

Министерство транспорта Российской Федерации
Федеральное агентство железнодорожного транспорта
Омский государственный университет путей сообщения
Университет Висмар (Германия)
Донецкий институт железнодорожного транспорта (ДНР)
Институт экономических исследований (ДНР)
Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I



АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Материалы V международной
научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых
(15 – 17 мая 2017 г.)

Часть 2

Омск 2017

УДК 330
ББК 65
А437

Актуальные проблемы современной экономической науки: Материалы V международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 2 ч. Часть 2 / Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2017. 370 с.

15 – 17 мая 2017 г. в Омском государственном университете путей сообщения прошла V международная научно-практическая заочная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Актуальные проблемы современной экономической науки». В сборник вошли статьи с результатами исследований, выполненных по ряду научных направлений, посвященных вопросам современного менеджмента, маркетинга, управления проектами, финансов, транспорта и логистики.

В конференции приняли участие студенты вузов Омска и других городов России, Украины, Республики Казахстан.

Материалы конференции могут быть полезны для студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и способствуют совершенствованию научного и творческого потенциала, развитию высокой нравственной культуры, гражданской позиции студенческой молодежи.

Материалы публикуются в авторской редакции.

Библиогр.: 284 назв. Табл. 45. Рис. 75.

Редакционная коллегия:

Никифоров О. А. – доктор ист. наук, профессор (отв. редактор);

Ветров С. А. – доктор филос. наук, профессор;

Панченко Ю. Ю. – начальник отдела международных связей Донецкого института железнодорожного транспорта (ДНР);

Anatoli Beifert – руководитель центра европейских проектов университет Висмар (Германия).

ISBN 978-5-949-41177-3

© Омский гос. университет
путей сообщения, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Теория и практика функционирования отраслевых рынков: проблемы и тенденции развития

<i>Балашов Д.И. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблемы функционирования рынка образовательных услуг на примере высшего образования.....</i>	11
<i>Балашов Д.И. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Особенности инвестирования и инновации в сфере образования.....</i>	15
<i>Вершинина В.Д. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Кондитерская отрасль в России.....</i>	19
<i>Горбач К.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблемы функционирования и тенденции развития туристического рынка в России.....</i>	23
<i>Жаворонок Е.А., Суржикова Т.Б. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Подходы к оценке конкурентоспособности предприятий розничной торговли.....</i>	27
<i>Золотова Е.Д. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблемы и тенденции развития рынка сотовой связи</i>	33
<i>Игольникова Э.В., Коновалова О.Н. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Обзор страхового рынка и тенденции его развития.....</i>	37
<i>Козловский В.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблемы и меры государственной поддержки рынка черной металлургии в России.....</i>	41
<i>Коломиец Б.С. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблемы и тенденции развития мирового автомобильного рынка.....</i>	46
<i>Подсорин В.А., Сухарева В.Ю. (Московский государственный университет путей сообщения Императора Николая II, г. Москва). Исследование деятельности канадских железных дорог для целей анализа глобальной конкуренции транспортных систем при поставках энергетических ресурсов в страны АТР.....</i>	49

<i>Старцева Н.О., Попова Ю.В. (Сибирский государственный университет путей сообщения, г. Новосибирск). Опасность отмены санкций для российских аграриев: преувеличение или реальность.....</i>	54
<i>Стрельцова Я.В. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Рынок банковских услуг в России: современные тенденции развития и проблемы функционирования.....</i>	58

Проблемы функционирования и перспективы развития субъектов хозяйствования в мировой экономике

<i>Астафурова А.Ф., Суржикова Т.Б. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблема повышения конкурентоспособности предприятия и подходы к ее решению.....</i>	62
<i>Василько Н.Ю. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблемы функционирования и развития рынка пассажирских авиаперевозок в России.....</i>	65
<i>Гаченко М.С. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Рынок нанотехнологий в России.....</i>	68
<i>Горбач К.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Рынок туристических услуг в России.....</i>	73
<i>Завертунова И.А., Суржикова Т.Б. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Подходы к обоснованию стратегии выхода предприятия на внешний рынок: теоретические-практические аспекты.....</i>	78
<i>Золотова Е.Д. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Влияние международных отношений на развитие отрасли сотовой связи на примере компаний «большой четверки»</i>	82
<i>Козловский В.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Перспективы развития отрасли черной металлургии. Инвестиции в отрасль.....</i>	86
<i>Колмыкова А.А., Крёмнев А.А. (Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара). Внешняя торговля России....</i>	91
<i>Ляшенко А.Ю., Ляшенко В.И. (Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР). Теоретико-методологические основы реиндустриализации в странах с переходной экономикой.....</i>	97

<i>Павлий А.С., Балашова Р.И. (Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР). Аналитический подход к оценке состояния земельного налогообложения в Донецкой Народной Республике.....</i>	102
<i>Подсорин В.А., Овсянникова Е.Н. (Московский государственный университет путей сообщения Императора Николая II, г. Москва). Прогнозирование экономической конъюнктуры товарных рынков для эффективного развития транспортной компании</i>	107
<i>Притула А.С., Крёмнев А.А. (Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара). Интеграционные объединения промышленно развитых стран.....</i>	112
<i>Стрельцова Я.В. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). ПАО «Сбербанк» как основной игрок на рынке банковских услуг в России.....</i>	116

Актуальные проблемы экономики предприятий: финансовый, инвестиционный, инновационный и другие аспекты

<i>Агафонова А.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Автоматизированные системы типа MRP и некоторые аспекты их реализации на российских предприятиях.....</i>	121
<i>Астафурова А.Ф., Суржикова Т.Б. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблема повышения конкурентоспособности предприятия и подходы к ее решению.....</i>	127
<i>Бачурин А.А., Червова Л.Г. (Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР). Субконтрактация как фактор повышения конкурентоспособности промышленных предприятий Донецкой Народной Республики.....</i>	131
<i>Быкова А.О., Мартынович В.И. (Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Саратов). Проблемы внедрения инноваций в деятельность российских предприятий.....</i>	137
<i>Егунова Е.Э., Чечеткина М.А. (Донецкий институт железнодорожного транспорта, г. Донецк, ДНР). Анализ состояния производственных запасов.....</i>	143
<i>Жуляева М.С., Супрунова Е.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Нужен ли бухгалтерский учет менеджерам?...</i>	147

<i>Золотова Е.Д. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Основные причины отставания Теле2 от других операторов «большой четверки».....</i>	153
<i>Ионкина В.С., Мартынович В.И. (Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Саратов). Развитие инновационной деятельности в сфере информационных технологий.....</i>	157
<i>Каткова И.Н., Тарасова Т.М. (Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара). Автоматизация бухгалтерского учета на предприятие – как основа эффективного управления</i>	163
<i>Кенжалинова Д.С., Зотина Н.В. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Использование RFID-меток в товарной информации.....</i>	165
<i>Кныш Ю.А., Кувалдина Т.Б. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Финансовые риски как объект управления....</i>	169
<i>Ковшов М.А., Олюнина Л.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Менеджмент знаний.....</i>	176
<i>Комарова П.И., Супрунова Е.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Управленческий учет для менеджеров.....</i>	181
<i>Куркина Л.П., Ковалевич Л.С. (Донецкий институт железнодорожного транспорта, г. Донецк, ДНР). Аутсорсинг как один из методов снижения затрат на оплату труда на предприятии.....</i>	184
<i>Легонький Ф.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Разработка и внедрение автоматизированной системы проведения внутреннего аудита и контроля в организации.....</i>	189
<i>Лимаренко Д.Г., Чепцов М.Н. (Донецкий институт железнодорожного транспорта, г. Донецк, ДНР). Анализ систем управления заказами на промышленных предприятиях.....</i>	192
<i>Лимаренко Д.Г., Чепцов М.Н. (Донецкий институт железнодорожного транспорта, г. Донецк, ДНР). Ресурсосбережение в структурных подразделениях железной дороги.....</i>	195
<i>Погосян Л.А., Супрунова Е.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Проблема невостребованности менеджерами данных бухгалтерского учета.....</i>	197
<i>Сальников И.Д., Кувалдина Т.Б. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Налоговые риски: сущность и критерии оценки...</i>	202

<i>Скуднова Е.Л., Щербинина А.А., Юдина М.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Альтернативные варианты ценовой политики организации в период экономического кризиса.....</i>	206
<i>Шумакова Т.В., Кирюшина М.А., Супрунова Е.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Исследование формирования концепции центров ответственности в ООО «КЭАГРО».....</i>	210
<i>Юраш М.Ю. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Особенности маркетинговой политики компании «АСГ».....</i>	214

Проблемы и особенности развития социокультурного сервиса и туризма

<i>Isagalieva Z.K., Mikhaylova G. (Siberian Transport University, Novosibirsk). Being a student in the USA and Russia.....</i>	220
<i>Борбасова З.Н., Омарова А.С. (Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г. Караганды, Республика Казахстан). Направления и перспективы развития туристской отрасли Республики Казахстан.....</i>	223
<i>Габов С.В., Кочнев М.С., Федоров В.Е. (Мурманский филиал Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I, г. Мурманск). Символика и формы поведения в молодежной субкультуре.....</i>	228
<i>Горбач К.А. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Инвестиции и инновации как фактор развития рынка туристических услуг в России.....</i>	231
<i>Миронова Ю.С., Федоров В.Е. (Мурманский филиал Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I, г. Мурманск). Девиантное поведение и его профилактика....</i>	237
<i>Несипов Р.Е., Улаков С.Н. (Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г. Караганда, Республика Казахстан). Факторы развития агротуристских кластеров вблизи городских агломерации.....</i>	241
<i>Рубцов А.А., Никифоров О.А. (Мурманский филиал Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I, г. Мурманск). Язык и антураж молодежной субкультуры....</i>	248

<i>Тараскина А.О., Калина Ю.В., Коновальчук А.А., Абрамчикова Л.В., Румеус Н.А., Тэттэр А.Ю. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Международная учебно-ознакомительная профессионально-ориентированная практика студентов железнодорожных специальностей: от планирования до реализации (2000 – 2017).....</i>	253
<i>Френцель Е.А., Френцель А.Л. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Улучшение жизни российских граждан за счет развития инфраструктуры туризма.....</i>	256
<i>Чулова Е.С., Самойлик Е.Н. (Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара). Перспективы развития российского туризма..</i>	261

Правовые проблемы и особенности современной экономики, перспективы их институционализации

<i>Богатырев Г.С., Сарбашев А.И., Ножкина Е.Б. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Противодействие мошенничеству в нефтегазовой сфере.....</i>	269
<i>Бочаров Е.Т. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Легализация преступных доходов: сущность, причины, механизмы.....</i>	272
<i>Гриненко А.Д., Лужевский И.В. Ножкина Е.Б, (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Противодействие криминализации рынка ценных бумаг.....</i>	278
<i>Ероценко О.В., Брындинова А.А., Гольяпина И.Ю. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Гражданско-правовые особенности таможенной процедуры переработки на таможенной территории.....</i>	282
<i>Кирпин С.В. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Правовая природа независимой гарантии.....</i>	287
<i>Кононенко О.В., Матюшин А.В. (Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР). Категория налоговой тайны и ее закрепление в законодательстве.....</i>	290
<i>Крапивницкая Л.М. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Особенности развития криптовалютных платежных систем.....</i>	293

<i>Лисихин И.П., Ножкина Е.Б. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Проблемы противодействия преднамеренному банкротству.....</i>	296
<i>Нижникова А.С. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Налоговая конкуренция в глобальной экономике.....</i>	299
<i>Пахомова О.А., (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Правовые аспекты функционирования платежной системы России.....</i>	304
<i>Пентегов П.Д., Ножкина Е.Б. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Методика расследования преступной деятельности ОПГ в топливно-энергетическом комплексе.....</i>	308
<i>Салыкина А.Е., Подлипская О.А., Гольяпина И.Ю. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). О соотношении правового статуса субъектов гражданского и таможенного права.....</i>	311
<i>Симонов В.В., Симонов Н.В. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Противодействие легализации преступных доходов – важнейший элемент борьбы с экономической преступностью.....</i>	317
<i>Скудин В.Н., Алтухов П.Л., Ножкина Е.Б. (Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов). Проблема обеспечения финансовой безопасности нефтегазовой сферы</i>	320

Экономика и ее перспективы развития в отраслях, на предприятиях, в регионах

<i>Shevchenko G., Soskovets L., Chayka A. (Moscow University of Industry & Finance «Synergy», Omsk subsidiary, Omsk, Russia). Information technology in logistics research as an effective tool in the management of the organization.....</i>	325
<i>Синицына К.И., Половян А.В. (Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР). «Умное производство» как инструмент инновационного развития Донецкой Народной Республики.....</i>	327

Проблемы, особенности и тенденции развития управления качеством на предприятиях

<i>Бабаева Ю.Д., Люханова С.В. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Разработка контрольного листка по проверке применения метода 5S для цеха производства радиоэлектронной аппаратуры</i>	333
<i>Байсадыкова Л.Ф., Мочалова С.В. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Стандартизация и сертификация в повышении качества продукции</i>	338
<i>Ефремова А.С., Люханова С.В. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Система обучения персонала в ОАО «РЖД» и ее роль в менеджменте качества компании.....</i>	344
<i>Макиенко Н.С., Ларин А.Н. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Процессный подход организации производственного процесса в структурных подразделениях ОАО «РЖД».....</i>	350
<i>Морякин А.О., Шендалев А.Н. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Системы менеджмента безопасности пищевой продукции.....</i>	355
<i>Щукина А.Д., Куршакова Н.Б. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Использование системы менеджмента качества для формирования системы мотивации персонала.....</i>	360
<i>Шульц Д.Е., Люханова С.В. (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск). Совершенствование процесса ветеринарной сертификации на предприятии.....</i>	364

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

УДК 38.3

Балашов Д.И.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В современном обществе неотъемлемым условием развития российской и мировой экономики является высшее образование, формирующее человеческий, трудовой, научно-технический, инновационно-креативный потенциал общества, позволяющий государству оставаться конкурентоспособным на мировом рынке товаров и услуг, в том числе и на рынке образовательных услуг. В условиях кризисных явлений в РФ, данная тема наиболее актуальна. Достижение данных потенциалов общества, даст импульс к преодолению кризисных явлений, что характеризует выбранную тематику.

Образование в решающей степени определяет экономический потенциал страны, ее положение в мировом разделении труда и международной торговле. Проблемы, которые тормозят образовательную сферу, влияют на всю экономику и потенциал страны.

Современная российская система высшего образования испытывает трудности, что сказывается на ее функционировании:

- 1) сокращение количества вузов;
- 2) сокращение численности студентов;
- 3) снижение расходов населения на образование;
- 4) недобросовестная конкуренция;
- 5) высокие барьеры входа и бюрократизм;

Сокращение количества вузов связано с политикой государства, направленной на уменьшение неэффективных и безрезультативных

образовательных учреждений [1].

