Крыма как базиса для инвестиций: возможность для граждан России инвестировать в недвижимость и жить на морском побережье; обширная сырьевая база – доступ к месторождениям на материке и на шельфе, возможность создания производств по выпуску продукции глубокой переработки нефти и газа – как с ориентацией на экспорт, так и для внутреннего рынка; инфраструктура незамерзающих морских портов – расширение возможностей для экспорта и импорта товаров, отсутствие таможенных барьеров при перемещении по территории России. Данное преимущество будет реализовано в полном объеме после ввода в эксплуатацию моста через Керченский пролив; усиление геополитического влияния на регион – защита территории России за счет выгодного размещения вооруженных сил, существующий постоянный спрос на сервисные услуги, продукты питания со стороны вооруженных сил Российской Федерации; возможность развития детского отдыха на территории России – оздоровление школьников, лечение и восстановление в благоприятном климате – в рамках существующих санаториев и лагерей, а также во вновь построенных объектах; организация пансионатов и специальных сервисных служб для ухода за престарелыми людьми с использованием инфраструктуры побережья.

Для создания благоприятных условий в привлечении инвестиций в экономику Крыма развития конкуренции, создания новых рабочих мест, а также реализации долгосрочных инвестиционных проектов в сфере развития инфраструктуры, создания производств, развития технологий необходимо разработать и реализовывать инвестиционные программы. Формирование благоприятного инвестиционного климата будет способствовать как увеличению объемов инвестиций, так и их диверсификации по секторам экономики и изменению структуры экономики, улучшению инвестиционной привлекательности региона, притоку иностранных и российских инвестиций. Программа предполагает проведение мероприятий по комплексному улучшению инвестиционного климата в регионе, активизации государственных, предпринимательских и общественных работ по развитию экономики, созданию современных и модернизации действующих производств, расширению источников и увеличению объемов финансирования инвестиций, организации высокоэффективного инвестиционного процесса.

К преимуществам инвестиционной деятельности в Крыму относятся особое политическое положение и значимость данного региона, благоприятные природные и климатические условия для развития агропромышленного комплекса, сравнительно недорогая рабочая сила, перспективы для развития судостроения, наличие запаса природных ресурсов, перспективность разработки проектов, связанных с инфраструктурой и портовым хозяйством. В настоящее время в регионе созданы благоприятные условия для ведения бизнеса, включая режим свободной экономической зоны. Крым на сегодняшний день вызывает значительный интерес, как у отечественных, так и у иностранных инвесторов. Все больше представителей бизнеса готовы вкладывать деньги в инвестиционные проекты в Крыму. Так, в период с марта 2014г. под май 2015г. в Крыму было подписано 15 инвестиционных соглашений, общий объем инвестиций составил около 40 млрд. рублей. Еще 50 инвестиционных проектов готовятся к подписанию.

Приоритетными секторами инвестирования являются: промышленный комплекс, который является бюджетообразующей сферой экономики Республики Крым, аккумулируя 37% всех поступлений в бюджет и обеспечивая рабочими местами 17% всего занятого населения полуострова: транспортная инфраструктура, особенности которой позволяют создавать новые логистические центры, активизировать торгово-экономические связи, а также интегрироваться в международные транспортные коридоры; организация туристической и лечебно-оздоровительной деятельности; аграрный сектор, так, как биоклиматический потенциал региона способствует формированию мощной сырьевой базы для роста сельскохозяйственной отрасли, повышению экспортного потенциала перерабатывающих областей (виноградарство, виноделие, садоводство).

Республика Крым обладает всеми возможностями по привлечению в регион инвестиций, но существующие барьеры не позволяют в полном объеме использовать ее потенциал. К ним относятся специфика геоэкономического положения, с учетом нестабильного внешнего политического положения; Крым территориально отделен от остальной части РФ, на местное население приходится большой уровень нагрузки, вероятность возникновения конфликтов на межэтнической почве, недоработанные институты привлечения потенциальных инвесторов, внешняя изолированность территории. Реализация долгосрочной целевой программы по улучшению инвестиционного климата может стать эффективным механизмом решения существующих проблем. В данной ситуации возможны определенные законодательные изменения, касающиеся ускорения прохождения административных барьеров при реализации инвестиционных проектов. Кроме того, введение таможенных и налоговых льгот также может стать привлекательным фактором для потенциальных инвесторов.

Выводы. Таким образом, состояние инвестиционного климата Республики Крым – основа для принятия решений инвесторами, поэтому одной из основных задач регионов является формирование благоприятной инвестиционной среды. Проводя инвестиционную политику, регионы стремятся достичь экономической безопасности, рационально разместить

производительные силы, укрепить собственную индустриальную базу, в целом, структурно перестроить региональную экономику, обеспечив, тем самым достаточный приток денег для развития отраслей экономики и повысить конкурентоспособность региона.

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Субоч Е.П.

*ст. преподаватель кафедры экономической теории
Института экономики и управления Крымского федерального университета*

Введение. Сегодня мировая научная мысль о формах и методах мотивации получила новое развитие, методы мотивации стали разнообразнее, наряду с материальными стимулами в мотивации труда непрестанно растет роль нематериальных стимулов. Составляющей мотивации к трудовой деятельности становится мотивация к проявлению творчества, разработке и внедрению инноваций, профессиональному развитию. Получают распространение теории трудовой мотивации инновационного типа, которые строятся на базе содержательных и процессуальных мотивационных теорий, концепций человеческого капитала. Их главное отличие в направленности на реализацию творческого и образовательного потенциала работника, предоставления возможностей относительно большей автономии в труде, стимулирование творчества в труде и т.д.

Цель и задачи исследования: рассмотреть особенности мотивации творческого труда в современных условиях.

Результаты исследования. Мотивация творческого труда имеет значительные отличия в сравнении с мотивацией труда вообще. Специфика творческого труда требует со стороны творческой личности значительных интеллектуальных и психологических усилий для самоутверждения и самореализации, постоянного обновления знаний, поэтому она требует обязательной поддержки со стороны предприятия и государства, привлечения продуманной и непротиворечивой системы стимулов для творческого труда.

Эволюция научных представлений о формах и методах побуждения к творческому труду в современных условиях происходит в русле развития разнообразных мотивационных концепций, в тесной связи с радикальными политическими, экономическими, социальными, духовными, экологическими изменениями мира, которые обусловлены мировыми процессами глобализации, условиями развитой конкурентной среды, где главную роль должны играть знание, интеллект, инновации. Именно ряд последних факторов привел к качественной трансформации форм и методов мотивации творческого труда.

Следует отметить, что механизм стимулирования творческой инновационной активности работников формируется и функционирует в каждой стране с учетом особенностей национальной экономики, специфики государственной политики, системы взаимодействия государственных структур власти, финансовых возможностей и стратегических приоритетов. Необходимо учитывать, что в современной конкурентной борьбе между странами определяющие значение имеют не дешевые ресурсы, а благоприятные условия относительно их использования, где поощряется творчество, разработка и внедрение инноваций.

В национальной экономике стимулирование творческого труда непременно требует активного участия государства. Регулирующее влияние государства должно быть направлено на обеспечение социальных гарантий и условий для заработка необходимых средств с целью повышения эффективности использования труда, согласования и равноправной реализации интересов всех участников трудовых отношений. Творческие работники должны чувствовать

не только реальную свободу трудового выбора, но и тесную связь между результатами труда, качеством рабочей силы, оплатой и стимулированием труда со стороны государства и работодателей. Лишь при таких условиях возможно появление сознательного стремления работника к развитию конкурентоспособности в труде на основе совершенствования профессиональных знаний, навыков, профессионального мастерства и проявления творческой активности.

В современных условиях практика побуждения к творческому труду становится отображением значительно обогащенных подходов к мотивации труда, которая содержит четыре самостоятельных группы методов мотивации: денежный, целевой, обогащение содержания труда, партисипативности (участие в принятии решений).

Наиболее распространенным методом трудовой мотивации сегодня остается денежный его используют 43% национальных предприятий. Для оценивания личных заслуг в результатах труда и взноса в конечный результат работы предприятия используются целевой базовый подход предусматривающий общность лишь заданий, которые должны реализоваться, такой метод используют 30% предприятий. Партисипативный подход (участие в управлении) применяется в комплексе с другими методами трудовой мотивации.

Так, в мотивационной сфере личности с приобретением трудом творческого характера на первый план выходит потребность в самореализации, стремление раскрыть потенциал своих возможностей, проявить свою индивидуальность, творца интересует не только стимулирование к внедрению инноваций или материальное вознаграждение, которое несет успех той или другой идеи, а в большой степени содержание самого труда. Такое состояние, когда стремление к результативному творческому труду, творческим достижениям исходит от самого работника (присутствующая сама мотивация), а не от «внешнего возбудителя» (например, денежной премии) считается наиболее эффективным методом повышения отдачи труда специалистов в сфере нововведений.

Следует отметить, что под воздействием конкуренции трудовые мотивы работника постепенно изменяются: в результате комплексного взаимодействия внешних и внутренних факторов растет направленность на постоянное совершенствование своих знаний и профессиональных навыков, то есть возникает сознательная ориентация трудового поведения на развитие конкурентоспособности своей рабочей силы. Благодаря конкуренции, стимулируется творческая деятельность, проявления инициативы, разработка и внедрение инноваций.

Выводы. В современных условиях, которые стремительно изменяются, система мотивации и стимулирования творческого труда должна мгновенно реагировать на любые изменения, формировать новые управленческие решения соответственно ситуации, которая складывается. Понимание этого послужит созданию эффективной системы побуждения к творческому труду.

ГЕОЭКОНОМИКА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Троян И.А.

к.э.н., доцент кафедры экономической теории

Института экономики и управления

Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

Введение. События, происходящие сегодня на мировой арене, будь то политического, социального или экономического характера, все в большей степени отражаются на развитии национальной экономики. Одни события создают новые угрозы для экономического благополучия страны, другие же, напротив, формируют возможности для ее прогресса. И для любого государства важно адекватно и своевременно реагировать на любые экзогенные изменения, проследить корреляцию между внешними явлениями и последствиями внутри страны, что впоследствии формирует базис для обоснованной внешнеэкономической политики. Исследованием связи мировых геопропространственных факторов и государственного экономического поведения, отчасти занимается геоэкономика.

В современных условиях усиления политической конфронтации и экономической конкуренции между государствами геоэкономика стала новым эффективным и важным инструментом реализации внешнеэкономической политики страны. Недостаточность научных изысканий и рассмотрения геоэкономики в данном контексте послужила основанием научной работы.

Целью исследования является обоснование учета и использования геоэкономического фактора в качестве эффективного инструмента реализации внешнеэкономической политики государства. Обусловленные целью задачи охватывают: рассмотрение сущности геоэкономики, определение возможных эффективных аналогов ее использования в стратегическом и тактическом векторе развития страны, а также обоснование необходимости практического применения системы геоэкономических знаний в государственной внешнеэкономической политике. В процессе исследования использовались такие общенаучные методы: научное наблюдение, анализ и синтез, абстрагирование.