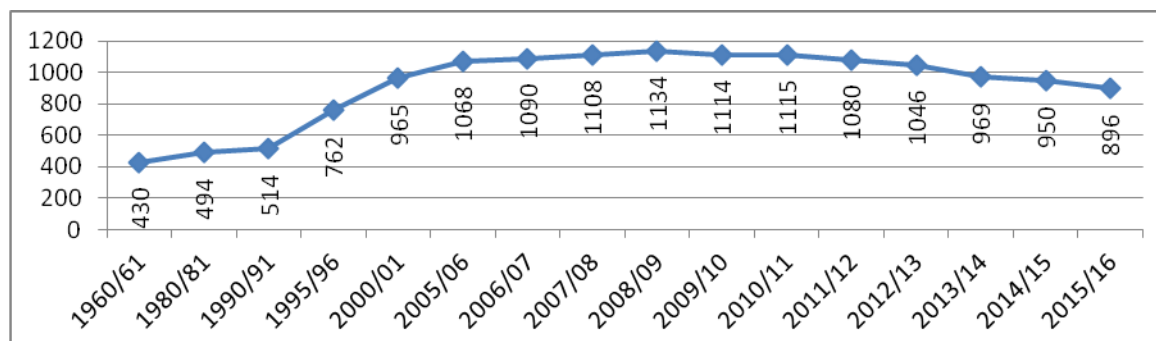


Рисунок 1 – Общее количество высших учебных заведений, ед.

В первый период (1985-1997 гг.) происходило зарождение и становление российского рынка образовательных услуг. Данный этап характеризуется появлением и распространением высшего образования как платной услуги. Во втором периоде (1998-2008 гг.) началось расширение рынка образования, которое происходило в основном за счет роста частных образовательных учреждений, повышения доли платных образовательных услуг. В третьем периоде (2009 г. – по настоящее время) происходит сокращение количества образовательных учреждений. Для этого этапа характерно усиление конкуренции между российскими вузами, внедрение новых статусов образовательных учреждений, создание новых образовательных услуг, что повышает требования к образовательным учреждениям.

Сокращение численности студентов возникло в результате демографического кризиса 1990-х годов [1].

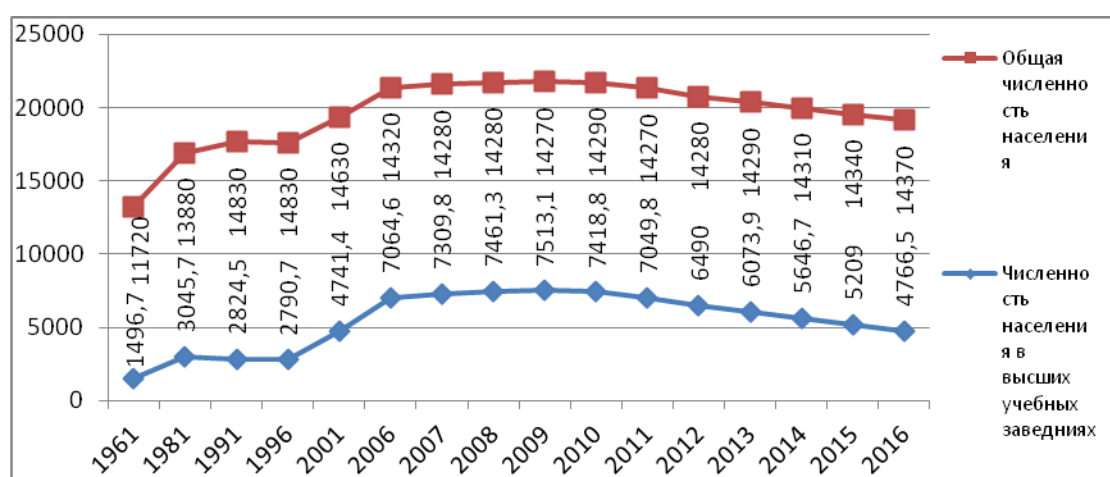


Рисунок 2 – Численность населения и студентов в РФ, тыс. человек

В период 2009-2016 гг. происходило снижение учащихся в высших

образовательных учреждениях. Численность населения в высшем образовании уменьшилась на 30% или с 7,5 млн до 5,2 млн человек. Причиной снижения послужил демографический кризис 1990-х годов, последствия которого ощущаются и в настоящее время. В период 2015-2016 гг. произошло снижение учащихся в высших учебных заведениях на 9%, с 5,2 млн человек до 4,7 млн - данное количество учащихся сопоставимо с 2001 годом, когда в данном периоде обучалось схожее количество человек, что является признаком демографического кризиса.

Снижение расходов населения на образование связано со снижением покупательской способности в результате кризисных явлений в российской экономике и сокращения числа образовательных учреждений (предложения) [1].

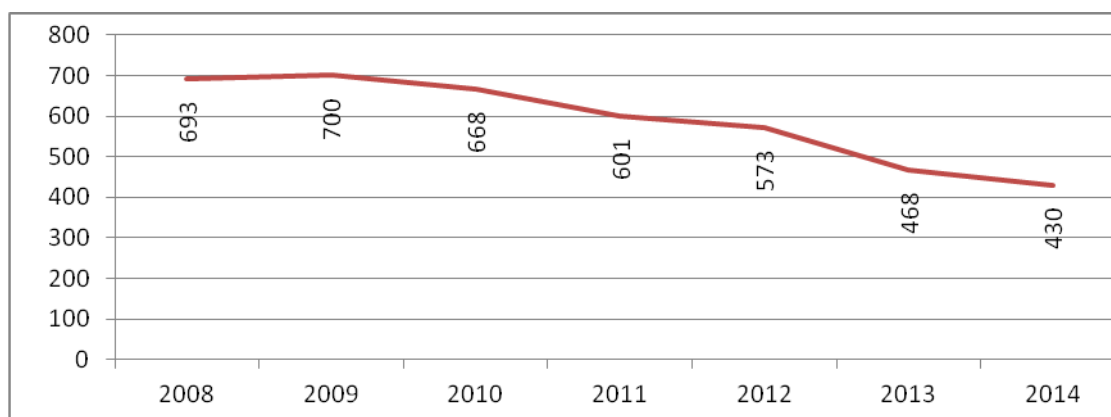


Рисунок 3 – Расходы населения на образование, млрд. руб.

С 2008 по 2014 гг. расходы населения на высшее образование снижаются. В 2014 году показатель составляет на 37% меньше, чем в 2008 году. Факторы, влияющие на данную тенденцию, относятся к кризисным явлениям в экономике страны, снижению доходов и ухудшению уровня жизни населения.

Недобросовестная конкуренция основывается на политике образовательных учреждений по продвижению своих услуг и увеличению спроса, снижению престижа конкурирующего учебного заведения. Недобросовестная конкуренция между высшими учебными заведениями имеет следующие инструменты [2]:

1. Заставить абитуриента «свернуть с пути». Данный способ характеризуется тем, что на приемной комиссии учебного заведения представители конкурирующего учебного заведения агитируют на поступление

абитуриентов в их вуз.

2. Накрутка анонимных комментариев на образовательных сайтах. Конкуренты начинают информационные войны, распространяя на разных образовательных сайтах негативные отзывы про учебное заведение.

3. «Перегон» студентов с помощью преподавательского авторитета в другой вуз. Данный способ характеризуется тем, что преподаватели переманивают студентов поступать в их вуз.

4. Жалобы в Рособрнадзор. Рособрнадзор проверяет учебные заведения на несуществующие жалобы со стороны их конкурентов.

5. Фальшивые страницы представителей вуза. В данном способе вузы создают ложную информацию о конкурирующем учебном заведении, что сказывается на выборе абитуриентов.

Барьеры входа в образовательную сферу имеет следующие особенности [3]:

1. Административные (институциональные) барьеры. Данный вид барьеров проявляется в механизмах государственного контроля, аккредитации, лицензирования, бюджетного финансирования образовательной деятельности системы - барьер выступает системообразующим (институциональным) ограничением рынка образовательных услуг.

2. Структурные барьеры. Данный вид барьеров характеризуется внешними факторами (демографическая ситуация, снижение спроса, высокий уровень затрат, формирование инфраструктуры).

3. Поведенческие барьеры на рынке образовательных услуг проявляются в виде стратегии действующих на рынке вузов, их целенаправленной политике по формированию закрытого образовательного пространства против новых образовательных учреждений.

Таким образом, система высшего образования испытывает ряд трудностей, которые необходимо решать. Сокращение численности поступающих в образовательные учреждения, сокращение количества вузов, снижение расходов населения на образование, недобросовестная конкуренция и высокие барьеры входа в образовательную отрасль тормозят развитие экономики и влияют на потенциал страны.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/education/.
2. Аветисян, Р. Черный пиар университетов в борьбе за абитуриента [Электронный ресурс] / Р. Аветисян. – URL: https://life.ru/t/%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5/978876/vuz_vs_vuz_chiorny_i_piar_univiersitetov_v_borbie_za_abiturienta.
3. Постановление от 5 апреля 2010 года N 111-П О Программе развития конкуренции на рынках товаров и услуг Саратовской области на 2010-2012 годы. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/933014405>.

УДК 38.3

Балашов Д.И.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Для российской системы образования главным источником финансовых средств являются бюджеты различных уровней, так как основная доля образовательных учреждений приходится на государственные. Инвестиции в их классическом понимании могут осуществляться лишь в сфере платных образовательных услуг, а физические и юридические лица имеют возможность инвестировать в образования, преследуя свои цели. Можно дать следующую классификацию инвестиций в образование и целям инвестирования, которые рассмотрены на рис. 1 [1]:

Корпорации инвестируют в систему образования для положительного эффекта региона, в котором они ведут хозяйственную деятельность, цель инвестирования не только создание благоприятной среды региона и повышение его инвестиционной привлекательности в целом, но и повышение квалификации и производительности труда сотрудников, которые работают в самой компании. Поддержка образовательных учреждений инвестициями обеспечивает компанию новыми кадрами и лучшими студентами для

дальнейшего сотрудничества и совместной работы. В таблице 1, показан топ инвестирующих компаний в образование [2].



Рисунок 1 – Классификация инвестиций корпораций в образование

Наибольшая средняя сумма приходится принадлежит компании DayDreamer – 500 000 \$ - фонд инвестирует в инженерные стартапы и робототехнику, интернет-проекты, связанные с образованием, детскими сервисами и медиа. Московская школа управления «Сколково» инвестирует в различные образовательные сервисы и онлайн-образование, но не раскрывает финансовых данных. Фирма Евгения Медведникова инвестирует в сферу быстрых услуг онлайн-образования со средней суммой 100 000 \$.

Таблица 1 – Топ компаний, реализующие инвестиции в образовательные услуги

Топ компаний, реализующие инвестиции в образовательные услуги	Средняя сумма, \$	Число проектов
Московская школа управления "Сколково"	не раскрывается	25
Фирма Евгения Медведникова	100 000	6
DayDreamer	500 000	20
Endemic Capital	25 000 - 100 000	11
Фирма Михаила Демидова	40 000 - 50 000	5
InVenture Partners	10 000 - 50 000	4
IdeaLAB	50 000 - 200 000	2
Altair Capital	150 000- 200 000	60

Наибольшая средняя сумма приходится принадлежит компании DayDreamer – 500 000 \$ - фонд инвестирует в инженерные стартапы и робототехнику, интернет-проекты, связанные с образованием, детскими сервисами и медиа. Московская школа управления «Сколково» инвестирует в различные образовательные сервисы и онлайн-образование, но не раскрывает финансовых данных. Фирма Евгения Медведникова инвестирует в сферу быстрых услуг онлайн-образования со средней суммой 100 000 \$. Endemic

Capital инвестирует в различные стартапы, связанные в сфере онлайн образований для сотрудников компании, а также различные образовательные проекты со средним чеком от 25 000 до 100 000 \$. Фирма Михаила Демидова инвестирует в сервис профессионального послевузовского образования, в обучения.

Физические лица могут инвестировать в сферу образования, по своему усмотрению. На рис. 2, рассмотрены цели инвестирования физических лиц.



Рисунок 2 – Классификация инвестиций физических лиц в образование

Цели инвестирования физических лиц перекликаются с целями инвестирования корпораций, во-первых человек, который инвестирует в образование, а на выходе получают профессиональные навыки, умения - расширение своего человеческого потенциала (капитала). Цель инвестирования частных лиц в образование - создание привлекательных условий в социальном климате региона, а также улучшение условий обучения и создание

благоприятного мнения (репутации) о частном инвесторе.

Проанализировав инвестиции в сфере образования со стороны физических лиц и юридических, рассмотрим инновации в сфере образования. Сущность инновации – подразумевают внедрение в образовательную систему нововведений, влияющих на саму суть образования, но которые не могли быть применены ранее. Суть инноваций в образовательной системе заключается в том, что предпринимаются попытки найти и успешно применить новые подходы к образованию молодого поколения. Образование и в том числе высшее образование основывается на традиционных принципах преподавания, изменение системы обучения ведет за собой необратимые последствия, которые влияют как на преподавателя, так и на студента. Проанализируем основные инновации в образовательной отрасли, которые не противоречат принципам традиционного преподавания [3]:

1. Использование компьютерных технологий в учебном процессе на примере дистанционного обучения. В данном случае обучение производится с помощью новейших программных и технических средств. Согласно данным Cedar Group, время обучения при изучении гуманитарных дисциплин сокращается на 35 – 45%, а скорость запоминания материала возрастает на 15 – 25%, также существует возможность постоянного повышения уровня квалификации, с помощью обновлений своих профессиональных знаний.

2. Мониторинг интеллектуального развития – анализ и диагностика качества обучения каждого учащегося при помощи тестирования и построения графиков динамики успеваемости.

3. Создание технологии портфолио. Данная технология фиксирует изменение в успеваемости человека, раскрывает весь спектр достижений и выполняемых работ, а также служит организатором учебной деятельности.

4. Технологическая интеграции человека с техникой. Примером данной инновации служит создание всевозможных образовательных приложений на электронных носителях, электронных журналов для ведения учетной деятельности и электронных книг для самообразования.

5. Активное внедрение в образовательный процесс результатов научно-исследовательских работ.

Таким образом, инвестиции в сфере образования могут осуществляться только в сфере платных образовательных услуг. Инвестировать в

образовательную сферу могут физические и юридические лица, которые имеют схожие цели. Инновации в образовательной сфере не должны противоречить традиционным принципам преподавания, поэтому представленные инновации в статье не меняют образовательный процесс, а дополняют, расширяя кругозор и развивая человеческий потенциал человека.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Астахова, Ю. В. Инвестиции в человеческий капитал как фактор повышения его конкурентоспособности [Электронный ресурс] / Ю.В. Астахова. – URL: <http://econf.rae.ru/pdf/2015/06/4722.pdf>.
2. Официальный топ бизнес-ангелов, составленный Государственным фондом фондов Института развития РФ. – URL: <https://republic.ru/specials/angels-top/>.
3. Полякова, Т. А. Виртуализация знания в современном мировоззрении [Электронный ресурс] / Т. А. Полякова, Е. В. Поляков. – URL: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/590-virtualization-knowledge-in-the-modern-world-view.html>.