Результаты исследования. Геоэкономика как наука синтезирует аспекты геополитики и экономической теории. В самой общей трактовке геоэкономике как инструмент внешнеэкономической политики следует рассматривать как систему методов экономической борьбы страны в геопространстве международных экономических отношений.

На фоне последних международных политических, социальных и экономических событий нельзя не отметить ужесточение экономической конкуренции между странами, прежде всего, между ключевыми игроками на мировой арене. Усиление «градуса напряжения» в их взаимоотношениях должно и уже отражается в экономическом поведении каждой страны. Через систему геоэкономических факторов государства, с одной стороны, формируют определенную защиту развития национальной экономики, с другой, - стратегию конкурентной борьбы на мировых рынках. Используя геоэкономический подход к формированию внешнеэкономической политики, государство выступает в роли оперативного посредника между внешним миром и деятельностью институтов, способствующих целям развития страны. Из всего арсенала методов геоэкономики в контексте осуществления внешнеэкономической политики применимы, на наш взгляд, такие: транснационализации, кластеризации, интеграционные и методы экономической войны.

Процессы транснационализации охватили сегодня почти более половины стран мира. Транснациональные корпорации (ТНК) и транснациональные банки формируют мощную управленческую силу, с их интересами считаются, а их лобби достигают зачастую верхних эшелонов власти в стране. Поэтому государственные власти рационально поступают, налаживая тесное и взаимовыгодное сотрудничество с теми ТНК, которые напрямую оказывают влияние на развитие национальной экономики.

Использовать метод кластеризации могут позволить себе страны с достаточно высоким уровнем экономического развития. Ведь он предполагает значительные расходы на формирование кластеров, объединяющих территориально соседствующие, взаимодополняющие предприятия, учреждения и организации в определенной сфере. Кластеры, подобно магниту, притягивают наиболее высокодоходные ресурсы (человеческие, капитальные, финансовые) в том числе из приграничных зон других государств. Впоследствии эффективный государственный менеджмент такого кластера может служить достойным инструментом в конкурентной борьбе на мировой арене. В свою очередь, страны, не сумевшие создать благоприятные условия бизнеса сравнительно со странами-соседями, неизбежно прощаются с ценными человеческими кадрами, технологическими, природными и инвестиционными ресурсами.

Интеграционные методы внешнеэкономической политики следует рассматривать неоднозначно. С одной стороны, формирование интеграционных объединений нацелено на экономическое сотрудничество между странами, но с другой, - синтезируя свои потенциалы совместного развития, государства-члены становятся в оппозицию к третьим странам, не входящим в данный блок. Совершенно обоснованным и логичным в данном контексте видится усиление сотрудничества России со странами БРИКС, на площадках АСЕАН, с Китаем в отдельности, так как формируемый мощный геоэкономический полюс вполне становится конкурентоспособным с США.

Группа методов экономической войны довольно обширна, она охватывает как традиционные протекционистские и либеральные инструменты, так и новые методы скрытого характера. К уже традиционным - следует отнести всевозможные нетарифные барьеры (квотирование, лицензирование, субсидирование), демпинг, торговое эмбарго и др. Менее распространенные негласные методы экономической войны могут включать формирование контроля над внешним долгом страны (например, фактический контроль США над долговой зависимостью Украины через инструменты МВФ), а также создание и управление системой потоков финансовых ресурсов (банковская система SWIFT, платежные системы VISA и MasterCard).

Показательно, что одним из ключевых принципов геоэкономики является возможность одновременного выигрыша всеми участниками международных экономических отношений. Обратной же стороной реализации данного принципа может стать ситуация, при которой применяемые методы наступательной конкурентной борьбы наносят урон не только стране-адресату, но и другим государствам мира, включая страну, иницирующую эти методы. Это связано, прежде всего, с возрастающей взаимозависимостью и интернационализацией национальных экономик. Наиболее ярким примером современных реалий могут служить экономические санкции стран Европейского Союза, США, Австралии, Канады, Норвегии против Российской Федерации, действующие с 2014 г. Их практическое применение наглядно выявило экономические потери не только самой России, но и стран тесно связанных торговыми отношениями с ней – Польши, Норвегии, стран Прибалтики. Безусловно, политическую составляющую геоэкономической борьбы в данном случае нельзя не учесть, и то, что выбранная номенклатура товаров, попадающая под санкции, будет оказывать негативное влияние на внешнеторговые операции менее развитых стран ЕС было ожидаемо и прогнозируемо. Именно поэтому, любые экономические войны, равно как иные неэкономические, в экономическом смысле неоправданны и обуславливаются политическими амбициями.

Выводы. Исходя из рассмотренных методов геоэкономики, применяемых в качестве новых инструментов внешнеэкономической политики, следует отметить особую роль, возлагаемую на государство, - роль глобального предпринимателя, действующего в жестких конкурентных условиях, трансформационных сдвигов и в системе постоянно изменяющихся факторов внешнего мира и внутреннего состояния страны. Это требует, возможно, нового геоэкономического подхода к осмыслению внешнеэкономической стратегии и тактических ходов, к формированию управленческих структур и институтов, разрабатывающих и реализующих их.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ КРЫМА

Черемисина С.Г.

*д.э.н., проф. кафедры экономической теории института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского*

Введение. Виноградарство и виноделие всегда являлись приоритетными и бюджетонаполняющими отраслями агропромышленного комплекса Крыма и направлены на выращивание высоких урожаев столового и технического винограда с последующей его переработкой и производством высококачественных вин и коньяков.

После второй мировой войны 152 тыс. га виноградников в Крыму давали до 600 тыс. т. винограда. Виноградарство обеспечивало высокую прибыль при норме рентабельности 70-150% и более. Пятьдесят два года назад в Крыму была принята программа развития многолетних насаждений в регионе, с тем, чтобы превратить полуостров в оазис садов и виноградников. В 1969 году валовой сбор винограда достиг рекордной для Крыма отметки - 648 тыс. т. В этот период доходы от виноградарства и виноделия составляли почти 60% бюджета Крыма.

Сегодня в Крыму лишь 22 тыс. га виноградников, разоренные, утратившие свой ресурсный потенциал совхозы-заводы, перепрофилированные винзаводы. Причем сокращение потенциала отрасли происходило не только там, где она не была ведущей, но и традиционно виноградарских районах – Бахчисарайском, Симферопольском, Кировском, Судакском. Так не должно быть, т.к. Крым (что подтверждается всей историей развития виноградарства в регионе) должен и может возродить былую славу отрасли.

Цель и задачи исследований. Целью данной статьи является формирование и обоснование перспектив эффективного развития виноградо-винодельческого производства Крыма.

В соответствии с данной целью в статье решаются **следующие задачи:**

- оценить современное состояние виноградарства и виноделия Крыма с целью определения приоритетных направлений стабилизации и развития отрасли;
- определить приоритетные направления развития виноградо-винодельческого производства Крыма;
- разработать перспективы развития интеграции в виноградо-винодельческом производстве Крыма;
- разработать поэтапный прогноз ресурсной потребности виноградарства Крыма.

Методологической основой исследования является диалектический метод и системный подход к изучению состояния и эффективности функционирования виноградо-винодельческого производства, комплекс методов анализа ситуации, прогнозной оценки, а также нетрадиционные методы экономических исследований.

Результаты исследований. В современных условиях виноградарские предприятия Крыма испытывают резкое ограничение и удорожание необходимых им производственных ресурсов. Для завоевания и сохранения устойчивого места на рынке виноградо-винодельческой продукции им необходимо, с одной стороны, постоянно совершенствовать её товарную структуру, а с другой – повышать и сохранять высокое качество продукции. Успешное решение этой многовекторной задачи, в силу особенностей культуры винограда, возможно лишь при постоянном мониторинге ампелозэкологической и агроэкономической среды, непосредственно влияющей на количественные и, особенно, на качественные параметры производства.

Сложное экономическое положение большинства виноградо-винодельческих предприятий, вызванное диспаритетом цен на сельскохозяйственную продукцию и потребляемые для ее производства ресурсы, отсутствием действенной инфраструктуры

рынка столового винограда, трансформацией потребительских предпочтений в сторону коньячно-водочной, а также более дешевой порошково-фальсифицированной «псевдо винопродукции», а также снижение объемов производства отрасли определяют необходимость скорейшего решения проблем развития виноградо-винодельческого производства Крыма, достижения стабилизации и повышения эффективности механизмов хозяйствования виноградарских предприятий.

Опасная тенденция деградации отрасли, продолжающаяся на протяжении уже двух десятилетий, еще не преодолена. За анализируемый период общая площадь виноградников в Крыму сократилась в 3 раза (с 62,6 тыс. га в 1991 г. до 22,1 тыс. га в 2014 г.), площадь плодоносящих виноградников уменьшилась на 65 % (с 52,5 до 18,4 тыс. га). Однако отметим, что урожайность винограда за анализируемый период имеет относительно стабильную динамику – 45,9 ц/га в 1991 г и 58,6 в 2014-м.

Более чем трехкратное сокращение площадей виноградных насаждений не могло не отразиться на статистике валового сбора винограда. В Крыму за период с 1991 по 2014 гг. производство винограда сократилось почти в 4 раза – с 244,3 до 65,2 тыс. т. Вследствие низкой продуктивности, значительного роста производственных затрат, несовершенства ценовой политики виноградо-винодельческая отрасль Крыма высокорентабельной (53,9 % в среднем за период с 1986-1990 гг.) превратилась в убыточную.

В современных условиях первоочередной задачей стабилизации виноградарства в Крыму является формирование рациональной сортовозрастной структуры виноградников, способных полностью обеспечить потребности винодельческой промышленности в качественном сырье. В значительной степени от сорта зависит рентабельность виноградо-винодельческой отрасли, эффективность использования производственного потенциала. Размещение виноградарства в Крыму должно концентрироваться в пределах тех районов, где оно показывает себя устойчиво конкурентоспособным по сравнению с альтернативными ему направлениями специализации.

С присоединением Крыма к России виноделы полуострова столкнулись с огромным количеством проблем. Для них закрылся украинский рынок, нужно переходить на российские стандарты. Тем не менее, в случае успешной перестройки под новые технологические законы крымские вина могут стать серьезным соперником крупным российским винодельческим предприятиям.