УДК 38.3

Вершинина В.Д.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

КОНДИТЕРСКАЯ ОТРАСЛЬ В РОССИИ

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью определения перспектив развития отрасли экономики для производственных компаний, а также для отраслевых инвесторов, так как именно будущие тенденции развития отрасли определяют стратегическое поведение фирм, а для инвесторов – движение капитала в отрасли с большей доходностью.

Выбор кондитерской отрасли в качестве объекта исследования обусловлен тем, что данная отрасль, является развивающейся отраслью наряду со многими отраслями российской экономики. Это делает кондитерскую отрасль России весьма актуальным и интересным объектом исследования с

точки зрения выявления, будущих перспектив развития.

Кондитерская отрасль является одной из составляющих отечественной экономики, которые даже в условиях кризиса демонстрируют положительную общую динамику. Эта отрасль имеет мощный потенциал и является одной из развитых в пищевой промышленности России. Продукция кондитерской отрасли имеет особую специфику. Данная продукция, с одной стороны, имеет эластичный спрос, но, с другой стороны, относится к одной из форм удовольствий, что делает ее потребление высоким даже при снижении доходов населения.

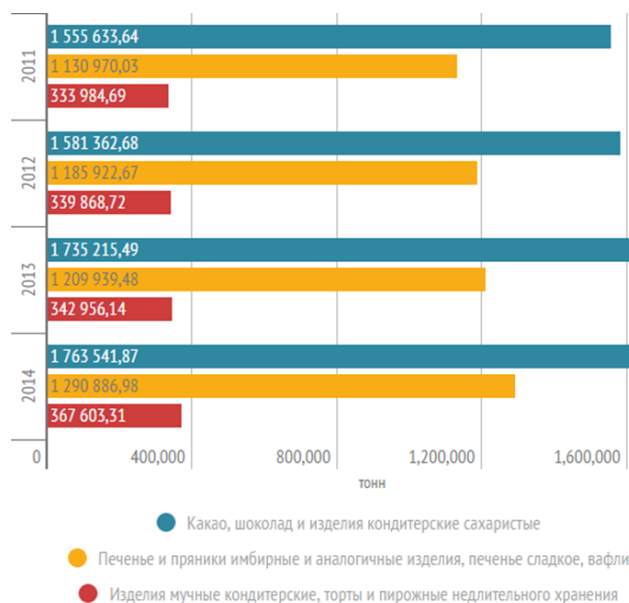


Рисунок 1 – Количество тонн продукции по видам кондитерских изделий, произведенных в России за период 2011-2014 гг. Динамика развития рынка в штучном эквиваленте [1]

Самый большой рост производства наблюдается у какао, шоколада. Производство какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий в 2012 году выросло на 1,6% по сравнению с 2011. В 2013 на 9,7% по сравнению с 2012 и в 2014 на 1,5% по сравнению с прошлым годом. Это обуславливается его популярностью и свойствами, которыми обладает шоколад.

Сезонность продаж на кондитерском рынке очень ярко выражена, наибольшее количество продаж приходится на декабрь и первый квартал. Это связано с большим количеством праздников в этот период и популярностью кондитерских изделий в качестве подарков. Структуре производства кондитерских изделий можно выделить несколько подгрупп, самой многочисленной из которых является шоколад и изделия, содержащие какао, в

упакованном виде. Данная подгруппа включает в себя такие изделия, как шоколадные плитки и батончики с начинкой, добавками и без них, шоколадные конфеты с алкоголем, прочие шоколадные конфеты, различные шоколадные фигуры с начинкой, пасты на основе какао и другие изделия. По оценочным данным, доля данной группы в 2014 г. составляла 58,6% в натуральном выражении, что эквивалентно 1 013 тыс. тонн готовой продукции.

В настоящее время отечественная кондитерская промышленность сталкивается с рядом проблем: современные проблемы связаны со спецификой данной отрасли. Российская кондитерская промышленность зависит от географического фактора в плане сырьевых баз: какао-бобы, орехи и другие ингредиенты поставляются из-за рубежа, поэтому сильно зависят от колебаний курса валют. В 2014 году кондитерская отрасль России импортировала более 116 тыс. тонн какао-продуктов. Кроме того, было ввезено 60,89 тыс. тонн какао-бобов для переработки. Таким образом, при общей потребности отрасли в закупках какао-продуктов в пересчете на какао-бобы в объеме 206,15 тыс. тонн только 29,5% (60,89 тыс. тонн) было ввезено в виде какао-бобов, остальные 70,5% - в виде какао-продуктов. Основными поставщиками являются: Кот - д'Ивуар (67.4%), Гана (23.7%), Нигерия (7,9%), другие страны (1%) [2].

Несмотря на зависимость российской кондитерской промышленности от поставок: какао-бобов, орехов и других ингредиентов и на то, что в 2015 году импорт какао-бобов сократился на 58,4%, какао-пасты уменьшился на 10,6%, какао-масла – на 14,3%, объем производства всех видов шоколада и шоколадных изделий в России не снизился. Производители кондитерских изделий нашли несколько решений данной проблемы, произошло изменение производства кондитерских изделий, что в какой-то степени, по нашему мнению, повлияло на качество продукции, в том числе:

- 1) увеличили выпуск шоколадных изделий с меньшим процентным содержанием какао-продуктов;
- 2) стали активнее производить шоколадные изделия с различными начинками;
- 3) нарастили объемы использования различных добавок;
- 4) стали более активно использовать заменители некоторых видов какао-сырья, в частности пальмовое масло.

Все это привело к снижению эффективности производства продукции и, как результат, к росту цен [3].

Средние цены на кондитерские изделия в 2013-2014 годах, самые

быстрые темпы роста наблюдались у шоколадных кондитерских изделий – более 13%. Это обусловлено полной зависимостью от производителей какао-бобов. Средние потребительские цены на шоколад в России в ноябре 2015 повысились на 37,8% (до 741,36 рубля за килограмм) по сравнению с ноябрем 2014 года. Это целиком импортное сырье, поставляемое в основном из стран Африки. Ярко выражены ценовые сегменты, средний ценовой сегмент имеет самую высокую долю на рынке, так как большинство населения относят себя к среднему классу и поэтому выбирают для себя продукты из этого ценового диапазона. Относительно низкая доля шоколада эконом и премиум класса объясняется их низким спросом и недостаточным разнообразием вариантов в магазинах. Но доля премиум класса стабильна, в отличие от эконом-класса, потребители уходят именно из этого сегмента, переключаясь либо на более доступный по цене продукт, либо на менее дорогие кондитерские категории, такие как пряники и печенье.

ВИДЫ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ	СРЕДНИЕ ЦЕНЫ, руб./кг		ТЕМПЫ РОСТА, %
	2013 год	2014 год	
ШОКОЛАДНЫЕ КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ			
Шоколад	479	545	13,8
Конфеты шоколадные (натуральные и с добавками)	403	457	13,2
Конфеты мягкие, глазированные шоколадом	191	216	13,2
МУЧНЫЕ КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ			
Торты	321	351	9,2
Кексы, рулеты	180	191	6,6
Печенье	104	114	9,8
Пряники	91	98	7,5
САХАРИСТЫЕ КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ			
Зефир, пастила	175	194	10,5
Карамель	133	150	13,3

Рисунок 2 – Средние цены на кондитерские изделия в 2013-2014 годах, руб./кг [4]

Для решения существующих проблем кондитерской промышленности правительством РФ в 2012 году была принята «Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности РФ до 2020 года» (далее – Стратегия), в которой было уделено внимание и кондитерской промышленности. Стратегия предусматривает, что инвестиции в социально значимые отрасли пищевой и перерабатывающей промышленности возрастут на 16,5% к 2020 году почти до 103 млрд. руб. по отношению к 2010 году (88 млрд. руб.). В развитие кондитерской отрасли должно быть инвестировано 79,9 млрд. руб.

Перспективы развития рынка к 2020 году спрос на какао будет превышать его производство на 1 млн. тонн, а к 2030 году этот разрыв увеличится до 2 млн. тонн. В прошлом году потребление шоколада на 70 тыс. тонн превысило возможности производства. В нынешнем году, несмотря на

хороший урожай, поставки едва поспевают за растущим спросом. Особенно сильно растет спрос на какао на азиатском рынке. Сейчас в Азиатско-Тихоокеанском регионе продается лишь около 10% всего шоколада, но эта доля постоянно растет [5].

Кондитерская промышленность России, несмотря на далеко не идеальные условия ее функционирования, продолжает оставаться одной из развитых отраслей отечественного хозяйства. В перспективе кондитерским компаниям, особенно крупнейшим международным консолидированным гигантам отрасли, предстоит тяжелая конкурентная борьба за удержание и сохранение позиций на рынке, и возможные альтернативные источники сырья или новых поставщиков.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

- 1) Рынок кондитерских изделий. Текущая ситуация и прогноз 2017-2021 гг. – URL: <http://alto-group.ru>.
- 2) Обзор российского рынка какао-сырья и шоколада // <http://ab-centre.ru>.
- 3) Коршунова, Е. А. Современные проблемы кондитерской промышленности в России и пути их решения [Электронный ресурс], 2016. №3(23). – URL: <http://www.strategybusiness.ru>.
- 4) Сычев, М. Обзор российского рынка шоколадных изделий // Исследования компании «Маркет Аналитика» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.foodmarket.spb.ru>. 2015. №2.
- 5) Рождественская, Я. К 2020 году спрос на какао будет превышать его производство на 1 млн. тонн. – URL: <http://kommersant.ru> 2014.

УДК 38.3

Горбач К.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В РОССИИ

Одной из самых перспективных отраслей для развития экономики в стране является туристическая. Рассматривать ее можно с двух сторон, с первой, как туристическая деятельность, а с другой как совокупность всех

процессов, обеспечивающих полноценное ее функционирование, таких как гостиничная и транспортная инфраструктуры. В условиях кризисных явлений в РФ, данная тема является актуальной.

Развитие туризма имеет большое значение для государства в целом, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований и общества. Развитие сферы туризма, обладающей экономическим мультипликативным эффектом, имеет важное значение в формировании валового внутреннего продукта и нацелено на повышение качества жизни населения.

На ряду с положительными сторонами, российский туризм испытывает трудности, что сказывается на её функционировании [1]:

- 1) неравномерность развития рынка российского туризма;
- 2) недостаточная развитость внутреннего туризма для регионов;
- 3) недостаточное развитие туристической инфраструктуры;
- 4) проблема транспортной составляющей;
- 5) неэффективная система продвижения на туристическом рынке;
- 6) недостатки в подготовке кадров для сферы туризма;
- 7) неразвитость информационных ресурсов;
- 8) валютно-геополитические риски.

Рынок российского туризма развит неравномерно, так как процент выезжающих из страны превышает процент тех иностранных туристов, которые выбрали Россию в качестве страны для проведения отдыха. Для решения этой проблемы стоит акцентировать внимание на развитие внутреннего туризма.

Развитость внутреннего туризма для регионов является неравномерным. Наша страна имеет очаровательные природные зоны и историко-культурные памятники, которые могли бы быть очень интересны для туристов. В развитии участвуют и местные жители, которые с пользой для себя и для региона предоставляют жилые места для приезжающих. И благодаря данному факту происходит, хоть и небольшое, развитие инфраструктуры.

Российской туристической инфраструктуре ещё долго будет куда развиваться. Большая часть гостиничных комплексов были построена ещё во времена советского союза, в настоящее время их вид и качество не соответствуют требуемым нормам. А значит необходимо строительство новых гостиничных центров, а вместе с ними и соответствующую инфраструктуру [1].

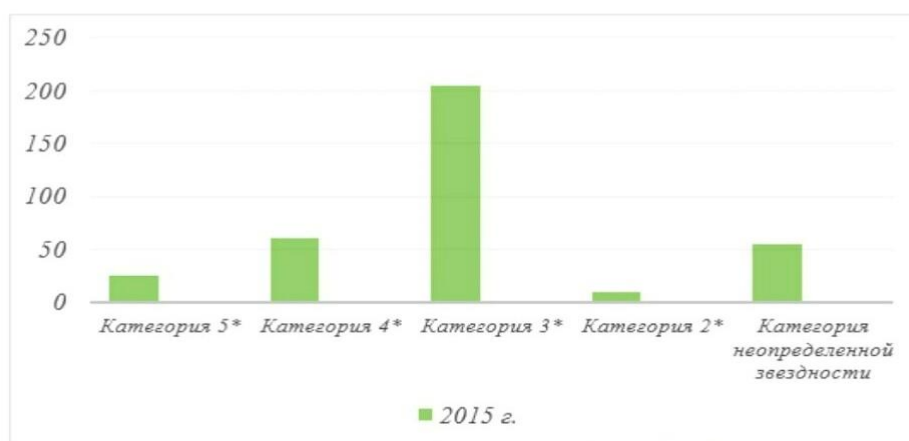


Рисунок 1 – Количество отелей и гостиниц в РФ за 2015 год [2]

Согласно выше представленному (рис. 1), в нашей стране количество гостиниц высокого класса и класса люкс, соответствующие категории пяти и четырех звёзд, крайне мало. Построение новых отелей и гостиниц, отвечающих всем международным стандартам, а также ремонт уже имеющиеся на данный момент аналогичные средства размещения, являются решением этой проблемы, для осуществления которой, необходимы денежные средства, которые могли бы выделяться из государственного бюджета.

Проблема связанная с транспортом заключается в том, что практически все виды внутренних перевозок предоставляются монопольными компаниями. Из этого следует высокая стоимость пассажиро-перевозок, а также отсутствие составляющих элементов для путешествий автотранспортом.

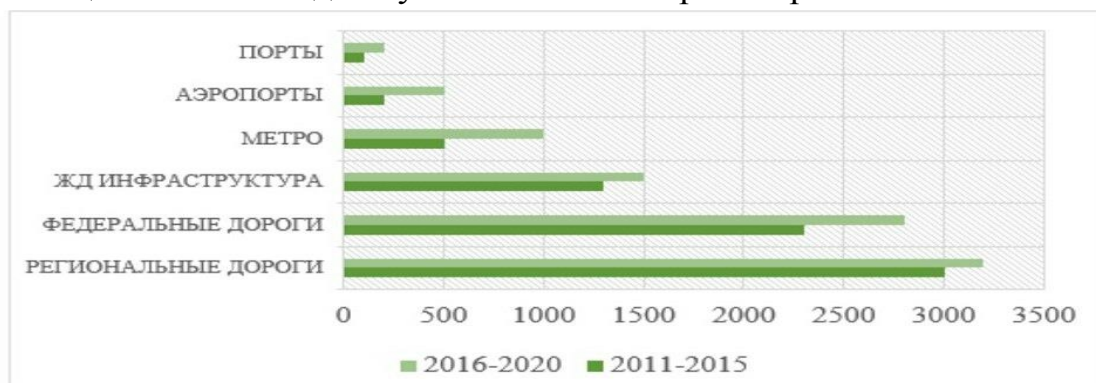


Рисунок 2 – Объём инвестиций в дорожную инфраструктуру, млрд. руб. (2011-2015 и 2016-2020 гг.) [2]

Объём инвестиций в транспортную инфраструктуру, по сравнению с периодом 2011-2015 гг. на 2016-2020 год увеличится, в связи с тем, что государство выделит больше денежных средств на строительство и ремонт дорог. Для этого государство привлекает иностранные инвестиции, которые

смогут вкладываться в специализированную современную технику [2].