Результаты многолетних исследований функционирования виноградарства и виноделия Крыма позволили сформулировать и выделить ряд проблем, требующих первостепенного решения, а именно: восстановление и улучшение качественного состояния насаждений на основе использования ампелоэкологического потенциала территорий; совершенствование технологий возделывания винограда; регулирование экономических взаимоотношений в системе «размещение виноградарства – производство винограда – промышленная переработка винограда – производство вин – реализация готовой продукции»; внедрение новейших ресурсосберегающих технологий ведения виноградарства и производства винодельческой продукции; возрождение и развитие питомниководческой базы, посадка новых виноградников, улучшение агротехнического состояния насаждений; приведение в соответствие внутриотраслевой сортовой структуры насаждений с политикой ориентации производства на расширение ассортимента рыночно значимой продукции и обеспечение устойчивого развития виноградарства.

Решение данных проблем позволит восстановить и в дальнейшем усилить утраченную отраслью функцию «наполнителя» бюджета Крыма.

Достичь стабилизации в отрасли можно в первую очередь путем активного законодательного регулирования деятельности предприятий, сокращения теневого производства винодельческой продукции, формирования и рационального использования системы финансирования реновации и развития виноградарства и виноделия за счет доходов от торговли винодельческой продукцией.

Выводы. Для восстановления виноградарства Автономной Республики Крым

необходима комплексная программа. Ее разработка и реализация должны основываться на результатах комплексного анализа состояния отрасли, глубины и масштабности деструктивных процессов и опираться на богатейший производственно-научный опыт и знания крымских ученых-аграриев. Наряду с оценкой состояния сырьевого потенциала необходимы глубокое изучение и прогноз спроса на крымскую виноградо-винодельческую продукцию, определение условий и направлений его активного регулирования.

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РФ

Чернопятенко Н.В.¹, Иннанова А.С.²

¹студент направления подготовки экономика Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

²студентка направления подготовки экономика Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского

научный руководитель: ст. преподаватель Субоч Е.П.

Введение. Развитие экономики страны и ее регионов неразрывно связано с международной экономической деятельностью. Способствующей росту национального дохода, ускорению научно-технического прогресса, повышению занятости и конкурентоспособности выпускаемой продукции. В условиях интенсивного развития международной экономической интеграции, активного участия России в глобальных мирохозяйственных связях все большее значение приобретает внешнеэкономическая деятельность российских регионов.

Целью и задачами исследования является рассмотрение ключевых аспектов развития внешнеэкономической деятельности регионов РФ.

Результаты исследования. Под внешнеэкономической деятельностью региона (субъекта Федерации) понимается его участие в мировом рынке товаров как материально-вещественных, так и интеллектуальных, а также услуг и капитала в контексте развивающейся системы мирового регулирования, регулирования на уровне страны, региона и межрегионального взаимодействия.

Во внешнеэкономической стратегии России до 2020 года, принятой в 2008 г., отмечена необходимость активного включения российских регионов во внешнеэкономическую деятельность. Субъекты Российской Федерации развивают свои международные связи в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 4 января 1999 г. № 4-ФЗ «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации», Федеральным законом от 8 декабря 2003 года № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» и другими законодательными актами, а также международными договорами России.

Имея емкий рынок, обладая значительными ресурсами и территорией, Россия имеет существенный потенциал развития международных экономических связей. Особенно широко российские регионы используют выше перечисленные конституционные и правовые полномочия в сотрудничестве в рамках СНГ.

По состоянию на 2013г из 87 регионов страны на договорных основах в данном сотрудничестве участвуют 79 регионов, на базе 419 «диагональных» (правительство государства – члена СНГ – регион России) и 770 «горизонтальных» соглашений с участием самих регионов (городов). Региональную составляющую содержат в себе 268 двусторонних межгосударственных соглашений России со странами СНГ и многие многосторонние акты Содружества. Охватывая вопросы местного товарообмена, инвестиционного, транспортного

сотрудничества, таможенной инфраструктуры, бизнес-сотрудничества, технологической кооперации.

В настоящее время на региональном уровне заключено и действует более 200 соглашений о торгово-экономическом сотрудничестве с Республикой Беларусь. Эффективному расширению регионального торгово-экономического сотрудничества способствует деятельность 15 двусторонних рабочих групп, комиссий и советов, в том числе с Ленинградской, Калининградской и Вологодской областями, с г. Санкт-Петербургом.

По данным Федеральной таможенной службы РФ по итогам 1 полугодия 2014 года внешнеторговый оборот регионов Российской Федерации составил 396,3 млрд. долл. США, темп роста к уровню 1 полугодия 2013 года – 97,9%. Сальдо внешнеторгового оборота Российской Федерации положительное (+113,1 млрд. долл. США). Внешнеторговая деятельность в отдельных субъектах представлена крайне неравномерно. Наибольшая доля экспорта приходится на Центральный (47,5%), Приволжский (13%), Уральский (12,8%) и Северо-Западный (10,2%) федеральный округа. В отношении импорта, лидирующие позиции закономерно занимает Центральный федеральный округ (62,0%). Приволжский (5,8%) и Уральский (3,2%), в свою очередь, уступает в данной позиции Северо-Западному федеральному округу (17,9%) .

Российская Федерация реализует внешнеэкономическую стратегию развития регионов, целью которой является обеспечение оптимальных параметров развития российской экономики, сохраняя суверенитет и экономическую безопасность.

Выводы. Главной целью развития внешнеэкономической деятельности России и ее регионов является равноправная интеграция страны в систему международных экономических отношений, с тем, чтобы использовать преимущества международного разделения труда.

Развитие внешнеэкономической деятельности региональной экономики, несомненно, требует обеспечения такого состояния инфраструктуры внешней торговли, которое позволило бы решать актуальные задачи внешнеторговой стратегии регионов Российской Федерации. При этом акцент должен делаться на более полное включение региона в процессы международной интеграции, поскольку участие территориального образования во внешнеэкономической деятельности может предусматривать создание совместных производств, нацеленных на внутренний рынок, заимствование зарубежных технологий или интеллектуальной собственности.

Модель вхождения России в мировое хозяйство должна носить инновационно-инвестиционный характер и основываться на учете российских конкурентных сильных и слабых сторон.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Шинкаренко А.А.

студентка 2 курса, экономического факультета, Таврической академии КФУ
научный руководитель: канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории
Романюк Е.В.

Введение. Одной из основных социальных задач реформ, проводимых в Российской Федерации, в том числе и в Республике Крым, является создание действенной системы регулирования в сфере занятости. Рынок труда нуждается в квалифицированном регулировании, так как его эффективное функционирование имеет социальную важность, а также в разнообразии внутренних регуляторов рынка рабочей силы.

Цель: исследование государственной деятельности, направленной на регулирование рынка труда и занятости населения. Цель исследования определяет постановку следующих **задач:** изучить понятие рынок труда, рабочая сила и государственная политика занятости; рассмотреть основные направления и цели государственного регулирования рынка труда; рассмотреть государственную политику в области занятости на примере Российской Федерации и Республики Крым.

Методика исследований: научно-теоретические подходы к изучению рынка труда и государственной политики занятости, теоретический анализ нормативно-правовой базы государственного регулирования рынка труда.

Результаты исследований. Среди рынков факторов производства центральное место занимает рынок труда. Рынок труда (рынок рабочей силы) представляет собой сферу взаимодействия продавцов услуг труда и покупателей этих услуг. Дадим определение термину рабочая сила. Рабочая сила - способность к труду, совокупность интеллектуальных и физических способностей человека, которая используется им, когда он производит какие-либо потребительные стоимости. Рабочая сила не существует без работника, следовательно, состояние здоровья, его психофизиологические качества, развитие его интеллекта, уровень образованности, профессиональных знаний, совокупность социальных качеств - входят в содержание понятия «рабочая сила». В свою очередь, под государственной политикой занятости населения подразумевают систему мер прямого и косвенного государственного воздействия на трудовую сферу (рынок труда) для достижения поставленных целей. Эта система мер представляет собой процесс, состоящий из трех уровней: макро; региональный; местный. Каждый из них решает свои задачи в регулировании занятости населения, но при условии взаимосвязи и взаимопроникновения процессов регулирования.

Сейчас Республика Крым переживает переходный период, связанный с вхождением в правовое поле Российской Федерации. Сложилась напряженная ситуация по трудоустройству безработных граждан на рынке труда Республики Крым. Сегодня не решены многие проблемы рынка труда, в число которых входит следующее: сезонный характер использования ресурсов, несоответствие профессионально-квалификационной структуры подготовки кадров с потребностями работодателями, невысокий уровень мобильности граждан внутри региона, несоответствие качества предлагаемых рабочих мест и условий труда потребностям безработных. Вместе с тем, на рынке труда региона острыми стоят вопросы трудоустройства слабозащищенных категорий граждан: женщин, молодежи, инвалидов, людей предпенсионного возраста, которые выражены в ограниченных возможностях, недостаточной конкурентоспособности по отношению к остальным трудоустроенным категориям граждан на рынке труда, а также испытывающих трудности при поиске рабочего места. Поэтому рынок труда региона нуждается в компетентном государственном регулировании.

Выделяют следующие основные направления государственного регулирования рынка труда: программы по содействию найму рабочей силы; программы по стимулированию роста

занятости и увеличению количества рабочих мест в государственном секторе; программы по социальному страхованию безработных; программы по подготовке и переподготовке рабочей силы. Осуществление государственной политики на рынке труда происходит в двух основных формах: активной - повышение уровня занятости, создание новых рабочих мест и преодоление безработицы путем обучения и переподготовки работников и пассивной - поддержка безработных с помощью выплаты пособий .

Целями государственного регулирования рынка труда является обеспечение полной занятости и создание «гибкого рынка труда», который способен быстро приспосабливаться к изменениям внутренних и внешних условий развития экономики, оставаться управляемым и стабильным. Правительство любой страны стремится поддерживать высокий уровень занятости в экономике. Безусловно, принимаемые меры зависят от национальных особенностей каждого государства. В Конституции Российской Федерации говорится о том, что «каждый имеет право на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности и гигиены, на вознаграждение за труд без какой бы то ни было дискриминации и не ниже установленного федеральным законом минимального размера оплаты труда, а также право на защиту от безработицы» (ст.37, п.3).

Борьба с безработицей является одним из элементов системы общественного (социального) страхования. По Закону о занятости, был создан Государственный фонд занятости населения Российской Федерации, являющийся внебюджетным федеральным фондом. Средства фонда формируются за счет обязательных взносов работающих граждан и работодателей, ассигнований из бюджетов различных уровней, доходов от размещения средств на депозитах Центрального банка и др. и направляются на социальную защиту населения от безработицы. Действия государства, которые направлены на снижение уровня безработицы, имеют двоякие результаты. С одной стороны, программы переобучения и повышения квалификации, а также повышение эффективности информационной службы о наличии вакансий позволяют снизить безработицу и увеличить уровень трудоустройства. С другой, выплата пособий по безработице снижает стимулы к поиску работы, что проявляется в так называемой «ловушке безработицы». С целью ее устранения, государство устанавливает дифференцированные ставки пособия, снижающиеся с течением времени.

В Республике Крым 23 декабря 2014 года была утверждена государственная программа содействия занятости населения на 2015-2017 годы. Общий объем финансирования программы составил 245,8 млн. рублей, средства распределены в равных частях на три года. На реализацию программы из республиканского бюджета будет выделено 198,1 млн. рублей, из федерального бюджета – 47,6 млн. рублей.

Целью Программы выступает обеспечение государственных гарантий граждан в области занятости населения. Для решения проблемы рынка труда Республики Крым и задач Программы планируется реализовать комплекс мероприятий, направленных на: стимулирование заинтересованности работодателей в создании новых рабочих мест; повышение профессионального уровня и конкурентоспособности экономически активного населения; повышение мобильности рабочей силы на рынке труда и усовершенствование регулирования трудовой миграции; содействие занятости граждан, нуждающихся в социальной защите и не способных на равных условиях конкурировать на рынке труда.

Выводы. Современный рынок труда в России, и в Республике Крым обладает рядом специфических черт, которые обусловлены сложившейся социально-политической и экономической ситуацией. В современных условиях экономического и социального развития необходимость государственного регулирования рынка труда несомненна. Однако, нужно отметить, что меры, предпринимаемые государством, посредством воздействия на рынок труда, должны одновременно соответствовать и интересам наёмных работников, и предпринимателей.

Государственная политика нацелена на развитие трудовых ресурсов, в том числе, разработку специальных мероприятий, способствующих обеспечению занятости граждан, особо нуждающихся в социальной защите и испытывающих трудности в поиске работы.

АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ СУЩНОСТИ И СТРУКТУРЫ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Аблялимова Э.С.,

*студентка кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского*
научный руководитель: Чернявая А.Л., к.э.н.

Аннотация. В работе проведен анализ теоретических и научных подходов определения сущности и структуры потенциала предприятия.

Введение. Развитие рыночных принципов хозяйствования в рамках национальной экономики является предпосылкой к созданию новых соответствующих практике методов анализа и оценки возможностей предприятия с учетом отечественной и зарубежной практики экономической диагностики внутренней и внешней среды организации. Для оценки потенциала предприятия используется система показателей экономического и предпринимательского преимущества предприятия, а также величина накопленных ресурсов, степень использования потенциальных возможностей.

На современном этапе более актуальным вопросом становится не только способность производить товары и услуги и удовлетворять потребности, но и определять при этом объемы ресурсов, которые расходуются. Поэтому проблема определения потенциала предприятия, методы оценки, особенности оценки становятся более актуальными, что подтверждают многочисленные исследования отечественных и зарубежных экономистов. В настоящее время не сформированы единые подходы по многим вопросам, поэтому учеными продолжается изучение и исследование потенциала предприятия, подходы и методы к его оценке.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является исследование и проведение анализа теоретических и научных подходов сущности и структуры потенциала предприятия.

Для решения поставленных задач использованы общенаучные методы.

Результаты исследования. Термин «потенциал» в своем экономическом значении происходит от латинского слова «potentia» и означает «скрытые возможности», которые в хозяйственной практике благодаря труду могут стать реальностью.

В отечественной экономической литературе Олексюк О.И., Михалева Е.П. этот термин раскрывают как возможности, имеющиеся силы, запасы, средства, которые могут быть использованы, или как уровень мощности в любом отношении, совокупность средств, необходимых для чего-либо. Экономический словарь Борисова А.Б. трактует этот термин как «скрытые способности, силы для какой-либо деятельности, которые могут оказаться при определенных условиях». Таким образом, термин «потенциал» означает наличие у кого-нибудь (будь-то отдельно взятый человек, рабочий коллектив, общество в целом) скрытых возможностей или способности действовать в соответствующих сферах. В трудах ученых Вейца В.И. и Воблого К. Г. понятие потенциала производственных сил рассматривается как потенциальной возможности страны производить материальные блага для удовлетворения потребностей населения.

В развитии современных представлений о потенциале можно выделить три направления. Представители первого направления (Архипов В.М. и др.), утверждают, что

потенциал — это совокупность необходимых для функционирования или развития системы разных видов ресурсов.

Вторая группа авторов (Артемова Л.В., Попов Е.), представляют потенциал как систему материальных и трудовых факторов, которые обеспечивают достижение цели производства.

Экономисты третьего направления (Мендрул О.Г. и др.) рассматривают потенциал как способность комплекса ресурсов экономической системы выполнять поставленные перед ней задания. Потенциал, по их мнению, — это целостное представление о единстве структуры и функции объекта, проявлении их взаимосвязи. На этой основе делается вывод о совокупных возможностях коллектива выполнять определенные задания — чем эффективнее сложилась структура объекта, чем больше отвечают друг другу его структурные и функциональные элементы, тем выше будет уровень его потенциала.

Вышеизложенное свидетельствует, что в настоящее время доминирует односторонний подход к экономической трактовке сути потенциала — или как к совокупности ресурсов, либо как к способности хозяйственной системы выпускать продукцию, либо как к возможности производственных сил достичь определенного эффекта.

Потенциал, что объединяет в себе как пространственные, так и временные характеристики, концентрирует три уровня связей и отношений. Во-первых, отражает прошлое, то есть совокупность свойств, накопленных системой в процессе ее становления и таких, которые предопределяют возможность к ее функционированию и развитию.

Во-вторых, он характеризует уровень практического применения и использования имеющихся возможностей. Это обеспечивает разграничение реализованных и нереализованных возможностей. В этой своей функции понятия «потенциал» частично совпадает с понятием «резерв».

В-третьих, он ориентирован на развитие (на будущее). Являясь единством устойчивого и изменяющегося состояний, потенциал включает (как возможные) элементы будущего развития. Уровень потенциала характеризует имеющееся состояние системы, обусловленное тесным взаимодействием всех перечисленных состояний, что и отличает его от таких близких, понятий, как «ресурс» и «резерв».

Выводы. В настоящее время доминирует односторонний подход к экономической трактовке сути потенциала — как к совокупности ресурсов, либо как к способности хозяйственной системы выпускать продукцию, либо как к возможности производственных сил достичь определенного эффекта.

Во время формирования рыночной экономической системы приобретают особую актуальность проблемы планирования и оптимизации возможностей предприятий долгосрочного и текущего характера. Опыт зарубежных стран свидетельствует о необходимости образования гибких производственно-организационных систем, которые сделали бы возможным оперативное реагирование на изменения во внешней среде. Поэтому необходима переоценка концептуальных подходов к созданию и развитию отечественных предприятий и прежде всего к процессам целенаправленного формирования их потенциалов.

**МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ГРУПП ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ПОД ВЛИЯНИЕМ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ**

Апатова Н.В.

и.о. зав. кафедрой бизнес-информатики и математического моделирования Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И.Вернадского», д.э.н., д.п.н., профессор

Введение. Поведение потребителя все больше зависит от общественного мнения, а также от воздействия рекламы продавца. Формирование групп по интересам касается не только покупателя товаров и услуг, но и все общественного поведения в целом, особенно в условиях экономического кризиса и социальной нестабильности во многих странах. Изучение механизма формирования социальных и потребительских групп является актуальным, поскольку позволит прогнозировать, а если необходимо, то и предотвратить нежелательные социально-экономические явления.

Цель и задачи исследований. Цель исследования – рассмотреть процесс формирования информационных каскадов как первоисточника создания социальных и экономических групп по интересам.

Методика исследований. Сравнительно недавно появилась теория информационных каскадов, основанная на вероятности принятия решения индивидуумом под воздействием поступающих к нему сведений. В основу нашей модели легла идея, описанная Симоном Шамли в книге «Экономические модели социального обучения», В данном научном труде описывается формирование простейших информационных каскадов, представленных в виде двоичного дерева, однако содержание узлов данного дерева остается нераскрытым.

Результаты исследований. При принятии решений агентами рынка все больше уделяется внимания эмоциональной компоненте, а в ряде случаев она выходит на первый план и формирует не только мнение отдельного индивидуума, но и целой социальной группы. Для детализации данного процесса и уточнения его результатов рассмотрим вектор индивидуального состояния, который позволит получить количественную оценку состояния индивидуума на заданном промежутке времени, определяемом появлением нового события, изменяющего значения компонент вектора.

Вектор индивидуального состояния ER содержит значения эмоционального и рационального опыта индивидуума. В него входят n элементов, соответствующих испытываемым в настоящий момент (или хранящимся в памяти) положительным эмоциям, m отрицательных эмоций и два элемента рациональности, соответствующие имеющемуся практическому опыту и теоретическим знаниям данного экономического агента.

Таким образом, вектор индивидуального состояния имеет вид:

$$ER = (e_{o1}, e_{o2}, \dots, e_{on}, e_{p1}, \dots, e_{pm}, r_p, r_h)$$

Первые n его элементов и два последние принимают значения 0 или 1, в зависимости от наличия данной эмоции, следующие m могут иметь значения 0, -1 и -2, в зависимости от силы негативной эмоции. Разница в диапазоне значений положительных и отрицательных эмоций может быть и большей, это объясняется тем, что негативные эмоции запоминаются сильнее и дольше хранятся в долговременной памяти человека, по оценкам некоторых психологов, это может быть даже в 3-4 раза больше (примерно, как известное соотношение 80:20).

Сумма элементов вектора характеризует общее состояние индивидуума в некоторый момент времени. После поступления сигнала из внешней среды компоненты вектора могут изменить свои значения и, соответственно, изменится число — характеристика индивидуума. При целенаправленном воздействии на эмоциональное состояние можно добиться изменений настроений некоторой группы или большей части общества, что наблюдается при аффекте покупателей на распродажах, осуществлении различного рода революций и выборах в органы власти. Пессимизм или оптимизм населения влияет на состояние рынков, особенно это касается недвижимости, топлива и драгоценных металлов. Исследование настроения общества и отдельных его групп, а также получаемых сигналов внешней среды, позволит осуществлять более точные социально-экономические прогнозы.

Используя показатель состояния индивидуума, полученный на основе его вектора индивидуального состояния, можно масштабировать величину на отрезок $[0; 1]$ и тем самым, в случае нескольких человек, увидеть сосредоточение или рассредоточение точек на отрезке. Если учесть, что каждый индивидуум распространяет свои сведения, а также эмоциональную их окраску, то можно наблюдать «сгущение» или «разряжение» точек на отрезке, а также выделить факторы из вектора состояния, которые являются особенно значимыми для «перетекания» групп из одной области отрезка в другую. Построив дерево на основе рассмотренного вектора и взаимодействия членов группы и групп между собой, можно, на основе превалирующих значений показателей индивидуальных состояний, осуществить прогноз возникновения некоторой критической ситуации в виде перемещения большинства в одну группу, нарушающую равновесие в дереве. Данная модель находится на стадии детализации, необходим эксперимент в виде опроса предпочтений индивидуумов для уточнения весовых коэффициентов на ветвях дерева и отдельных положений модели.