Российская туристическая отрасль имеет неэффективную систему рекламирования. Решить данную проблему можно следующим образом [1]:

- 1) организовать выставочные композиции на соответствующих масштабных туристических мероприятиях;
- 2) более широко прорекламировать в средствах массовой информации;
- 3) создать рекламную продукцию, как в печатном, так и электронном виде, с её последующим распространением.

Подготовка требуемых кадров осуществляется в недостаточной мере, а также их количество не соответствует количеству свободных вакансий. Решение квалификационной проблемы полностью зависит от улучшения степени подготовки в ВУЗах.

К информационным ресурсам следует отнести следующие (рис. 3):



Рисунок 3 – Информационные ресурсы в сфере туризма [1]

Для решения проблемы является необходимым планирование и осуществление следующих задач [1]:

- 1) создание единой базы туристских ресурсов России, и организация работ по её ведению и регулярному обновлению;
- 2) формирование единой базы данных предприятий туристской индустрии;
- 3) содействие реализации Программы развития информационных технологий в российском туризме;
- 4) издание сборников материалов о зарубежном опыте использования ИТ-технологий в туризме и специального издания о формировании обычаев делового оборота в туристской отрасли [1].

Вид валютно-геополитических рисков в значительной мере может изменить современные тенденции на международном и внутреннем рынке туризма. Туризм является отраслью чрезвычайно чувствительной к неблагоприятным последствиям ухудшения политической обстановке в стране

или регионе страны. Стратегические мероприятия в таком случае не смогут быть реализованы в полной мере, т.к. геополитические риски резко снижают туристский поток. С другой стороны, даже благоприятная ситуация в мире не может обеспечить отсутствие данного вида рисков, т.к. упрощение визового режима с рядом стран может негативно сказаться на внутреннем туризме [2].

Таким образом, тормозящим развитием российской туристической отрасли, являются неодинаково развивающийся российский туристический рынок и не в полной мере развитая туристическая система в отдельных регионах России. В решении проблем немаловажную роль будут играть руководители муниципалитетов, перед которыми должна стоять задача достижения совершенств в развитии инфраструктуры и информационной поддержке. Затруднения оказывают сильное влияние на торможение темпов развития туризма в нашей стране, а также оттоку молодых кадров, и соответственно, к снижению поступлений в бюджет государства от российской туристической индустрии.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Алгафри, М. А. Проблемы российского туризма // Молодой учёный [Электронный ресурс] / М. А. Алгафри, М. А. Моххамад. – URL: <http://moluch.ru/archive/114/30197/>. 2016. №10. 586-588с.

2. Анисимова, Н. В. Проблемы развития российского туризма и способы их решения / Н. В. Анисимова, Д. В. Ралык // Nauka-rastudent.ru [Электронный ресурс] – URL: <http://nauka-rastudent.ru/33/3625/>. 2016. №9.

УДК 338.4

Жаворонок Е.А., Суржикова Т.Б.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

На современном этапе экономика России характеризуется динамичным развитием сферы торговли. В силу низких отраслевых барьеров входа торговля характеризуется острой конкурентной борьбой, большей взаимозависимостью хозяйствующих субъектов. Это обуславливает необходимость анализа конкурентной рыночной среды и оценки конкурентоспособности торгового

предприятия, которая, в конечном итоге, определяет его жизнеспособность и позиции на рынке. Актуальность исследуемой проблемы состоит в том, что в условиях развития и расширения сферы торговли важнейшей задачей предприятий сетевого ритейла становится обеспечение высокой конкурентоспособности, основанной, прежде всего, на достоверной оценке конкурентного положения организации, ее ресурсов, возможностей и угроз.

Торговые предприятия взаимодействуют с потребителем, поэтому оценка качества сервиса является наиболее важным этапом при оценке конкурентоспособности организации. В настоящее время существуют различные методики оценки качества торгового обслуживания, среди которых можно выделить следующие.

1. «Mystery Shopping» («тайный покупатель»). Данный метод предполагает посещение торговой организации подготовленными и обученными людьми в роли обычных покупателей в назначенное время. Собранные информация о качестве предоставленных услуг в дальнейшем используется для оценки уровня выполнения стандартов обслуживания и выявления слабых мест в обслуживании с целью их последующего устранения. Данный метод предполагает регулярное проведение для контроля качества предоставляемых услуг розничным предприятием и является предпосылкой для создания мотивации персонала.

2. Методика SERVQUAL (Service quality). Методика SERVQUAL направлена на измерение степени разрыва между воспринятым и ожидаемым качеством услуг с помощью анкетирования покупателей. Их мнение оценивается на основе двух анкет: первая измеряет ожидание покупателей от качества услуги, вторая – восприятие полученной услуги. Вопросы анкет сгруппированы вокруг пяти характеристик качества услуги: материальность, надежность, отзывчивость, убежденность и сочувствие. При заполнении анкеты используется пятибалльная шкала Лайкерта «полностью согласен – полностью не согласен». Коэффициент качества Q рассчитывается как разница рейтингов восприятия и ожидания по каждому из критериев:

$$Q_n = P_n - E_n ,$$

где Q_n - коэффициент качества по критерию n ;

P_n - потребительское восприятие качества;

E_n - потребительское ожидание качества [1, с. 411-412].

Дополнением к SERVQUAL является методика «зона толерантности», предполагающая добавление третьей анкеты, с помощью которой оценивается минимально приемлемое для потребителя качество услуги. Зона толерантности представляет собой разрыв между оценками «ожидаемого» и «минимально приемлемого» качеств услуги. Зона толерантности показывает диапазон «терпимости» покупателей к внешнему виду, отзывчивости, вежливости, профессионализму персонала, состоянию помещений, соблюдению сроков предоставления услуги, степени проявления индивидуальности подходов к обслуживанию [2, с. 59].

Можно сказать, основными преимуществами данных методик является простота использования, возможность сопоставления оценок качества анализируемого торгового предприятия с конкурентным окружением и выявление приоритетных направлений улучшения качества. Наряду с преимуществами присутствуют существенные недостатки данных подходов: субъективность оценки, а также отсутствие специализированных организаций, оказывающих услуги оценки качества обслуживания.

Обобщая рассмотренные выше методики, можно выделить комплексный подход к определению качества, базирующийся на расчете интегрального показателя уровня качества торгового сервиса [3, с. 46]:

$$И = \sum_{i=1}^n B_i W_i .$$

Уровень качества сервиса описывается определенным числом критериев. Ранжирование значений каждого из них происходит по степени соответствия нормативам или ожиданиям потребителей с присвоением определенного балла (B_i) по 10-балльной шкале. С учетом степени важности каждому критерию на основе опросов клиентов или экспертным путем присваивается вес (W_i), отражающий долю влияния критерия на качество обслуживания в целом. Основу качества сервиса предприятия розничной торговли составляют показатели, представленные в таблице 1.

Для связки приведенных в таблице 1 коэффициентов в единой формуле интегрального показателя уровня обслуживания учитываются показатели значимости $З_1, З_2, З_3, З_4$. Контрольный показатель уровня торгового сервиса представлен формулой:

$$И = K_y З_1 + K_d З_2 + K_b З_3 + K_m З_4 .$$

Приближение значения данного показателя к единице указывает на

то, что уровень качества и культуры обслуживания покупателей в розничном торговом предприятии высокий [3, с. 47-48].

Таблица 1 – Показатели качества сервиса предприятия розничной торговли [3, с. 47-48]

Критерий	Характеристика	Расчет
Устойчивость ассортимента	Наличие групп товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем, в продаже в момент проведения проверок	$K_y = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{O_i}{A}}{n},$ где O_i – число разновидностей товаров, имеющиеся в продаже в моменты проведения проверок, из предусмотренных ассортиментным перечнем; A – число разновидностей товаров из ассортиментного перечня; n – число проверок
Дополнительное обслуживание	Отношение количества предлагаемых услуг покупателю на рассматриваемом торговом предприятии к максимальному количеству услуг, которое может быть оказано клиенту	$K_d = \frac{Y_{\phi}}{Y_{\max}},$ где Y_{ϕ} – фактическое количество дополнительных услуг оказываемых покупателю в розничном торговом предприятии; $Y_{\max}$ – максимальное количество услуг, которое может быть оказано покупателю с учетом комплекса услуг конкурентов
Затраты времени клиента на приобретение	Отношение оптимальные затраты времени покупателя на ожидание обслуживания к средним фактическим затратам времени покупателя на обслуживание	$K_b = \frac{Z_o}{Z_{\phi}},$ где Z_o – оптимальные затраты времени клиента на ожидание обслуживания; Z_{ϕ} – средние фактические затраты времени клиента на ожидание обслуживания. $Z_{\phi} = Z_k + Z_d + Z_p + Z_b + Z_n$, где Z_k – затраты времени на ожидание консультации; Z_d – затраты времени на ожидание демонстрации товаров в действии; Z_p – затраты времени на ожидание расчета; Z_b – затраты времени на ожидание выдачи товара со склада; Z_n – затраты времени на ожидание проверки качества товара
Культура обслуживания	Уровень торгового сервиса в аспектах его качества и культуры обслуживания	$K_m = \frac{M_n}{M_o},$ где M_n – количество покупателей, давших отличную и хорошую оценки состояния культуры обслуживания; M_o – общее количество покупателей, оценивших состояние культуры обслуживания.

Для многих торговых предприятий, работающих с крупногабаритными товарами, в сегменте HoReCa, важнейшим показателем деятельности является выполнение сроков доставки товаров клиентам. Потребители ценят быструю и надежную доставку товаров, которая подразумевает своевременность и соответствие ожиданиям. Способность быстро реагировать на запросы потребителей является одним из основных факторов сохранения и расширения торгового бизнеса. Коэффициент выполнения сроков доставки можно представить формулой:

$$K_t = \frac{T_{\text{ф}}}{T_{\text{ср}}},$$

где $T_{\text{ф}}$ – фактическое время доставки товаров клиенту;

$T_{\text{ср}}$ – среднее время доставки товаров клиенту [3, с. 48].

При оценке конкурентоспособности торгового предприятия часто используют методику определения конкурентоспособности (качества) услуг торговых предприятий, предложенную И. М. Лифицем. По его мнению, конкурентоспособность торгового предприятия определяют обобщённый показатель качества услуги торговли $ПК_{\text{ут}}$ и показатель, отражающий стоимость товара (средний индекс цен). Следовательно, показатель конкурентоспособности услуг торговли K можно вычислить по формуле:

$$K = \frac{ПК_{\text{ут}}}{I_p},$$

где $ПК_{\text{ут}}$ – обобщенный показатель качества услуг торговой организации,

I_p – средний индекс цен [4, с. 88].

Обобщённый показатель качества услуги торговли включает несколько комплексных показателей, в числе которых качество предлагаемых товаров, рациональность ассортимента и качество обслуживания. $ПК_{\text{ут}}$ рассчитывается по формуле:

$$ПК_{\text{ут}} = K_t * g_{K_t} + K_{\text{то}} * g_{K_{\text{то}}} + K_p * g_{K_p},$$

где K_t – показатель качества товаров,

$K_{\text{то}}$ – показатель качества торгового обслуживания,

K_p – коэффициент рациональности ассортимента,

g_i – коэффициенты весомости показателей, определяемые экспертным методом.

Данную формулу можно дополнить таким важнейшим показателем деятельности сетевого ритейла, как коэффициент стимулирования сбыта. Формула для определения показателя конкурентоспособности торговой услуги примет следующий вид:

$$K = (K_t * g_{Kt} + K_{то} * g_{Kто} + K_p * g_{Kp} + K_{стс} * g_{Kстс}) / I_p ,$$

где $K_{стс}$ – коэффициент стимулирования сбыта [4, с. 89-90].

Рассмотренные выше методы оценки качества услуг объединяет то, что без мнения покупателя оценить их качество невозможно. Покупатель, являясь наиболее важным и неотъемлемым элементом служебой системы, высказывает свое субъективное мнение о качестве оказываемых ему услуг и только его участие в процессе обслуживания позволяет этим методам быть состоятельными. С помощью этих методов потребитель оценивает элементы видимой ему части услуги, которая, по сути, является результатом невидимой ему деятельности сервисной организации. Именно в совокупности данные методы способны дать точную и адекватную оценку конкурентоспособности организации.

Список литературы

1. Кадацкая, Д. В. Оценка качества торгового обслуживания потребителей / Д. В. Кадацкая // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. №1. С. 410-416.
2. Современная торговля: от логистической стратегии до управления качеством сервиса [Электронный ресурс] : монография / под общ. Ред. Д.В. Черновой. – Электрон. Дан. – Самара : Изд-во Самар. Гос. Экон. Ун-та, 2015. – 70 с.
3. Игнатьева, А. А. Анализ подходов к оценке качества услуг предприятий розничной торговли / А. А. Игнатьева, Е. Р. Мингазинова // Альманах современной науки и образования. – 2014. – № 12 (90). – С. 46-49.
4. Попова, Е. М. Оценка конкурентоспособности услуг торговых предприятий / Е. М. Попова // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – 2013. – №4. – С. 88-90.

Золотова Е.Д.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА СОТОВОЙ СВЯЗИ

Рынок сотовой связи – один из быстроразвивающихся и высокотехнологичных рынков, благодаря развитию IT технологий, считается одним из самых рентабельных для инвестирования и имеет стратегическое значение для модернизации экономики. Рост потребления услуг является одной из самых значимых характеристик качества жизни населения. Это в первую очередь относится к потреблению услуг, которые предоставляют операторы сотовой связи, что и указывает на актуальность данной темы.

Рынок сотовой связи функционирует и развивается благодаря производителям мобильных устройств и потребителей. Ведь именно производители устройств задают темпы развития. Они поставляют специальное оборудование, запчасти, базовые станции и контроллеры. Например, при появлении моделей телефонов, которые поддерживали 3G, необходимо было снабдить операторов, чтобы их аппараты выполняли возложенную на них задачу.

В России сотовая связь зарождалась с 1991 года и рынок накапливал силу, формировались такие компании гиганты как Теле 2, Мегафон, МТС и Билайн, они, как и другие компании изначально выбирали экстенсивный путь развития, захватывая большие площади под свое влияние.

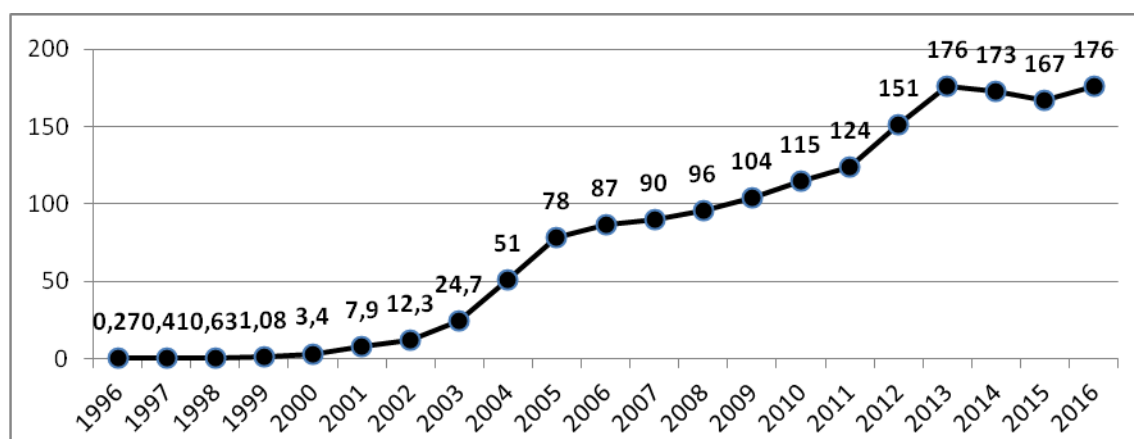


Рисунок 1 – Плотность сотовой связи на 100 человек, %

Таким образом, с 1996 по 2013 наблюдается постоянный рост отрасли и за 17 лет плотность абонентов в России на 100 человек увеличилась до 176% (рис. 1).

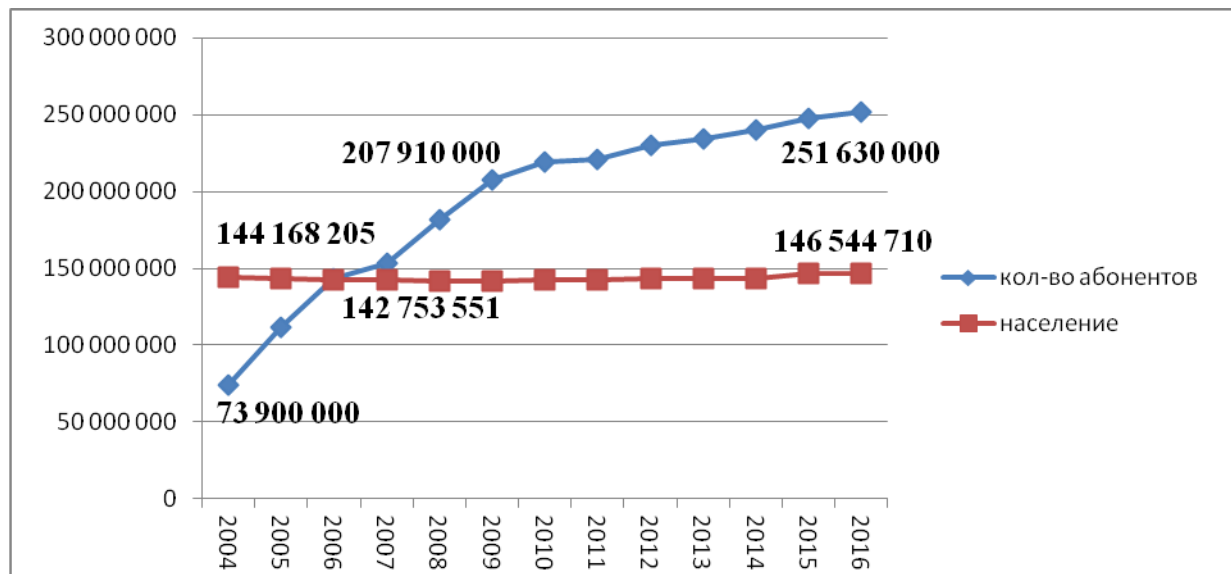


Рисунок 2 – Количество абонентов и население России

По рис. 2 видно, что количество абонентов в 2016 году больше населения России почти в два раза (у абонентов 2 и более SIM-карт), в то время как в 2004 году количество абонентов было в 2 раза меньше, это подтверждает плотность сотовой связи в 176%. Исходя из рис. 1 и 2 можно сказать, что спрос на услуги сотовых операторов очень высок.

Темп роста рынка замедляется, т.к. проникновение связи составило почти 180%, а сама связь дешевеет с ужесточением конкуренции. Операторы переходят на интенсивное развитие, улучшая качество связи и добавляя новые услуги.

При рассмотрении статистики, указанной на рис. 3, видно, что наибольшую долю выручки, около 55%, составляет доступ в интернет, поэтому операторы выделили новый сегмент, для которого создают новые тарифные планы ориентированные на передачу данных, т.к. входящие в этот сегмент разговаривают по телефону в месяц менее 50 минут. В 1995 году выручка операторов на 100% состояла из голосовых услуг, так как данная отрасль изначально ориентировалась на голосовые сообщения, но, время не стоит на месте и техника совершенствуется.

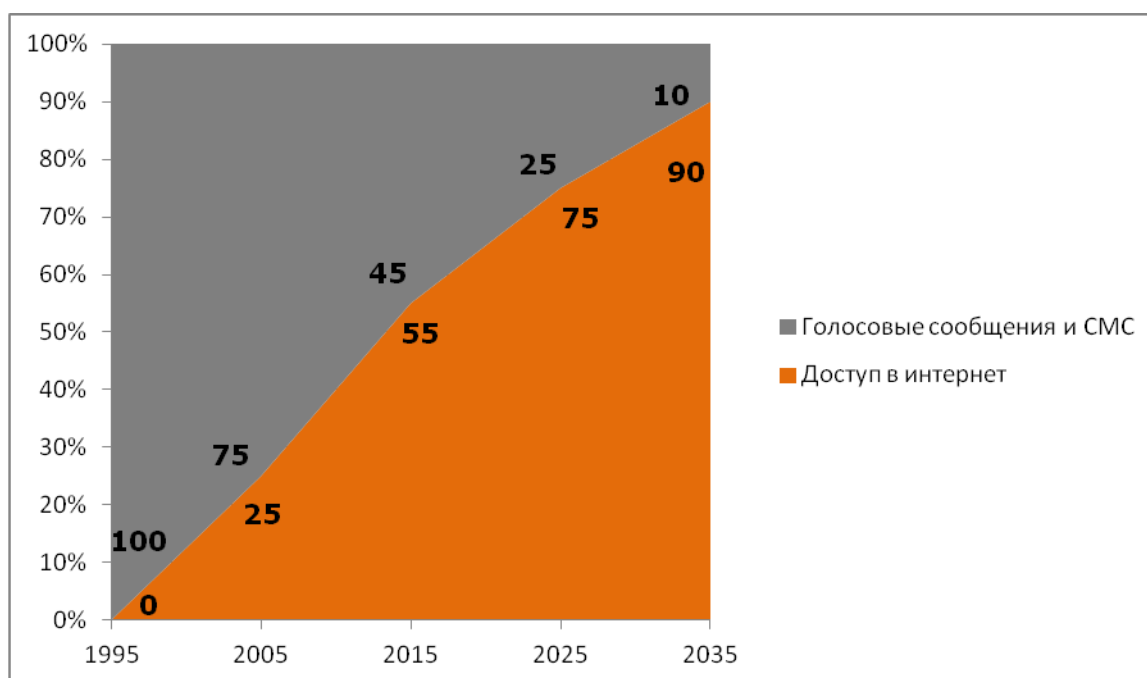


Рисунок 3 – Структура совокупной выручки мобильных операторов [1]

Подводя итог, можно сказать, что мобильные операторы в настоящий момент работают над качеством и скоростью передачи данных через мобильный интернет и у них есть определенный стандарт, которому надо следовать (табл. 1).

Таблица 1 – Развитие стандартов сотовой связи [2]

Поколение	1G	2G	2,5G	3G	3,5G	4G	5G*
Разработка	1970	1980	1985	1990	<2000	2000	с 2015
Реализация	1984	1991	1999	2002	2006-2007	2008-2010	2020
Скорость передачи	1,9 кбит/с	9,6-14,4 кбит/с	115 кбит/с (1 фаза), 384 кбит/с (2 фаза)	2 Мбит/с	3-14 Мбит/с	100 Мбит/с - 1 Гбит/с	10 Гбит/с

Рынок мобильной связи - достаточно конкурентный, особенно сейчас, когда плотность сотовой связи такая высокая. Компаниям приходится дифференцировать товары, создавать новые пакеты услуг, новые тарифные планы, рекламу. И эта война разворачивается вокруг 4х крупных компаний, так называемой «большой четверки», которые захватили 99% рынка (рис. 4).

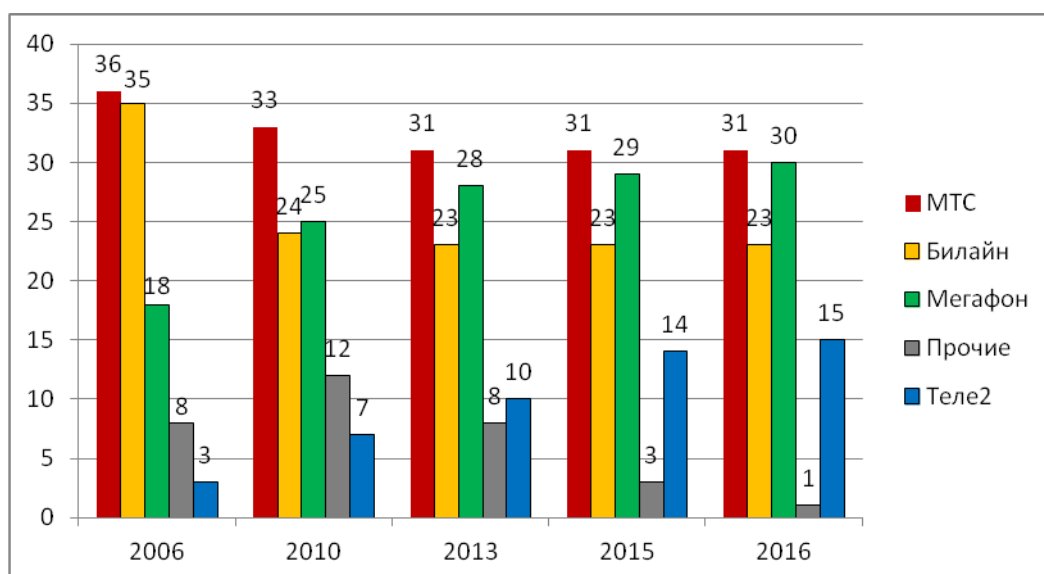


Рисунок 4 – Доля рынка по числу абонентов операторов мобильной связи, % [3]

В 2006 году доля прочих фирм составляла 8%, а в 2016 сократилась до 1%. Из-за того, что большие фирмы поглощают меньшие, к примеру, на рисунке 5 изображена ситуация поглощения, когда Теле 2 слилась с Ростелекомом и ее доля увеличилась, как и число абонентов.

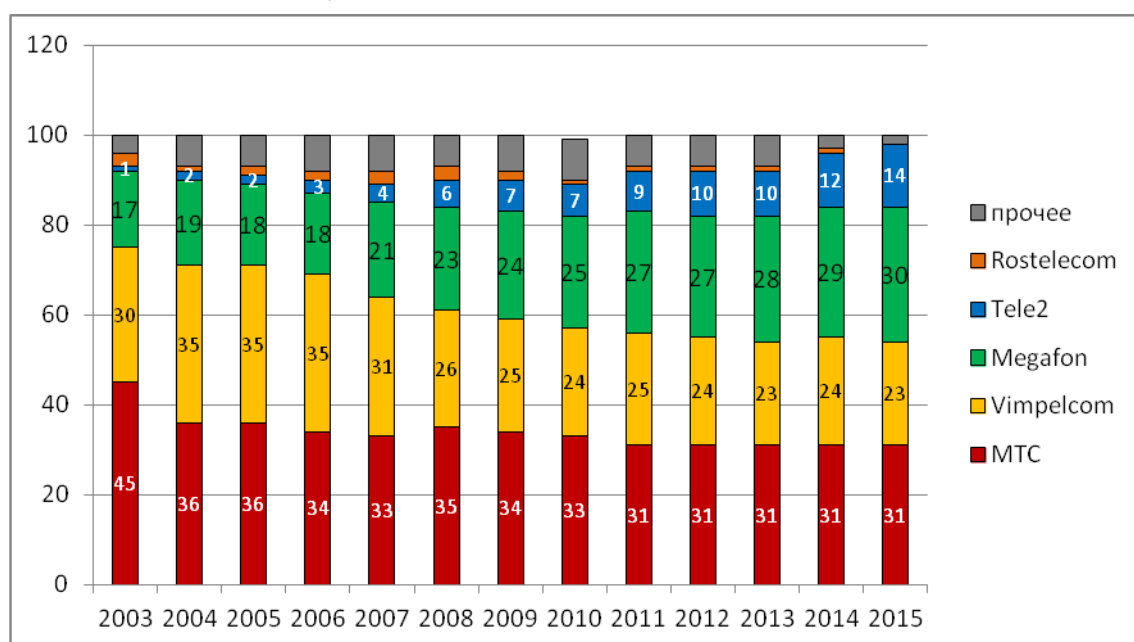


Рисунок 5 – Динамика распределения долей на рынке, % [2]

В данной отрасли доля прочих фирм за 6 лет не поднималась выше 12% не только из-за поглощения компаний, но и из-за высоких барьеров входа, которые являются главной проблемой рынка сотовой связи, среди них можно выделить:

- 1) необходим высокий начальный капитал, т.к. изначально на рынке необходим экстенсивный путь развития;
- 2) новым компаниям трудно набрать клиентскую базу;
- 3) трудно получить радиочастоты;
- 4) наличие 4х известных брендов, это, пожалуй, самый важный барьер;
- 5) трудно получить лицензию.

Таким образом, рынок мобильной связи развивается, следуя определенным стандартам, с большой скоростью, количество абонентов в два раза превышает население России. В выручке компаний стала преобладать передача данных над голосовыми сообщениями. К проблемам рынка относятся олигополия, 4 крупные компании занимают его и поглощают новые, которые не успевают развиваться из-за барьеров.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Сотовая связь. Будущее индустрии [Электронный ресурс]. URL: http://idab.ru/upload/uploads/Case%2001.10.16/2016_09_%D1%81%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D1%81%D0%B2%D1%8F%D0%B7%D1%8C.pdf
2. Тенденции развития Российского рынка услуг мобильной связи // Экономические науки, 2015. №39-1. [Электронный ресурс]. URL: <http://novainfo.ru/article/4015>
3. Доли рынка сотовых операторов на 2016 год [Электронный ресурс]. URL: <http://1234g.ru/novosti/doli-rynka-sotovykh-operatorov-2016>

УДК: 338.467

Игольникова Э.В., Коновалова О.Н.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ОБЗОР СТРАХОВОГО РЫНКА И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Российский рынок страхования находится на стадии развития, а отечественные страховые компании стремятся к высокой

конкурентоспособности и расширению доли рынка, что обуславливает актуальность рассматриваемой темы.