Выводы. Социально-экономическое развитие влечет за собой не только положительный прогресс для потребителя в виде разработки новых товаров и услуг, но и делает последнего все более зависимым от воздействия внешних факторов. Результаты такого воздействия можно отобразить в векторе состояния потребителя, на основе которого делать выводы о его возможном поведении как на рынке товаров и услуг. Так и в обществе в целом.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ДОСТОВЕРНОСТИ ДАННЫХ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Бойченко О.В.¹

¹профессор кафедры бизнес-информатики и математического моделирования Института экономики и управления ФГАНУ ВО Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского

Введение. Практика современного опыта эксплуатации интегрированных информационно-поисковых систем специального назначения, убедительно показывает, что успех в информационном обеспечении деятельности организаций и учреждений, может быть достигнут только при условии охвата всего комплекса проблем, связанных с формированием, обработкой и анализом информационных ресурсов.

При этом важно отметить, что накопление и хранение данных не является определяющим звеном в общей технологической цепочке. Более того, накапливаемые данные и сведения вообще не являются информацией в ее функциональном значении, и в силу этого ценность их достаточно условная.

Однако, с другой стороны, сведения, которые накапливаются в автоматизированных системах, безусловно являются первичными информационными ресурсами, что предопределяет решение задачи для создания условий достаточной емкости, содержательности и максимальной достоверности «внутреннего» информационного ресурса

информационной системы .

Цель и задачи исследований. Целью исследования является разработка методики оценки достоверности данных информационной системы специального назначения на основе послойного модульного контроля защищенности программного обеспечения.

Основой метода является применение пошаговых криптографических превращений слоев специального программного обеспечения информационной системы, что позволяет проводить оперативную оценку потоков данных, которые циркулируют в системе.

Методика исследований. Современные достижения науки и технологии сегодня находят самое активное приложение в мировой практике автоматизированного управления и контроля деятельности учреждений и организаций. Особенная роль в процессах контроля и защиты данных автоматизированных систем управления отведена специализированным системам идентификации человека.

Все биометрические системы имеют свои преимущества и недостатки. В первую очередь, любая система должна быть основана на характеристике, которая является заметной и уникальной. Есть достаточное количество научных данных, которые подтверждают крайне низкую вероятность наличия абсолютно идентичных отпечатков пальцев, характеристик построения лица или радужной оболочки глаза. Другой аспект – насколько «дружелюбная» конкретная технология. Технологический процесс должен быть оперативным и простым.

Эффективность биометрических систем идентификации человека, которые используют методы автоматизированной обработки изображения лица, во многом определяется соблюдением ряда обязательных требований, которые обеспечивают количественные и качественные характеристики базовой фототеки.

Как показал проведенный анализ, большинство систем, которые используют биометрические технологии, построены по принципу самодостаточности, то есть являются функционально ограниченными в выполнении задач идентификации или верификации объекта, без возможности получения более полной информации об объекте анализа, что в значительной мере снижает эффективность использования подобных систем. Кроме того, использование самодостаточных, узкоспециализированных систем биометрической идентификации усложняет их интеграцию в существующее единое информационное пространство.

Актуальным вопросом является путь системного решения проблемы процесса «оживления» информационных массивов и превращения их в реальный источник информационного анализа в деятельности организаций и учреждений собственными силами (без обычного внедрения готовых заграничных решений, создающих условия возможного возникновения дополнительных проблем, связанных с угрозами ресурсам информационной системы по причине существенного снижения уровня достоверности данных).

Решение отмеченной проблемы возможно с применением метода пошагового криптографического превращения слоев специального программного обеспечения (ПО) информационной системы (ИС) на основе технологии послойного проектирования.

Метод предусматривает проведение тестовых испытаний относительного сравнения реакции информационной системы на несанкционированные влияния до и после внедрения технологии послойного проектирования

По каждому направлению алгоритма тестовых испытаний стойкости ПО ИС к несанкционированным влияниям осуществляется последовательно три этапа операций.

Проведение несанкционированных действий по модификации программных блоков при шифровке (конкретно в примере: в 10-м пункте криптографических превращений вместо циклического сдвига влево на 11 разрядов из-за несанкционированной модификации производится циклический сдвиг на 12 разрядов), несанкционированная модификация отслеживается при самоконтроле и маркер $S7 = 0$, что также отражается и в маркере $S8 = 0$, который не связан непосредственно с модифицированным программным блоком.

Результаты исследований. Благодаря непрямой связи в вычислительной структуре потока, пошаговая циклическая структура защиты по разработанной технологии приводит к

установлению несанкционированного действия (маркер $S = 0$) и контролю уровня достоверности данных информационной системы.

Результаты исследований определяют перспективность предложенного метода оценки достоверности данных информационной системы специального назначения на основе послойного модульного контроля защищенности программного обеспечения автоматизированной системы управления.

Выводы. Применение пошаговых криптографических превращений слоев специального ПО ИС позволяет проводить оперативную оценку потоков данных, которые циркулируют в системе. Разработкой метода создаются условия для обеспечения оперативной оценки достоверности данных информационной системы специального назначения, что позволяет повышать показатель уровня контроля несанкционированного влияния на информационные ресурсы до 27%.

Полученные научные результаты могут найти последующее применение во время последующих научных исследований в направлении разработки методических основ оценки достоверности данных автоматизированных информационных систем управления.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ В ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Гордиенко Т.П.¹, Гапонов А.И.², Смирнова О.Ю.³

¹зам. директора по научно-педагогической работе Высшей школы экономики и бизнеса КФУ

²доцент кафедры математического моделирования и информационных систем в экономике Высшей школы экономики и бизнеса КФУ

³ассистент кафедры математического моделирования и информационных систем в экономике Высшей школы экономики и бизнеса КФУ

Введение. Метод Анализа Иерархий (МАИ), основные принципы которого были изложены более двадцати лет назад в пионерской работе американского математика Томаса Саати [2], применяется в самых разнообразных задачах принятия решений в экономике, бизнесе, политике, медицине и пр.

Цели и задачи. Алгоритм МАИ используется начиная с выбора оптимальной стратегии планирования, анализа рисков, распределения ресурсов, принятия кадровых решений вплоть до оценки произведений искусства и «управления подготовкой аварийно-спасательных формирований». Мы, в свою очередь, применили МАИ в педагогических исследованиях для сравнительной оценки уровня проведения лекции несколькими преподавателями.

Результаты исследований. При оценке качества лекции преподавателя, как правило, используется большое число (иногда несколько десятков) показателей. При этом чаще всего используется порядковая шкала оценок в баллах. В итоге комплексная оценка вычисляется как среднее арифметическое набранных баллов, что не вполне корректно. Допустим уровень проведения лекции оценивается по пятибалльной шкале на основании следующих критериев: содержание лекции – 1, методика чтения лекции – 2, организация лекции – 3, применение ИКТ – 4. Профессор и доцент получили следующие оценки (см.табл.1).

Таблица 1. Оценка качества лекций.

Лекция (Высшая математика)	Содержани е лекции - 1	Методика чтения лекции - 2	Организац я лекции - 3	Применение ИКТ - 4	Средний балл
Профессор	5	5	1	1	3
Доцент	4	2	5	5	4

В итоге получим средний балл: профессор $P_{cp} = 3$, доцент $P_{cp} = 4$. Произошло это потому, что указанные критерии предполагались равнозначными: снижение критерия **содержание лекции** - 1 на 1 балл (профессор использовал только мел) может компенсироваться тем же увеличением критерия **организация лекции** - 3. Кроме того, не учитывались личностные качества преподавателя и специфика излагаемого материала. Чтобы избежать аналогичных «недоразумений» целесообразно использовать достаточно корректный метод агрегирования бальных оценок на основании Метода Анализа Иерархий с применением матрицы сверки.

Применение МАИ основано на оценке относительной важности критериев в виде матрицы парных сравнений. Проиллюстрируем приведенные выше рассуждения на следующем примере. Пусть эксперт оценивает качество проведения лекции преподавателей P_1, P_2, P_3 . Оценка проводится по следующим девяти критериям w_i ($i = 1, 2, \dots, 9$).

Ранжирование этих критериев, выполненное экспертом по девятибалльной шкале, имеет следующий вид:

w_1	9							
w_2	8	9						
w_3	7	8	6					
w_4	4	4	7	6				
w_5	6	7	9	9	9			
w_6	5	5	8	8	7	9		
w_7	4	4	4	4	4	6	7	
w_8	3	3	4	5	5	7	9	7
w_9	8	8	8	8	8	8	8	9

При выполнении ранжирования каждый последующий столбец формируется заново без учета предыдущих. Теперь можно записать матрицу парных сравнений A :

$$A = \begin{pmatrix} 1 & \frac{9}{8} & \frac{9}{7} & \frac{9}{4} & \frac{9}{6} & \frac{9}{5} & \frac{9}{4} & \frac{9}{3} & \frac{9}{8} \\ \frac{8}{9} & 1 & \frac{9}{8} & \frac{9}{4} & \frac{9}{6} & \frac{9}{5} & \frac{9}{4} & \frac{9}{3} & \frac{9}{9} \\ \frac{7}{9} & \frac{8}{9} & 1 & \frac{9}{6} & \frac{9}{6} & \frac{9}{6} & \frac{9}{6} & \frac{9}{6} & \frac{9}{6} \\ \frac{4}{9} & \frac{4}{9} & \frac{7}{9} & 1 & \frac{9}{8} & \frac{9}{8} & \frac{9}{4} & \frac{9}{4} & \frac{9}{8} \\ \frac{6}{9} & \frac{7}{9} & \frac{9}{9} & \frac{9}{9} & 1 & \frac{9}{9} & \frac{9}{9} & \frac{9}{9} & \frac{9}{9} \\ \frac{5}{9} & \frac{5}{9} & \frac{8}{9} & \frac{8}{9} & \frac{7}{9} & 1 & \frac{9}{9} & \frac{9}{9} & \frac{9}{9} \\ \frac{4}{9} & \frac{4}{9} & \frac{4}{9} & \frac{4}{9} & \frac{6}{9} & \frac{6}{9} & 1 & \frac{7}{9} & \frac{7}{9} \\ \frac{3}{9} & \frac{3}{9} & \frac{4}{9} & \frac{5}{9} & \frac{5}{9} & \frac{7}{9} & \frac{9}{9} & 1 & \frac{7}{9} \\ \frac{8}{9} & 1 \\ \frac{9}{9} & \frac{9}{9} & \frac{6}{9} & \frac{6}{9} & \frac{6}{9} & \frac{6}{9} & \frac{9}{9} & \frac{9}{9} & \frac{9}{9} \end{pmatrix}$$

Вычисляется максимальное собственное значение матрицы A . $\lambda_{max} = 9,129$. Проверяется самосогласованность матрицы парных сравнений A . В рассматриваемом случае $IC = 0,016 < 0,1$. Матрица самосогласованна. Вычисляются компоненты собственного вектора этой матрицы, соответствующего собственному значению λ_{max} : $W = (0,485; 0,459; 0,284; 0,346; 0,373; 0,300; 0,194; 0,203; 0,323)$ и нормируются на единицу $w_i^N = \frac{w_i}{\sum_{k=1}^9 w_k}$: w^N

= (0,169; 0,160; 0,099; 0,086; 0,130; 0,105; 0,068; 0,071; 0,113). Полученный вектор показывает относительную важность сравниваемых критериев. В рассматриваемом примере наиболее важными оказались критерии 1, 2, 9, 5 (см.табл.2). Далее эксперт сравнивает соответствующие критерии для каждого из трех преподавателей P_k ($k = 1, 2, 3$), w_{ki} ($i = 1, \dots, 9$).