Страхование представляет собой универсальное средство по защите имущественных интересов физических и юридических лиц. Экономическая сущность страхования заключается в замкнутых перераспределительных отношениях между участниками страхования по поводу формирования за счет уплачиваемых страховых взносов специальных денежных фондов и использования их для защиты имущественных интересов при наступлении страховых случаев.

На данный момент лидирующие позиции на страховом рынке в России занимает ОАО «АльфаСтрахование». Она расположилась на первой строчке в рейтинге надежности ведущих страховых компаний 2016-2017 год и имеет рейтинг А + + (исключительно высокий уровень надежности). Также в тройке лидеров находятся страховые компании САО «ВСК» и СПАО «Ингосстрах». Перечисленные компании осуществляют свою деятельность в обязательном и добровольном страховании.

Обязательное страхование устанавливается законом и распространяется на такие объекты как: здравоохранение, жизнь, автогражданская ответственность, военнослужащие и др. Добровольное страхование действует в силу закона на добровольческих началах и носит дополняющий характер к обязательному страхованию.

На развитие российского страхового рынка воздействовал ряд факторов: законодательные нормы, кредитная активность населения, уровень экономических возможностей субъектов страхования, повышение качество услуг и их спектра, распространение новаций в страховом сегменте и т.д.

Увеличение кредитной активности населения в 2010 году дало заметный рост рынку страхования жизни в России. Ограниченный платежеспособный спрос отечественного страхователя позволил развиваться мелким страховым компаниям, которые не соответствовали уровню доверия и были нацелены на получение личных финансовых выгод, игнорируя потребности клиентов. Возникла необходимость в проведении модернизации на российском страховом рынке [1, с. 256].

В начале 2016 года благодаря Указаниям Центрального Банка России были проведены меры для концентрации страхового рынка. Произошло

очищение от слабых, недобросовестных игроков и перераспределение спроса страхователей в пользу крупных и надежных компаний [2, с. 5]. Это позволило повысить финансовую устойчивость российского страхового рынка.

По итогам мониторинга Банка России к концу III квартала 2016 года количество субъектов страхового дела сократилось до 392. Годом ранее их численность достигало 562. Объем страховых премий достиг 295,4 млрд. руб. Как уже говорилось ранее, наибольший вклад в темпы роста премий внесло страхование жизни. Доля объема поступлений по этому виду страхования к соотношению общей суммы составил 19,9% [2, с. 6].

Страхование жизни является обязательным и добровольным видом неимущественного страхования, объектом которого выступает жизнь человека и его имущественные интересы. Обязательный характер данного вида страхования возлагается государством на работодателя в виде взносов в фонд пенсионного страхования. Добровольная основа рассматривается как дополнение к обязательному (человек по договору добровольного страхования обеспечивает себе в старости получение дополнительной пенсии).

Анализируя страховые компании в данном сегменте, можно сделать следующие выводы. По данным Российской Ассоциации страховщиков жизни (АСЖ) 22 компании-членов АСЖ и ВСС суммарно представляют более 98% рынка страхования жизни по сбору премий и выплатам. В тройку лидеров входят [3, с. 3]:

- 1) Сбербанк Страхование – сумма премий составляет более 65 млн. руб., выплат – 4 млн. руб.;
- 2) Россгострах-Жизнь – сумма премий составляет почти 45 млн. руб., выплат – 5,9 млн. руб.;
- 3) Альфастрахование-Жизнь – сумма премий 30,6 млн. руб., выплат – 4,3 млн. руб.

Страхование жизни вошло в тройку сегментов рынка страхования. На первом месте по динамике рынка располагается ОСАГО, оно является обязательным видом страхования, при котором объектом страхования служат имущественные интересы автовладельцев. По данным Российского Союза Автостраховщиков (РСА) объем сборов страховщиков ОСАГО в январе-марте 2017 года остался на уровне аналогичного периода прошлого года и составил 49,474 млрд. руб., увеличившись на 1%. Сумма выплат по страховым случаям

выросла на 39% и достигла 47,821 млрд. руб. [4].

Говоря про обязательное страхование, не стоит забывать о медицинском. Обязательное медицинское страхование (ОМС) является составной частью государственного социального страхования и обеспечивает всем гражданам страны равные возможности в получении медицинской помощи. Добровольное медицинское страхование (ДМС) предполагает дополнительные медицинские услуги, которые не включены в программы ОМС. По данным Федерального Фонда ОМС в рейтинге страховых медицинских организаций по численности застрахованных лиц в тройку лидеров входят: ООО «Росгострах-Медицина» - 13,8 %, ЗАО «МАКС-М» - 12,6%, СМК ОАО «Росно-МС» - 12%.

На развитие страхового рынка повлиял рост ДМС. Сегмент добровольного медицинского страхования в третьем квартале 2016 года показал годовой рост в 15,6 %, средняя стоимость договора ДМС за год увеличилось почти до 29 тыс. руб. с 27,5 тыс. руб. [2, с. 6]. За 2016 год страховые премии по ДМС составили почти 138 млрд. руб.

По данным МИГ «Страхование сегодня» крупнейшими страховыми компаниями в области ДМС за 2016 год стали: СК «СОГАЗ» – 44 млрд. руб., СПАО «РЕСО-Гарантия» – 11,6 млрд. руб., ООО СК «Альянс-Жизнь» – 9,6 млрд. руб. Данные представлены накопительным итогом по поступлениям. В рейтинге по сборам и выплатам поступлений в области ДМС Омская область находится на 22 месте с результатом 574 млн. руб. за 2016 год.

Страховые компании «СОГАЗ» и «РЕСО-Гарантия» осуществляют обязательное и добровольное медицинское страхование. Доля рынка ДМС страховой компании «СОГАЗ» с 2010 года по 2015 год выросла на 8,6 %. В составе страховой группы «СОГАЗ» деятельность по ОМС осуществляет АО СК «СОГАЗ-Мед». Выплаты в медицинские организации за 2015 год составили 180,9 млрд. руб. В 2014 году аналогичный показатель составил 150,8 млрд. руб.[5, с. 72].

Анализируя страховые компании, которые осуществляют свою деятельность в обязательном и добровольном видах страхования, можно увидеть тенденцию восстановления страхового рынка после мировой кризиса. Стоит отметить, что комплектация обязательного государственного страхования несет не полный характер, в связи, с чем происходит развитие и расширение рынка добровольного страхования как у юридических, так и физических лиц.

Развитие данного сегмента экономики не останавливается на моменте

восстановления, а переходит на сторону модернизации. Процесс развития страхового рынка во многом зависит от организации финансовой деятельности самих страховых компаний и экономического положения в стране. Компаниям стоит обратить внимание на совершенствование механизма страхования с целью повышения качества оказания услуг в интересах имеющих и вновь привлеченных клиентов.

Список литературы

1. Галимова, И. В. Влияние Кризиса на российский страховой рынок / И. В. Галимова // Царскосельские чтения. – № 19. 2015. – С. 255-258.
2. Центральный Банк Российской Федерации. Информационно-аналитические материалы. Некредитные финансовые организации: [Электронный ресурс]. URL: http://www.cbr.ru/analytics/?PrtId=analytics_nfo (Дата обращения 08.04.2017);
3. Ассоциация Страховщиков Жизни. Пресс-релиз АСЖ – итоги 12 месяцев 2016 года: [Электронный ресурс]. URL: http://aszh.ru/wp-content/uploads/Пресс-релиз_АСЖ-итоги-12-месяцев-2016-года.pdf (Дата обращения 08.04.2017);
4. Российский Союз Автостраховщиков. Новости РСА от 26 апреля 2017 года. Уровень выплат в ОСАГО балансирует у планки 100 %: [Электронный ресурс]. URL: http://www.autoins.ru/ru/about_rsa/news/rsa/index.wbp?article-id=70E5AF63-D6C2-4B32-A960-02ED4E5FE8B0 (Дата обращения 27.04.2017);
5. СК СОГАЗ. Годовой отчет за 2015 год: [Электронный ресурс]. URL: https://www.sogaz.ru/upload/iblock/a35/godovoy_2016_2_5.pdf (Дата обращения 10.04.2017).

УДК 38.3

Козловский В.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОБЛЕМЫ И МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ РЫНКА ЧЕРНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ В РОССИИ

Актуальность данной темы исследования обусловлена тем, что черная металлургия занимает стратегическое положение в экономике, что

определяется ее на другие системы. Все проблемы, которые испытывает рынок черной металлургии напрямую влияют на все смежные с ней отрасли в том числе и оборонную промышленность.

Рынок черной металлургии – это одна из важнейших базовых отраслей тяжелой промышленности. Её продукция служит основой развития машиностроения и металлообработки, строительства, а также находит широкое применение во многих других отраслях народного хозяйства [1]. В России отрасль имеет чрезвычайное значение и занимает второе место в экспорте страны после нефти и газа.

По производству стали Россия занимает 5 место в мире (табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг стран по производству стали в 2015 году [2].

Место	Страна	Производство в 2015г., млн т.	Изменение в % к 2014 г.	Производство на душу населения, кг	Доля в мировом производстве, %	Экспорт стальной продукции, млн т.
1	Китай	803,83	97,70	584,20	49,53	92,91
2	Япония	105,15	95,00	830,80	6,48	41,35
3	Индия	89,58	102,60	68,30	5,52	10,38
4	США	78,92	89,50	245,30	4,86	11,96
5	Россия	71,11	99,50	486,10	4,38	28,08

Содержание железа в отечественных рудах в среднем составляет 35%, тогда как в высокосортных зарубежных - около 60%. Посредственное качество руд, а также сложные горногеологические условия отработки отдельных месторождений в определенной степени ограничивают развитие отечественного производства железорудного сырья.

Отрасль черной металлургии обслуживает не только отечественные рынки, но и зарубежные, к которым можно отнести рынки основных потребляющих отраслей: строительство, машиностроение, нефтегазовая промышленность и т.д. Что касается вертикального охвата, то для отрасли черной металлургии характерна вертикальная интеграция, т.е. все этапы производства продукции принадлежат одной компании, это позволяет нивелировать риски как на внутреннем, так и на внешнем рынках, оптимизировать инвестиционную политику и обеспечивать собственную сырьевую безопасность.

Отрасль черной металлургии представлена десятью вертикально-интегрированными холдингами, поэтому основными поставщиками являются заводы-производители, включенные в стоимостную цепочку. К крупнейшим можно отнести:

- ЕВРАЗ Объединенный Западно-Сибирский металлургический комбинат (ЕВРАЗ ЗСМК);
- Магнитогорский металлургический комбинат (ММК);
- Нижнетагильский металлургический завод (НТМК);
- НовOLIпецкий металлургический комбинат (НЛМК) и т.д.

Если говорить о входных барьерах, то на данный момент вход в отрасль для новичков будет затруднительным. Поскольку крупные игроки на рынке имеют собственные сбытовые сети, они экономят на масштабе и каналы распределения уже «поделены» между этими компаниями. Для малой, независимой от холдинга фирмы потребуются большие финансовые, маркетинговые и человеческие ресурсы, что тяжело в современных экономических условиях. Например, проект металлургического завода производительностью 250 тыс. тонн оценивается около 6,6 млрд. руб. Завод возможно возвести в течение двух лет. Выход на максимальную мощность – через 9 месяцев после запуска. Срок окупаемости проекта – 6 лет.

Хоть отрасль и является динамически развивающейся, она имеет свои проблемы.

1. Избыточные производственные мощности на мировом рынке.

2. Повышенные по сравнению с зарубежными предприятиями-аналогами удельные затраты труда, расходы сырья, материальных и энергетических ресурсов (таблица 3). Энергоемкость производства стали в России на 21% выше, чем в странах ЕС, и на 41,7% чем в США. В металлургическом производстве УрФО доля затрат на топливо и энергию составляет 9,83% и имеет существенный потенциал для снижения.

3. Значительный уровень загрязнений окружающей среды металлургическими предприятиями при их высокой концентрации на территории.

4. Дефицит квалифицированных кадров, особенно рабочих специальностей, из-за несоответствия системы профессионального образования потребностям рынка труда и ее слабой материально-технической базы.

5. Сохранение значительной доли продукции с низкой добавленной стоимостью в структуре экспорта металлургической продукции (46%).

6. Снижение показателей рентабельности (с 36% в 2004г. и 28% в 2008 г. до 8% в 2012 г. и 6% в 2013 г.) [3, с. 83].

Таблица 2 – Показатели технологической эффективности и производительности труда в черной металлургии РФ и промышленно развитых стран [3, с. 83].

Показатели	РФ	Развитые страны
Удельный расход кокса, кг на 1 т чугуна	419	300 (отд. производства)
Удельный расход чугуна, кг на 1 т стали	696	615
Удельный расход стали на прокат, кг на 1 т проката	1095	1080
Выплавка стали на работающего, т	81	688
Затраты труда на 1 т стали, чел.*ч	5,5	2,5

Анализируя показатели технологической эффективности и производительности труда в черной металлургии РФ и промышленно развитых стран можно заметить, что в целом производство в России более затратное, чем в развитых странах (будь то затраты труда или сырья). Наибольшее отставание наблюдается в выплавке стали на 1 работающего (меньше в 8,5 раз) и затратах труда на 1 т стали (больше более чем в 2 раза). Наиболее вероятной причиной этому служит менее технологичное и современное производство, чем в развитых странах и, как следствие из этого, большее количество занятых.

Если рассматривать меры государственной поддержки, то они позволят российской черной металлургии сохранить свои позиции на мировых рынках, завершить реализуемые инвестиционные проекты, направленные на импортозамещение, повышение качества и конкурентоспособности металлопродукции, снижение вредного воздействия на окружающую среду:

- предоставление государственных гарантий Российской Федерации по кредитам предприятий горно-металлургического комплекса на реализацию инвестпроектов;
- разработка мер поддержки российских производителей на внешних рынках;

- разработка предложений по защите внутреннего рынка сырья и металлопроката;
- расширение перечня видов технологического оборудования, которое не подлежит обложению НДС;
- расширение перечня видов продукции, экспортерам которых субсидируются процентные ставки по кредитам, полученным в российских кредитных организациях [4, с. 53].