Выводы. На основании вычисленных векторов локальных приоритетов, формируется матрица приоритетов для трех преподавателей

$$Q = \begin{pmatrix} 0,412 & 0,392 & 0,351 & 0,286 & 0,380 & 0,284 & 0,278 & 0,211 & 0,381 \\ 0,341 & 0,304 & 0,329 & 0,381 & 0,276 & 0,414 & 0,367 & 0,401 & 0,329 \\ 0,246 & 0,304 & 0,320 & 0,333 & 0,344 & 0,302 & 0,354 & 0,388 & 0,289 \end{pmatrix}$$

В итоге вычисляется общая оценка P - значения глобальных приоритетов каждого преподавателя $P = (0,348; 0,342; 0,311)$. Таким образом, первый преподаватель имеет наибольшую оценку, несмотря на то, что по критериям 4, 6, 7 и 8 он получил самые низкие оценки. Средний балл P_{cp} для преподавателей был бы следующим $P_{cp}=(6,9; 7,0; 6,8)$. Аналогичную задачу можно решить при участии нескольких экспертов, с учетом степени согласованности их мнений.

ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВОСТРЕБОВАННОСТИ УСЛУГ КОММЕРЧЕСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ КРЫМА С УЧЕТОМ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Кислый С.А.

к.т.н., доцент кафедры Математического моделирования и информационных систем в экономике Высшей школы экономики и бизнеса Симферополь

Введение. Для успешного продвижения услуги на рынок и ее реализации необходимо дифференцировать потенциальных клиентов, прогнозировать объем и структуру потребителей и услуг.

Разработка, планирование и реализация ограниченного количества услуг, рассчитанная на усредненный уровень потребителей, без учета дифференциации их потребностей может оказаться пагубной стратегией использования потенциальных возможностей любого предприятия.

Цель и задачи. Целью работы является сегментирование потенциальных потребителей банковских и образовательных услуг и прогнозирование численности сегментных групп с помощью современных информационных технологий.

Несмотря на то, что вопросы сегментирования и прогнозирования освещены многими отечественными и зарубежными учеными, такими как: Севрук В.Т., Спицын И.О., Спицын Я.О., Титова В.А., Уткин Э.А., Федько Н.Г., Федько В.П., Энджел Д.Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У., вопросы прогнозирования банковских и образовательных рассмотрено недостаточно.

При возрастной сегментации населения наиболее эффективно исходить из жизненного цикла клиентов. Ведь на каждом жизненном этапе у человека появляются новые потребности и другие финансовые возможности.

Статистические данные об изменении количества проживающих в регионе и учет перехода фактических клиентов из одной сегментной группы в другую позволит спрогнозировать размер каждой сегментной группы на краткосрочный период.

Результаты исследований. Были спрогнозированы уровень рождаемости, численность возрастных сегментов 0-17 лет; 18-60 лет и свыше 60 лет. Получены графики и уравнения регрессии для прогноза количественного состава каждого сегмента.

Уравнение прогноза рождаемости в Крыму (см. формулу 1), полученное методом трендов выглядит следующим образом:

$$y = -5,0769x^3 + 270,69x^2 - 3905,5x + 32939; \quad (1)$$

где y – рождаемость, чел. в год,
 x – порядковый номер года на графике.

Наблюдается тенденция к стабилизации уровня рождаемости. Данная тенденция является предпосылкой для введения детских вкладов.

Аналогично был проведен прогноз численности остальных сегментных групп. Численность сегмента 0-17 лет составила на 2014 г. – 349,9 (тыс. чел.), а на 2017 г. – 352,5 (тыс. чел.). Наблюдается стабилизация численности этого сегмента с вероятностью небольшого роста в ближайшее время.

Прогноз численности работоспособной части населения - сегмента (18-60 лет) составляет в 2015 и 2016 годах 1180 и 1190 (тыс. чел.) соответственно. Последние 10 лет численность этой категории населения неуклонно сокращалась, теперь наблюдается его стабилизация с незначительным ростом. Это обусловлено естественным переходом человека из одной возрастной категории в другую. Для экономики данный сегмент представляет наибольший интерес

Прогноз изменения численности возрастного сегмента старше 60 лет говорит об устойчивой тенденции к старению населения Крыма. Так в 2013 численность этой группы составила 420,5 тыс. чел., а к 2016 году может достигнуть 446,4 тыс. чел.

Аналогично были рассмотрены тенденции изменения рождаемости в Автономной республике Крым и наполняемость вузов 1-2 3-4 степеней аккредитации.

Прогноз потенциальных первокурсников на 2007-2032 годы приведен на рисунке 1. По результатам прогноза возможных абитуриентов (население в возрасте 17 лет) можно констатировать, что примерное количество выпускников общеобразовательных школ 3 ступени будет минимальным в 2017-2018 годах.



Рис. 1. Прогноз потенциальных абитуриентов для Крыма по рождаемости, чел

Выводы.

1. Наблюдается стабилизация рождаемости к 2015 году на уровне 25000 человек. Также заметна стабилизация численности возрастного сегмента 0 – 17 лет с вероятностью незначительного роста в ближайшее время. Поэтому банкам необходимо учитывать возможность формирования потребности в услугах, покупателями которых будут родителями, а потребителями – дети.

2. Возрастной сегмент от 18 до 60 лет характеризуется некоторым снижением численности со стабилизацией в 2015-2016 годах. Подобное явление отразится не только на работе банков, но и на результатах деятельности других сфер, в частности, образования.

4. Количество пожилых людей устойчиво растет, что потребует дополнительных расходов на социальные нужды.

5. Наполняемость вузов в ближайшие годы снизится и достигнет минимума в 2017-2018 годах.

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Остапенко И.Н.¹, Ремесник Е.С.²

¹доцент кафедры математического моделирования и информационных систем в экономике факультета экономики и предпринимательства Высшей школы экономики и бизнеса КФУ

²ассистент кафедры математического моделирования и информационных систем в экономике факультета экономики и предпринимательства Высшей школы экономики и бизнеса КФУ

Введение. Создание и ведение конкурентоспособного бизнеса – основная задача выпускников экономических ВУЗов на современном этапе. Принятие решений всегда связано с финансовым риском, поэтому особенно важно правильно выбирать путь развития предприятия в условиях неопределённости. Особую актуальность для студентов экономических ВУЗов приобретает изучение дисциплины «Экономико-математические методы и модели». Важно дать студентам не только теоретические понятия экономико-математического моделирования и практические умения решать задачи, но и помочь сохранить в их памяти изучаемые методы и модели для их дальнейшей работы.

Цель и задачи исследований. Проблемы организации проведения лекционного занятия в условиях, когда студент и преподаватель являются сотрудниками в буквальном смысле этого слова и обучающиеся понимают всю ценность своей деятельности на занятии. По результатам проведенного исследования сделать вывод о влиянии правильно подобранной формы занятия на усвоение материала и понимании его важности для дальнейшей профессиональной деятельности.

Методика исследований. В связи с тем, что полная математическая формализация экономических задач часто невозможна вследствие их сложности, новизны или недостаточной изученности, все шире используются экспертные методы принятия решений. Под экспертными методами понимают комплекс математико-статистических, логических методов и процедур, направленных на получение от специалистов в исследуемой области информации, необходимой для принятия обоснованных решений. На практическом занятии по теме «Экспертные методы принятия решений» можно осуществить процедуру принятия решения по любой смоделированной преподавателем ситуации. Задачи могут относиться непосредственно к специальности студентов: оценка качества продукции, прогноз деятельности предприятия, выбор сценария развития предприятия. Если участие студента планируется в качестве настоящего эксперта, то проблемная ситуация для него должна быть очень понятной и требующей именно его помощи как специалиста для решения. Что такое ранги, проблемы корректной работы с ними, во избежание ошибок теории измерений, сам процесс ранжирования, математическая обработка результатов часто остаются усвоенными лишь на формальном уровне, объяснение процедуры экспертного метода, проверки согласованности экспертов и значимости полученного результата сводится к обработке «непонятно каким образом и откуда» взявшихся числовых данных. Один из важных этапов работы групп студентов – определение факторов, которые мешают полному усвоению лекционного материала. На этом этапе преподаватель может варьировать известными

методиками получения от экспертов-студентов этой информации. Студенты подбирают и оставляют самые важные, по их мнению, факторы. Непосредственное участие в исследовании порождает интерес к теме занятия и помогает сохранению информации через практически полученные навыки. На этапе ранжирования студенты выставляют ранги каждому фактору по мере их важности для усвоения лекционного материала – в этой области они профессионалы. После чего математическими методами осуществляют новое ранжирование и процедуру определения согласованности мнений экспертов.

Рассмотрим проведенное практическое занятие в группе по направлению подготовки «Экономика». На первом этапе совместно с преподавателем сформулирована цель для исследования: «Выбрать наиболее важные причины неусвоения материала на лекционных занятиях по дисциплинам математического цикла». Студентами выбраны десять основных факторов, непосредственно влияющих на усвоение знаний: 1) уровень компетенции преподавателя; 2) опыт педагога; 3) применение различных форм проведения лекций; 4) недостаточная база знаний студентов; 5) заинтересованность в изучении данного предмета; 6) материально-техническое оснащение аудитории; 7) психологическая атмосфера в группе; 8) взаимопонимание и взаимоотношения группы с преподавателем; 9) время проведения занятий (утро или послеобеденное время; время года); 10) несоответствие материала получаемого на лекции с материалом на практическом занятии. На первом этапе студенты четко понимают подготовку к исследованию, составление анкеты для экспертов: формулирование цели или проблемы, выявление возможных путей решения. Второй этап – получение рангов факторов. Присутствующие студенты – эксперты исследования, 16 экспертов – 16 студентов группы. После ранжирования факторов в порядке важности – самому основному фактору присваивается ранг равный единице, наименее важному присваивается ранг равный десяти. Составляется общая таблица полученных рангов от всех экспертов по исследуемым факторам. После второго этапа идет усвоение понятия ранга, ранжирование в порядке приоритета. На следующем этапе обрабатываются данные по методу средних и методу медиан. Математическая обработка данных, получение итоговых рангов представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Результаты расчетов по методу средних и методу медиан для рангов 10 факторов

Ф	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Сумма рангов	26	84	52,5	64,5	84	116	101	85	132	123
Математическое рангов	1,63	5,25	3,29	4,03	5,25	7,25	6,31	5,31	8,625	7,68
Итоговый ранг по среднему	1	4,5	2	3	4,5	8	7	6	10	9
Медианы рангов	1,25	5	2	4,5	5,5	7,5	6,5	5	9,5	8,5
Итоговый ранг по медианам	1	4,5	2	3	6	8	7	4,5	10	9

Сравнение результатов ранжировок указывает на их схожесть. Из-за погрешности экспертных оценок несущественное расхождение в рангах 2, 5, 8 факторов, однако в обоих случаях они занимают 4, 5 и 6 итоговые ранги. Кроме практического навыка математической обработки результатов студенты и преподаватель получают интересную информацию: для данной группы студентов, что самыми важными элементами лекционного процесса для данных студентов является уровень компетенции преподавателя, применение различных форм проведения лекций, недостаточная база знаний студентов. Можно сделать вывод о важности влияния этих факторов при обучении и принять к сведению работы преподавателя в этом направлении. На следующем этапе согласованность ранжировок можно проверить с помощью коэффициента ранговой конкордации Кендалла-Смита. Проверяется нулевая гипотеза однородности – совпадение распределений мнений экспертов. Коэффициент конкордации имеет значение 0,5. Что указывает на заметную связь между мнениями экспертов. Оценив значимость найденного коэффициента, заключаем, что коэффициенту конкордации можно доверять на 5%-ном уровне. Нахождение итогового мнения комиссии экспертов (среднего, общего) можно найти, вычисляя медиану Кемени.

Результаты исследований. Форма занятия, в формировании которого студенты сами принимают участие, сотрудничают с преподавателем, вызывает живой интерес. А эмоции при изучении, с точки зрения психологии, оказывают прямое воздействие на процесс запоминания, это очень распространенный в последнее время элемент методики обучения. Поэтому можно гарантировать длительное сохранение в памяти информации и значимость изучаемых методов и моделей для применения в профессиональной деятельности.

Выводы. Рост интеллектуального потенциала ВУЗа предполагает совершенствование образовательных технологий, что невозможно без решения на занятиях задач прикладного характера, способствующих росту мотивации для изучения данной дисциплины. Эмоциональная окрашенность проведенного занятия, заинтересованность обеих сторон в результатах исследования так же способствует усвоению предложенного материала.

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ПРОБЛЕМЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ВУЗА

Остапенко И.Н.¹, Усенко Р.С.²

¹доцент кафедры математического моделирования и информационных систем в экономике факультета экономики и предпринимательства Высшей школы экономики и бизнеса КФУ

²старший преподаватель кафедры математического моделирования и информационных систем в экономике факультета экономики и предпринимательства Высшей школы экономики и бизнеса КФУ

Введение. Одним из важнейших направлений повышения эффективности деятельности вузов является формирование их стратегии, ориентированной на достижение конкурентных преимуществ на рынке образовательных, научных услуг, труда - на достижение позиций лидерства. Источник ценности любого ВУЗа и залог успешного развития – интеллектуальный капитал.

Цель и задачи исследований. Цель исследования – проблемы моделирования интеллектуального капитала ВУЗа. Задачи исследования – проанализировать, какие факторы влияют на уровень усвоения знаний студентами ВУЗа, методы получения интегрального показателя уровня усвоения знаний, предложить подход к изучению данного процесса усвоения знаний.

Методика исследований. В научных источниках встречаются различные модели оптимизации интеллектуального капитала. Целью каждого ВУЗа является его рост, устойчивость этого явления. В самом общем виде такая оптимизационная модель имеет вид:

$$ИКВ = Z(F_1, F_2, \dots, F_n) \rightarrow \max,$$
 где ИКВ – объем интеллектуального капитала компании; F_j – фактор j , который влияет на объем интеллектуального капитала ВУЗа, $1 \leq j \leq n$.

Одним из факторов, определяющих уровень интеллектуального капитала ВУЗа, является уровень усвоения знаний студентом, на повышение которого влияют составляющие:

1) Общие факторы для преподавателей и студентов вуза: уровень; индивидуальные возможности творческой интеллектуальной деятельности, связанной с созданием субъективно и объективно новых идей, применением нестандартных подходов в процессе решения проблем, чувствительностью к наиболее перспективным направлениям поиска решений; открытостью к инновациям; коммуникативные способности: уважение человеческого достоинства; умение вести спор и т.д. 2). Группа факторов, связанных со способностью передавать знания преподавателями вуза: профессиональные знания,

профессиональные умения, психологические и педагогические знания: академические, дидактические, методические, организаторские способности, способности к инновационной активности, способность обеспечения результата; психологические позиции, личностные особенности (коммуникативные способности, перцептивные способности, авторитарные способности, речевые способности); 3). Основные качества студента вуза, влияющие на уровень усвоения им знаний (в дополнении к общим): академические способности, коммуникативные способности. 4). Основные элементы организации микроклимата на занятиях: индивидуальные особенности преподавателя вуза, динамическая составляющая как следствие педагогического опыта, здоровьесберегающая.

Рассмотренные факторы (их перечень может быть значительно увеличен), позволяют строить интегральные модели оценки эффективности усвоения знаний студентами посредством различных форм и методов обучения. Например, аддитивная модель будет

иметь вид:
$$I = \sum_{j=1}^n \lambda_j \cdot I_j = \sum_{j=1}^n \lambda_j \sum_{i=1}^{m_j} \alpha_i^j F_i^j$$
, где $I_j = \sum_{i=1}^{m_j} \alpha_i^j F_i^j$, где I_j - интегральный уровень j -го фактора; λ_j - весовой коэффициент I_j ; n - количество факторов, оказывающих влияние на образовательный; m_j - количество показателей, обуславливающих каждый j - й фактор; F_i^j - i - й показатель рассматриваемого j - фактора с учётом переводного коэффициента для избежания различных размерностей; α_i^j - весовой коэффициент влияния F_i^j показателя на эффективность j -го фактора учебного процесса.

Если же провести более детальное исследование, то модель оценки объёма усвоенных знаний не может быть чисто аддитивной, поскольку объём усвоенных знаний является не суммой всех видов факторов, он состоит из результатов взаимодействия каждого из них, поэтому можно отразить мультипликативные связи между факторами формирования объёма усвоенных знаний. Однако мы имеем дело не только с количественными факторами, но и с большим числом качественных факторов, которые трудно или невозможно измерить количественно, например «творчество», «моральные ценности», «отношение к профессиональной деятельности», «уважение человеческого достоинства», «умение слушать»; «тактичность в общении со студентами», «способность проникать во внутренний мир студента» и т. д.; поэтому имеет смысл рассматривать данное явление через призму теории нечетких множеств. Обозначим F - универсальное множество «Факторы, способствующие изменению уровня усвоения знаний студентами ВУЗа», x - элемент F , а R - определенное свойство. Функция принадлежности указывает степень принадлежности

$$\tilde{F}_j = \left\{ \frac{\mu^j(x_1)}{x_1}, \frac{\mu^j(x_2)}{x_2}, \dots, \frac{\mu^j(x_n)}{x_n} \right\}$$

элемента x к подмножеству F_j : где $\mu_{F_j}(x) = \mu^j(x)$ - характеристическая функция, «мера» принадлежности, принимающая значение в некотором упорядоченном множестве, например, $[0,1]$. При формировании интегрального показателя уровня усвоения знаний, например, подмножество F_1 множества F - «Общие факторы для преподавателей и студентов ВУЗа, способствующие изменению уровня усвоения знаний студентами», выделим «набор признаков» и попытаемся определить полярные значения, отвечающие значениям функции принадлежности, 0 или 1.

Таблица 1.

Пример некоторых элементов множества F

	Элемент (фактор) множества	инфинум	супремум
x_1	творчество	шаблонность, действие в заданных рамках, по принятым стандартам	творческая гениальность
x_2	интуиция	полное отсутствие	озарение
x_3	открытостью к инновациям	полное равнодушие, неприятие нового	новаторство
x_4	уважение человеческого достоинства	презрение	почитание

x ₅	тактичность в общении	бестактность	сверхтактичность
x ₆	моральные ценности	аморальность	высоконравственность
x ₇	умение слушать	рассеянное внимание, перебивание	полноценное, продуктивное слушание
x ₈	чувство юмора	отсутствие	остроумие
x ₉	риторика	отсутствие ораторского искусства	красноречие

Это неполный список элементов множества F, он должен, по возможности, содержать все факторы, влияющие на изменение усвоения знаний студентами, что достигается экспертными процедурами. Математический аппарат теории нечётких множеств позволяет получать количественные характеристики, казалось бы, не измеримых факторов (признаков).

Результаты исследований. Своевременное обновление технологий, обслуживающих деятельность ВУЗа, освоение и внедрение в учебный процесс инноваций - залог получения качественного образования будущими специалистами. Моделирование показателей уровня усвоения знаний можно вести с применением аппарата теории нечётких множеств.

Выводы. Проблемы моделирования сложных социально-экономических процессов требуют выхода за рамки существующих моделей. Вопросы повышения уровня усвоения знаний студентами ВУЗов перестают быть исключительно вопросами системы образования – проблема становится экономической, поскольку неувоенные знания – фактор, оказывающий негативное влияние на динамику роста интеллектуального потенциала ВУЗа.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ГИДРОРЕСУРСОВ РЕСУРСОВ

Пенькова И.В.

*профессор кафедры бизнес-информатики и математического моделирования
Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И.Вернадского», д.э.н., профессор*

Введение. В туристско-рекреационной сфере ценообразование является нетривиальной задачей, так как стоимость и цена, с одной стороны, формируются в зависимости от конъюнктуры рынка, но с другой стороны уровень цен воздействует на величину спроса и предложения туристско-рекреационных услуг. Ценовая политика может разрабатываться как на долгосрочную перспективу, так и приспосабливаться к меняющимся условиям рынка. При ее разработке целесообразно учитывать как внешние, так и внутренние факторы.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – проанализировать возможности применения существующих методов ценообразования при формировании стоимости и цены туристско-рекреационных услуг с применением гидроресурсов.

Методика исследований. При проведении исследований использованы диалектический метод как основа ретроспективного анализа теоретических подходов к оценке рекреационных гидроресурсов; системный и исторический подходы - для исследования закономерностей и тенденций формирования стоимости и цены туристско-рекреационных услуг с применением гидроресурсов; системный анализ - для определения форм и сфер применения традиционных методов ценообразования при обосновании цены на рекреационные гидроресурсы.