Что касается конкретных мер, то сейчас на крупных предприятиях отрасли заметны положительные тенденции в решении проблемы подготовки кадров. На Нижнетагильском металлургическом комбинате процесс переобучения персонала осуществляется как в структурных подразделениях комбината, так и на базе центра подготовки персонала «Евраз-Урал». В г. Первоуральске на базе Первоуральского новотрубного завода с сентября 2011 г. работает образовательный центр группы ЧТПЗ. В г. Верхняя Пышма Свердловской области в 2013 г. открыт Технический университет Уральской горно-металлургической компании, что позволяет решить проблему кадрового обеспечения многочисленных предприятий и строящихся объектов УГМК с учетом его перспективного развития и диверсификации бизнеса.

Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика» Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.

Список литературы

1. Региональная экономика: учебник. / Г. Б. Поляк, В. А. Тупчиенко и др. – М.: Юнити-Дана. 2015. – 463с.
2. Рейтинг стран по производству стали в 2015 году // РИА Рейтинг: Россия сегодня [Электронный ресурс] [Офиц. сайт] URL: <http://riarating.ru/infografika/20160412/630017058.html> (Дата обращения: 26.02.2017).
3. Коровин, Г. Б. Уральский вектор инновационного развития российской металлургии / Г. Б. Коровин // ЭКО №3. 2015. – С. 79-97.
4. Рябов, И. В. Механизм выбора направлений промышленной политики на уровне отрасли: аспекты совершенствования институциональной среды / И. В. Рябов, О. О. Смирнова, Е. В. Агапова // Вестник Российской академии естественных наук. – №18. 2014. – С. 53-56.

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

Актуальность темы обоснована существующим в настоящее время товарным перенасыщением автомобильного рынка по всему миру. Данная проблема является следствием кризиса перепроизводства в автомобильной отрасли. Таким образом, в современных условиях, объёмы производства новых автомобилей уже несколько лет подряд превышают объёмы их реализации на всех крупнейших мировых рынках.

Автомобилестроение – главная составная часть транспортного машиностроения. Более того, во многих развитых странах она обеспечивает от 5 до 10 % всего производства ВВП. В свою очередь, автомобильный рынок – один из крупнейших рынков. Ежегодно производятся и продаются тысячи и тысячи автомобилей: легковые, грузовые, специальные и прочие. Постоянно растёт число автомобилистов во всех странах.

Рассмотрим структуру продаж легковых автомобилей. Приведём данные по крупнейшим рынкам и миру в целом (Табл.1) [1].

Таблица 1 – Продажи легковых автомобилей в мире, млн. единиц

Страна, регион	2012	2013	2014	2015	2016
Китай	19,1	21,4	23,1	24,4	25,7
США	14,5	15,6	16,5	17,5	18,0
Западная Европа	11,8	11,5	12,1	13,2	13,5
Индия	2,8	2,7	2,6	2,8	3,0
Россия	3,2	2,8	2,5	1,6	1,6
Мир в целом	79,5	82,8	86,3	87,6	89,8

Ведущей державой по продажам легковых автомобилей пять лет подряд

является Китай, затем США и тройку лидеров замыкает Западная Европа. Россия же по сравнению с лидерами, является отстающей, имея тенденции к ухудшению. Это обуславливает долевое распределение рынка на текущий момент (Рис. 1) [1].

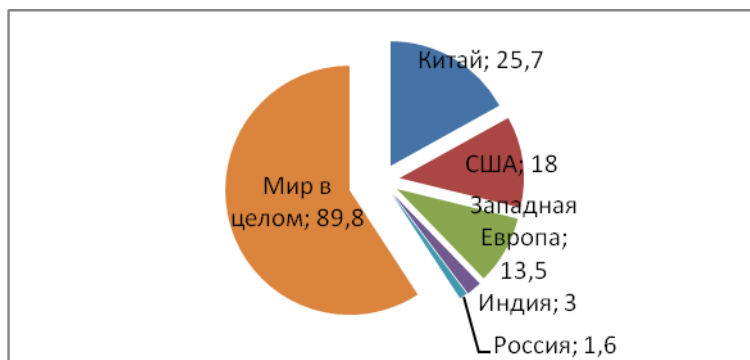


Рисунок 1 – Структура продаж легковых автомобилей в мире, млн. единиц

Китай имеет превосходство в количестве проданных машин над США в 7,7 млн. штук, а над Западной Европой в 12,2 млн. штук. Россия, таким образом, представлена крайне низким объёмом продаж в 1,6 млн. автомобилей, занимая последнюю позицию в сравнении с крупнейшими странами-экспортёрами.

В Индии, США, КНР и Европе повышение спроса связано с высокой потребительской активностью, государственной поддержкой, низкими ценами на топливо и низкими процентными ставками по кредитам. В свою очередь, падение продаж в России преимущественно связано со сложной негативной экономической конъюнктурой, такой как падение доходов населения и негативные потребительские ожидания [2].

Рассмотрим динамику производства автомобилей по всему миру в целом и отдельно по главным странам-производителям (Рис.2) [3].

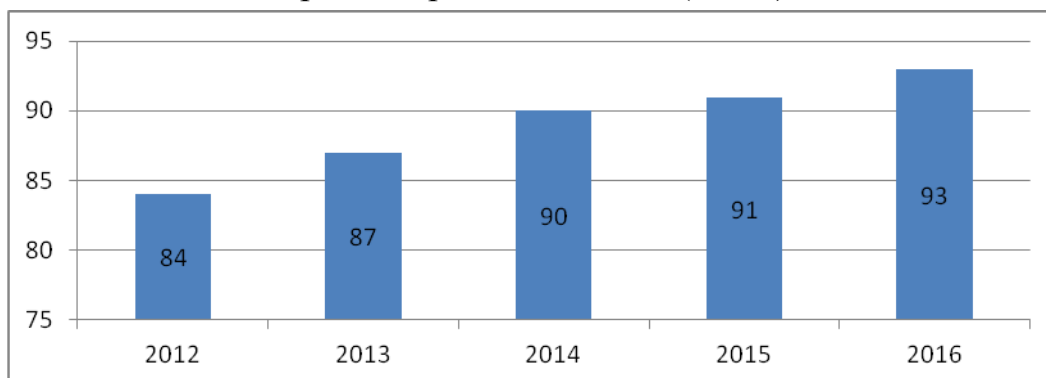


Рисунок 2 – Динамика производства автомобилей в мире, млн. штук

Наблюдается ежегодное повышение производства легковых автомобилей в среднем на 3 млн. штук, что является следствием ежегодного повышения спроса на автомобили в мире, а также совершенствованием технологии производства (Рис. 3) [3].

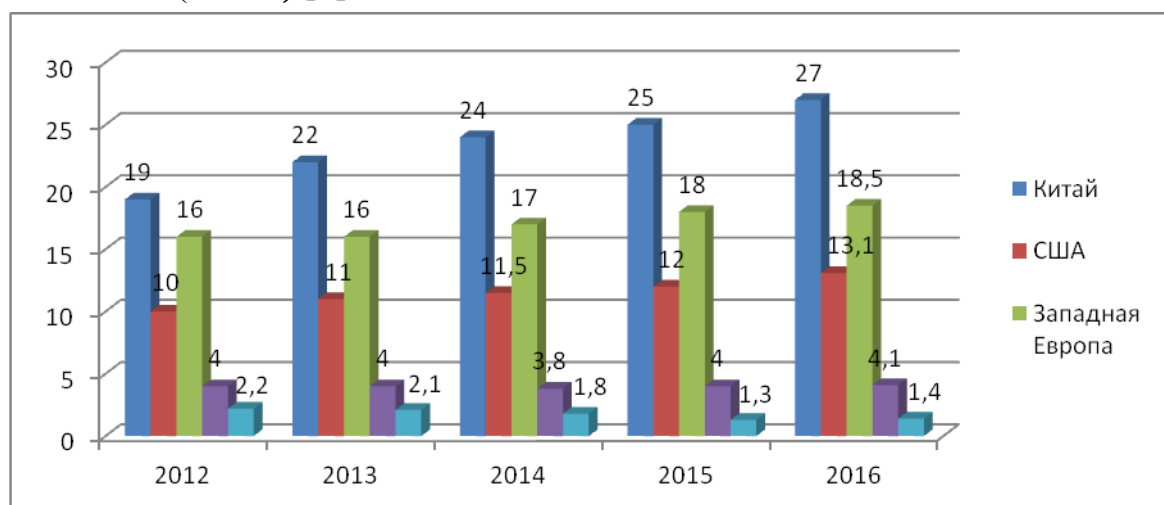


Рисунок 3 – Динамика производства автомобилей в крупнейших странах-производителях, млн. штук

Главные страны, обеспечивающие львиную долю мирового производства, ежегодно наращивают выпуск. Наибольший рост показывает Китай: в среднем 2 млн. штук в год. Россия по причине внутренних проблем, показывает снижение уровня выпуска.

Наблюдается стабильное превышение уровня выпуска легковых автомобилей над их продажами. Данный факт свидетельствует о том, что отрасль имеет серьёзную проблему, связанную с перепроизводством. Это влечёт за собой риски для автопроизводителей, так как при избыточном предложении, цены на автомобили будут падать, что начнёт приносить убытки автоконцернам, а также другие негативные последствия (Рис. 4).

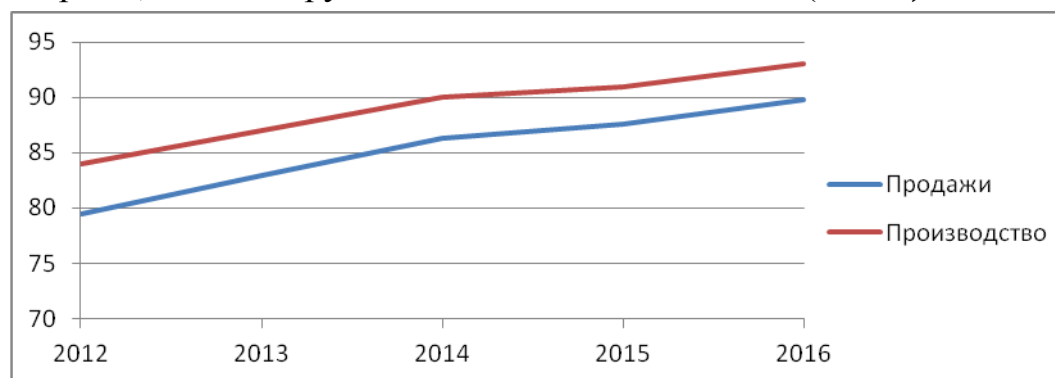


Рисунок 4 – Динамика продаж и производства автомобилей, млн. штук

Таким образом, мировой автомобильный рынок в настоящее время испытывает трудности, связанные с превышением предложения над спросом, обусловленное кризисом перепроизводства в автомобильной отрасли. Существующие тенденции постоянного превышения объёма производства автомобилей над их реализацией являются опасным сигналом для автоконцернов, поскольку в перспективе это вызовет снижение уровня продаж, а вследствие – прибылей, что повлечёт сокращение объёмов производства, массовые увольнения рабочих и прочие негативные последствия, как для автопроизводителей, так и для всего мирового автомобильного рынка в целом.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Продажи автомобилей в мире [Электронный ресурс] // Авторевью [Офиц. сайт]. – URL: <https://autoreview.ru/news/prodazhi-avtomobiley-v-mire-obnarodovany-itogi-2016-goda>. – Загл. с экрана.

2. Рынок легковых и коммерческих автомобилей в России: результаты 2015г. и перспективы развития [Электронный ресурс] // PWC [Офиц. сайт]. – URL: <https://www.pwc.ru/ru/automotive/publications/assets/auto-market-feb-16l.pdf>. – Загл. с экрана.

3. Динамика производства автомобилей в мире [Электронный ресурс] // Ray-Idaho [Офиц. сайт]. – URL: <http://www.ray-idaho.ru/blog/2017/01/15/B2-5/>. – Загл. с экрана.

УДК 625.1(71):656.078.8:656.225.073.437

Подсорин В.А., Сухарева В.Ю.

Московский государственный университет путей сообщения

Императора Николая II, г. Москва

ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАНАДСКИХ ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ АНАЛИЗА ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ ТРАНСПОРТНЫХ СИСТЕМ ПРИ ПОСТАВКАХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В СТРАНЫ АТР

Канада – вторая в мире по площади страна, преимущественно занимающая северную часть Северной Америки, притом 75 % территории

государства приходится на зону севера. Данное географическое положение схоже с климатическими условиями России, что повышает актуальность исследования деятельности канадских железных дорог для целей анализа глобальной конкуренции транспортных систем при поставках энергетических ресурсов в страны АТР.

Канадские железные дороги имеют богатую историю. Так канадская тихоокеанская железная дорога (Canadian Pacific Railway), проложенная от Ванкувера до Монреаля, а также к крупнейшим городам Соединённых Штатов (Миннеаполис, Чикаго, Нью-Йорк), простирается от одного океана к другому. Строительство данной железной дороги, начавшееся в 1875 году, считалось безумным, и было признано одним из самых смелых решений за всю историю возведения железнодорожных магистралей.

Протяженность железнодорожных маршрутов в Канаде (по итогу 2014 года) составляет 45 743 км, что позволяет занимать 5 место в мире. Данная сеть является ключевой частью инфраструктурного обеспечения грузовой транспортной системы в Канаде. Почти половина маршрутных километров сети (22 483 км) находятся в собственности или арендуются Canadian National Railway (CN), чуть более четверти принадлежат Канадской Тихоокеанской железной дороге (CP) (11 927 км), оставшаяся четверть (11 333 км) приходится на региональные железные дороги (short-line – небольшие железные дороги) или железные дороги дочерних компаний на территории Соединенных Штатов. Железнодорожная система Канады также включает в себя 19 интермодальных терминалов, управляемых в основном 2 основными железнодорожными компаниями в сфере грузовых перевозок (CN и CP) и 27 железнодорожных пограничных пунктов с Соединенными Штатами. В период с 2004 по 2013 год, 8 679 км пути были переданы в новые владения (зачастую небольшим частным железным дорогам (shortline)), и 2 493 км пути были заброшены. [1]

Рассмотрев основные показатели Канадских железных дорог, приведенные в таблице 1 [1], можно выявить тенденцию преобладания двух крупнейших канадских компаний CP и CN на рынке железнодорожных перевозок.

Наибольшие инвестиционные вложения приходятся на долю именно компаний CP и CN. Общее количество инвентарного парка локомотивов превышает то же количество на региональных и небольших частных железных

дорогах почти в 7 раз, а парка грузовых вагонов в 17,6 раз. Средняя длина перевозки на CP и CN больше, чем на региональных железных дорогах, на 972 км и, чем на частных железных дорогах, на 1320 км. Основную доходность также приносят железнодорожные магистрали, принадлежащие двум вышеупомянутым компаниям. Однако по части объемов перевозок грузов, региональные железные дороги составляют значительную конкуренцию CN и CP, 110 154 тыс. тонн перевезено за 2012 год, что составило 29 % от общего объема перевезенных грузов.