Результаты исследований. В общем виде основные подходы к оценке рекреационных гидроресурсов можно сгруппировать по нескольким направлениям. Системный подход Системным подходом в туристско-рекреационной сфере позволяет определить из множества факторов наиболее влияющие при ценообразовании. В условиях монополии в

рекреационной сфере формирование цен на услуги происходит при учете влияния спроса, конкурентных цен и затрат на услуги.

Основываясь на классификации, предложенной Ф. Котлером, выделим следующие этапы формирования цены: постановка задачи ценообразования; детерминация спроса; оценка затрат; анализ товаров и услуг конкурентов; выбор методики ценообразования; установление цены.

В зависимости от стратегии конкурентоспособности, определяются и задачи ценообразования. К примеру, при реализации стратегии минимизации затрат, главной задачей ценообразования является максимальная загрузка предприятия за счет понижения цен, до уровня ниже, чем у основных конкурентов. Если выбрана стратегия дифференциации, то задача ценообразования заключается в оповещении потребителя о высоком качестве предлагаемых услуг и т. д.

Качественный подход к оценке спроса на туристско-рекреационные услуги имеет существенное значение. Необходимо выделить характеристики, которые описывают предоставляемую услугу, и оценить их в некотором диапазоне. Далее следует нормализовать данные и провести анализ с учетом количественной оценки спроса.

Количественная оценка спроса в исследуемой сфере осложнена неоднородностью потребителей, и большим количеством объективных и субъективных факторов, которые влияют на формирование спроса. Следует отметить, что на уровне предприятия в настоящее время предпринимаются попытки использования анализа эластичности спроса по цене.

В процессе ценообразования возможно применить метод «затраты – объем – прибыль» для определения точки критической загрузки в периоды установления минимального спроса и падения среднегодового уровня цен, обеспечивающего получение целевой прибыли. При проведении ценовой политики с учетом оценки спроса и затрат, особенностей потребителей и конкурентов, следует применять различные методы ценообразования (изменения цен по периодам, позиционирование услуг разного качества, установление доступных цен на основные услуги, сопоставление собственных цен с ценами конкурентов);

Выводы. По результатам проведенной работы можно сделать следующие выводы:

- ценовая политика и стратегия ценообразования организации туристско-рекреационной сферы на рынке монополистической конкуренции должны быть определены, исходя из спроса потребителей, собственных издержек и соотношения цена-качество сравнительно с конкурентами данного предприятия;

- при количественной оценке спроса следует исключать влияние фактора сезонности с помощью расчета коэффициентов эластичности спроса по цене, учитывая показатели за соответствующие месяцы разных годов;

- одним из наиболее эффективных методов объективного разделения затрат на переменные и постоянные является метод низшей и высшей точки загрузки за период, а также вычисление коэффициентов реагирования затрат по статьям калькуляции;

- установление окончательной цены производится в процессе индивидуальной работы с потребителем. На данном этапе следует уделять особое внимание гибкой системе ценообразования, в частности, применению скидок.

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

А

Абибуллаева А.А., 331
Аблялимова Э.С., 4, 447
Адышова А.А., 53
Алескерова Л.В., 96
Алиев С.С., 324
Алимова А. У., 337
Аметова Э.И., 154, 156
Андрющенко Е.С., 389
Антонова О.С., 326
Апатова Н.В., 449
Артюхова И.В., 6

Б

Бадалова Г.А., 391
Баженов О.Э., 55
Байракова И. В., 393
Байрам У.Р., 236
Балко С. В., 327
Безматерных В.Г., 394
Билык А.А., 7
Бобарькина Е.Н., 98
Бобирева О.В., 308
Богданова Ж.А., 176
Бойченко О.В., 450
Бондарь А.П., 239
Бородаева В.В., 102
Бошкова В.Д., 100
Бужинская О. С., 271
Бузни А.Н., 310
Буркальцева Д.Д., 356
Буценко И.Н., 57

В

Василенко В.А., 272
Вафина Л.Р., 330
Вашенко А.Д., 241
Вельгош Н.З., 102
Вильчинская Н.В., 312
Волгин А.С., 396
Волошина Е.И., 178

Вольская Г.К., 331
Воробец Т.И., 243
Ворошило В.В., 246
Высочанская В.В., 180
Высочина М.В., 275
Вялков А.М., 104

Г

Гайсарова А.А., 9
Ганиева А.К., 158
Гапонов А.И., 452
Гармидер А.А., 398
Гафарова К.Э., 59
Геворгян Д.Е., 140
Глобина В.И., 61
Година О.С., 64
Горбачёв В.А., 181
Горда А. С., 66
Горда О. С., 68
Гордиенко Т.П., 452
Горячих М.В., 400
Гречишников Н.П., 183
Гроздева Е.А., 185
Гудыменко Любовь, 333
Гурнакова А.В., 187

Д

Дементьев М. Ю., 11
Демченко Е.А., 188
Денисова А.Ю., 402
Димитриева С.Д., 160
Доможилкина Ж.В., 334
Домрачева С.Г., 106
Дубровский А.С., 105
Дудченко К.В., 108

Е

Егорова М.Л., 70
Егорченко Т.И., 190
Елпанова Я.В., 405

Еримизина М.И., 192
Ермоленко Г.Г., 364
Ефремова А.А., 12

Ж

Жаворонкова О. Р., 337
Живова Н.Ю., 72
Жидова О.Е., 74
Жукова И.И., 194

З

Загородний А.И., 195
Залян Е.Г., 314
Заричная М.А., 197
Зеленюк Ю.С., 366
Землячев С.В., 371
Землячева О.А., 369
Зименкова Е.Н., 277
Зозуля Н.Г., 110
Зубкова В.И., 373

И

Илясова Ю.В., 57
Исмаилов Э. Р., 76
Ищенко А.Д., 279

К

Калькова Н.Н., 112
Каминская А.О., 14
Киренкина Э.С., 316
Кирильчук С.П., 16
Кирильчук А.Д., 18
Кислый С.А., 454
Кифяк А.В., 114
Ключанцева В.Н., 198
Кобечинская В.Г., 152
Коваленко А. С., 202
Коваленко А.С., 200
Короленко Ю.Н., 161
Король А. П., 338

Космарова Н.А., 78
Кравченко Л.А., 407
Кравченко Л.А., 435
Кремповая Н.Л., 248
Кривозуб Ю.В., 20
Кривозуб Ю.В., 163
Круглова О.И., 250
Кузьмина М.И., 118
Кузьмина М.И., 116
Кузьмич В.А., 280
Кулякина Е.Л., 204, 206
Кусый М.Ю., 375
Кутняк О.В., 78
Кучаева В.Г., 120

Л

Лавренова С., 340
Лехманик Н. О., 341
Лехманик Н.О., 343
Линский Д. В., 409
Литвин Ю.А., 343
Литвиненко Н.Ю., 80
Лукашова Т.В., 208
Лысенко В.О., 121

М

Мабиала Жильберт, 411
Майданевич Ю.П., 345
Майорова Н.И., 123, 125
Малышева К. А., 283
Мигдалёва Е.А., 82
Мочалина О.С., 252
Муратова А.С., 84
Мурашова Е.А., 377
Мустафаева Ф.А., 254

Н

Назаренко Г.П., 413
Невинчанный В.В., 127
Негуляева Ю. Е., 379
Недолужко С.С., 165
Немцев А. П., 22
Нехайчук Д.В., 381
Нехайчук Ю.С., 381

О

Окорокова К.В., 210
Онищенко К.Н., 347
Орехова Т.А., 86
Осадчий Е.И., 88
Османова З. О., 285
Остапенко И.Н., 456, 458
Остапчук А.В., 286
Ошовская Н.В., 26
Ошовский С.В., 26

П

Павлуненко Л.Е., 129
Панченко Д., 211
Пастрома В.Л., 131
Пашенцев А.И., 415
Пашенцева А.В., 417
Пенькова И.В., 460
Перзекке Н.Б., 256
Пилатова Т.Н., 213
Подобашева И.В., 90
Пожарицкая И.М., 215
Пожарицкая О.С., 217
Полищук В.В., 219
Полищук Е.А., 318
Поляшова И.А., 221
Примышев И.Н., 419
Проскуровская А. С., 349
Прохорова О.В., 421
Прудко А.Ю., 28
Прусак В.В., 351

Р

Радько А.А., 422
Резникова О.С., 167
Ремесник Е.С., 456
Реутов В.Е., 133
Решевская К.И., 391
Романюк Е.В., 424
Рубан Е.С., 24
Рыбальченко К.В., 288
Рывкина О.Л., 22

С

Савенков А.С., 383
Садовская А.В., 258
Саидова Ш.Э., 320
Салтыкова А.О., 223
Святохо Н.В., 290
Севастьянова О.В., 169
Сейталиева С.Р., 225
Сейтасанова Н.М., 227
Сеитсмаилова Д.Л., 53
Семененко В.С., 170
Сергеев Б.И., 134
Серова А.В., 30
Сиволап А.В., 292
Сивченко А.С., 426
Сидоренко А.А., 428
Сидорова О.А., 229
Сильченко Ю.О., 32, 136
Симагин В.И., 138
Симченко Н.А., 430
Скараник С.С., 431
Скороходова А.П., 34
Сметанко А.В., 230
Смирнова О.Ю., 452
Соколовская Е. В, 293
Солопенко А., 352
Сорока Е. Н., 433
Стаценко Е.В., 36
Субоч Е.П., 437
Сычева М.Л., 435

Т

Твердохлебов Н. И., 354
Титаева В.М., 232
Титорова А.В., 295
Троян И.А., 439

У

Усенко Р.С., 458

Ф

Фамцов В.В., 38
Федоренко В. И., 40
Фролов В.И., 234

Х

Хайнюк А.С., 297
Хамидова О.М., 140, 142
Харченко В. А., 260
Харьков А.Ю., 92
Холодов В. Г., 94
Хоришко А.А., 22
Хохлов В.А., 144

Ц

Царук О.В., 322
Цветкова И.И., 299

Ч

Черемисина С.Г., 441
Черненко Н.Г., 301
Чернецова Г.М., 303

Чернопятенко Н.В.,
Иннанова А.С., 443
Чернявая А.Л., 41
Чистякова С.А., 146
Чугунова Т.Н., 305
Чудаков Д.В., 148
Чуприна О.А., 150

Ш

Шакаров К.М., 172
Шальнева В.В., 385
Шамилева Э.Э., 43
Шаповалова И.М., 262
Шаталов Д.С., 142
Швабий И.И., 264
Шевченко Е.В., 45
Шевченко М.В., 266
Шинкаренко А.А., 445

Ширшова М.М., 47
Шульга Ю.В., 49

Щ

Щеглова С.С., 387

Я

Ягупова Е.А., 268
Яковенко А.Т., 51
Ярмолюк С.В., 174
Ярош О.Б., 152
Яхно Е., 340
Ячменев Е.Ф., 306
Ячменева В.М., 306