Таблица 1 – Основные показатели Канадских железных дорог, 2012г.

Параметры	CP и CN (Канада)	Региональные железные дороги	Short- lines	Общий объем грузовых перевозок	CP и CN (% от общей величины)
Протяженность, км	35 167	2 940	5 221	43 328	81,2
Количество локомотивов	2 494	131	226	2 851	87,5
Количество грузовых вагонов	61 024	2 386	1 075	64 485	94,6
Топливо, тыс. галлонов	423 750	13 737	11 662	449 149	94,3
Среднее количество сотрудников, чел.	28 185	1 623	1 495	31 303	90,0
Перевезенные грузы, тыс. т	227 150	110 154	38 476	375 780	60,4
Коммерческая/доходная тонно-миля, млрд.	244,5	24,6	4,4	273,5	89,4
Средняя длина перевозки, км	1 397	425	77	-	
Капитальные затраты, млн. CAD\$	1 474	84	52	1 611	81,2

Основными грузами, перевозимыми канадскими железными дорогами, являются: уголь, зерно и минеральные удобрения, нефть и химические вещества, металлы и минеральное сырье, лес, автомобили, а также интермодальные перевозки. Наибольшую долю из них составляют интермодальные перевозки, транспортировка нефти, химических веществ и зерна (см. табл. 2) [2].

Наиболее крупным перевозчиком является CN, общая величина перевезенных вагонов за 2014 год составила 5 625, что на 2 941 вагон больше

чем у СР. В целом динамика перевозок CN по рассмотренным статьям увеличивается и составляет 8% от общей величины перевезенных грузов в сравнении с 2013 годом, чего нельзя сказать о СР. Общая величина перевезенных вагонов грузов в СР осталась практически неизменной, однако если рассматривать перевозки в разрезе транспортируемых продуктов, можно заметить общую тенденцию снижения. Так, уменьшается перевозка лесных грузов (на 12%), автомобилей и угля (на 9% и 5% соответственно). Наибольший рост перевозок в CN показывает угольная промышленность. Рассмотрим их угольный рынок подробнее.

Таблица 2 – Структура перевозок грузов крупнейшими железнодорожными компаниями в Канаде

	Вагоны, тыс.					
	CN			СР		
	2014	2013	% изменения	2014	2013	% изменения
Нефтяные и химические вещества	655	611	7	308	287	7
Металлы и минеральное сырье	1 063	1 048	1	253	32	9
Лесная промышленность	433	446	(-3)	59	66	(-12)
Уголь	519	416	25	313	330	(-5)
Зерно и производство удобрений	640	572	12	643	623	3
Интермодальные перевозки	2 086	1 875	11	974	1004	(-3)
Автомобильная промышленность	229	222	3	134	146	(-9)
Итого грузовых перевозок	5 625	5 190	8	2 684	2 688	(-0,2)

CN имеет прямой доступ к 12 угольным шахтам и 7 объектам нефтяного кокса в Канаде и США. Канадская угольная группа представлена энергетическими сортами каменного и коксующегося угля и нефтяного кокса. Канадский энергетический и коксующийся уголь добывается с целью дальнейшего экспорта через терминалы на западном побережье Канады с последующей его продажей за границей.

Бизнес CN в сфере канадского коксующегося угля берет свое начало в Западной Канаде и предназначен в первую очередь для азиатских рынков (в основном Япония, Корея, Индия и Китай) для производства стали. CN имеет доступ к двум экспортным терминалам в Ванкувере, Британская Колумбия

(Уэстшор и Нептун) и экспортному терминалу в Принс-Руперт, Британская Колумбия (Ридли).

Бизнес CN в сфере канадского энергетического угля основан на одной шахте в провинции Альберта и экспортируется через Принс-Руперт в Азию для использования в сфере электроэнергетики и последующего производства электричества. Энергетический уголь является одним из важнейших вариантов топлива для выработки электроэнергии во многих регионах мира. Китай и Индия генерируют более 70 процентов своей электроэнергии, используя работающие на угле заводы.

В США энергетический уголь транспортируется из шахт, которые обслуживает CN, в Иллинойсе или с западных шахт США посредством обмена с другими железными дорогами к основным предприятиям в сфере предоставления коммунальных услуг на Среднем Западе и Юге США, а также на зарубежные рынки через терминалы в Мексиканском заливе. [3]

Повышенное внимание к добыче и транспортировке угля в Канаде связано с повышенным спросом на нефтяной кокс в Азиатских странах. Несмотря на то, что государственная политика в странах Азиатско-Тихоокеанского региона в последнее время набирает все большие обороты в пользу «экологичных» источников выработки электроэнергии, особенно в Китае и Японии, замедление спроса вследствие данного фактора будет долгим. Азия испытывает достаточно большой энергетический голод в своих основных промышленных сферах, поэтому не будет способна резко сократить поставки угля. Данный фактор является одним из влиятельнейших среди факторов роста экспорта североамериканского нефтекокса. Все это обеспечивает компании стабильные перевозки в долгосрочном периоде.

К 2035-2040 годам эксперты Мирового энергетического агентства (IEA), прогнозируют увеличение потребления электроэнергии в странах АТР на одну треть. Несмотря на снижение роли угля в мировом энергетическом балансе в будущем, связанном с поиском более экологичных источников энергии, общее потребление электроэнергии будет расти, соответственно объем добычи и перевозки угля для России будет сохраняться или даже возрастет. При этом доля России на экспортном рынке в направлении стран АТР на сегодняшний день относительно невелика. Наибольшую конкуренцию в данном направлении составляют Австралия, США, Канада, Колумбия, Индонезия, Венесуэла.

Перед российскими перевозчиками и добытчиками угля стоит целый ряд задач, связанных с повышением конкурентоспособности на мировом рынке. На сегодняшний день себестоимость российского угля выглядит достаточно привлекательной для зарубежных потребителей за счет падения курса рубля и короткого плеча доставки. Принимая во внимание политический фактор санкций, стремление к развитию на Востоке и высокую долю угольного рынка в Европе, ожидается сжатие европейского рыночного направления. В тоже время в страны АТР объемы поставок будут расти и развиваться.

Список литературы

1. Pathways: Connecting Canada's Transportation System to the World, 2015
2. CP Investor Fact Book, data supplement, 2016
3. CN Investor Fact Book, building for the future, 2015

УДК 339.9

Старцева Н.О., Попова Ю.В.

Сибирский государственный университет путей сообщения, г. Новосибирск

ОПАСНОСТЬ ОТМЕНЫ САНКЦИЙ ДЛЯ РОССИЙСКИХ АГРАРИЕВ: ПРЕУВЕЛИЧЕНИЕ ИЛИ РАЛЬНОСТЬ

Санкции, введённые в связи с Украинским кризисом, являются наиболее масштабными за всю историю России по количеству стран-участников. Принятые меры ограничивают доступ российских банков и компаний к рынку капитала Евросоюза, а также затрагивают российскую сырьевую сферу, авиастроение и оборонный комплекс. Инициатором введения санкций выступили США, главной целью которых была изоляция России на мировой арене и удар по возрождающейся российской экономике. Позднее, под мощнейшим американским экономическим и политическим давлением к ограничительным мерам присоединился Евросоюз, хотя некоторые европейские страны высказались против подобных мер. Все понимали, что пострадает не только Россия, но и страны Запада, которые связаны с Россией тесными экономическими связями. Санкции поддержали также страны-

сателлиты США, такие как Австралия, Япония, Канада, а также страны-кандидаты в члены Евросоюза.

В тоже время в августе 2014года РФ ограничила ввоз продовольствия из стран, которые ввели в отношении нее санкции из-за ситуации на Украине. Под запрет попали мясо, колбасы, рыба и морепродукты, овощи, фрукты, молочная продукция.

Стоит подчеркнуть, что санкции стали мощным стимулом для развития импортозамещения в России, что привело к значительному росту в агропромышленном комплексе.

В это же время, тема возможного снятия санкций так или иначе обсуждалась всем миром в течение всего периода их действия с 2014 года, а с избранием президентом США Дональда Трампа она заняла ведущее место в информационном поле не только России, но и западных стран. И не без оснований. В начале 2017 года Трамп дал понять, что отмена санкций реальна. «Есть санкции против России – давайте посмотрим, не получится ли у нас заключить с Россией хороших сделок», – заявил 45-й американский президент до инаугурации. Затем, вице-президент Майкл Пенс, говоря о санкциях, сообщил, что «ответ на этот вопрос предстоит дать в последующие месяцы».

И теперь перед адаптированной российской экономикой стоит новая проблема: впускать ли снова на свой рынок конкурентов? Насколько велики риски для агропромышленного комплекса?

Так с 2014 года была обновлена целая серия рекордов – по сбору зерновых и масличных, по урожаю сахарной свеклы, по экспорту продукции растениеводства. По данным Росстата, общий прирост в 2016 году составил 4,8%, тогда как годом ранее этот показатель находился на уровне 2,6%. Пищевая промышленность, плотно спаянная с АПК, прибавила за год 2,4% (в 2015-м – 2%). Особенно быстро выросли такие сегменты, как производство мяса, тепличных овощей, сахара, подсолнечного масла и ряд других.

Приведенные показатели иллюстрируют значительный рост в АПК, который только начал возрождаться и сможет сделать большой рывок в развитии.

Россия стала крупнейшим поставщиком пшеницы на мировом рынке. Её доля сегодня составляет около 10%, хотя ещё недавно этот показатель не превышал и 1%. В 2016 году наша страна собрала рекордный для себя урожай:

117 млн. тонн зерна. Но многие эксперты уверены, что и это не предел. Уже через несколько лет мы можем увеличить производство зерна до 130-150 млн. тонн, по крайней мере, такую задачу поставил перед аграриями премьер-министр Дмитрий Медведев.

Министр сельского хозяйства добавил, что санкции стали для аграриев настоящим подарком: сектор показал существенный рост, отечественная продукция активно вытесняет с прилавков импортную, отмечен и рост качества российской продукции.

Более того, осуществляется государственная поддержка агропромышленного комплекса в рамках реализации Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы в форме предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации по следующим направлениям: развитие отраслей агропромышленного комплекса; стимулирование инвестиционной деятельности в агропромышленном комплексе; техническая и технологическая модернизация, инновационное развитие; ФЦП «Развитие мелиорации земель сельскохозяйственного назначения России на 2014 – 2020 годы»; ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 – 2017 годы и на период до 2020 года». Всего это 167,5 млрд. рублей за 2017 год (планируемый 204,5 млрд. рублей).

По словам премьер-министра, правительство будет поддерживать сельское хозяйство в любом случае. Конечно, пока не в таких объемах, как это делается за рубежом, но при этом помощь будет стабильной, как заверил Дмитрий Медведев.

Стоит отметить, что анонсированная Минсельхозом «единая субсидия», подразумевающая объединение десятков направлений господдержки в одно, не дает покоя участникам рынка. Объем субсидий регионам утверждается исходя из необходимости достижения, установленных соглашением между органом АПК региона и федеральным Минсельхозом значений показателей результативности использования субсидии.

Распределение «единой» субсидии между субъектами РФ планируется осуществлять, исходя из суммы долей конкретного субъекта в четырех направлениях государственной поддержки: валовом объеме продукции растениеводства, животноводства, пищевой и перерабатывающей

промышленности и остатке ссудной задолженности по краткосрочным кредитам; в поголовье сельскохозяйственных животных; в площадях под сельскохозяйственными культурами; в количестве и объеме производства продукции КФХ, ИП и СПоК и остатке ссудной задолженности по кредитам, взятым малыми формами хозяйствования.

Введение «единой субсидии» может привести к непрозрачности распределения субсидий, что несомненно будет выгодно коррупционерам, что негативно отразится на АПК, ведь не все ресурсы будут реализованы.

Например, в Германии государственная поддержка агропромышленного комплекса также осуществляется в форме субсидий и плюс к тому в форме прямых платежей и аграрных дотаций. В состав дотаций входят: платежи за готовую продукцию; платежи, компенсирующие затраты на инвестиции, проценты по кредитным договорам, на оплату ГСМ; компенсационные платежи (например, за земли, выведенные из сельскохозяйственного оборота). В Великобритании же не существует специализированного аграрного банка, и банковская политика по отношению к сельскому хозяйству основана на тех же принципах, что и для других отраслей экономики. Однако через коммерческие банки проходят различные государственные субсидии, что во многих случаях делает кредит льготным. В Финляндии с ее природно-климатическими условиями часть государственной поддержки осуществляется через Фонд сельского хозяйства, формируемый за счет государственных перечислений, процентов по ссудам и налогов на земельные угодья. Фонд предоставляет фермерам кредиты на приобретение техники, строительства зданий и коммуникаций, рекультивацию земель, формирование продуктивного стада до 4-7% годовых в зависимости от региона. Во всем мире наибольшая доля прямых платежей в структуре расходов на поддержку сельского хозяйства отмечается в Австралии, Норвегии, США и ЕС.

Таким образом, большинство стран в ходе реализации своей политики по государственной поддержке АПК добиваются: обеспеченности государства и общества качественным продовольствием и продуктами питания; стабильной ситуации в сельском хозяйстве и перерабатывающих отраслях; ограничения избыточного производства; защиты внутреннего рынка; гарантии конкурентоспособности отечественных селхозтоваропроизводителей.

В последние десятилетия мировой опыт развития сельского хозяйства

говорит о том, что возросла роль государства в регулировании сельскохозяйственного и продовольственного рынков. При этом аграрный сектор рассматривается как система, не способная к саморегулированию, а средства, выделяемые на поддержку сельского хозяйства, - как компенсация потерь отрасли в условиях нестабильности рынка.

На основании вышесказанного, можно сделать вывод о том, что при должной поддержке российских аграриев от государства им нечего бояться. Правительству РФ не стоит забывать про российских аграриев и, возможно, есть необходимость перенять некий опыт зарубежных стран, что поможет поднять уровень развития сельского хозяйства в нашей стране, увеличить экспорт продукции АПК и, как следствие, уменьшить зависимость от импортных поставок.

Список литературы

1. Папцов, А. Государственная поддержка сельского хозяйства в Финляндии / А. Папцова // АПК: экономика, управление. – 2011. №6. – С.61-64.
2. Кучин, С. А. Мировой опыт финансовой поддержки аграрного сектора экономики и возможность его адаптации в России // Управление экономическими адаптациями в России // Управление экономическими системами. № гос. Рег. Статьи: 0421200034. URL: <http://www.uecs.ru/uecs44-442012/item/1497-2012-08-03-10-57-04>.

УДК 38.3

Стрельцова Я.В.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

РЫНОК БАНКОВСКИХ УСЛУГ В РОССИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Рынок банковских услуг является одной из важнейших и неотъемлемых составляющих частей финансового рынка. Актуальность данной темы исследования заключена в том, что банковская система занимает стратегическое положение в экономике, что определяется ее целями, задачами,

функциями, а также воздействием на другие системы. Любой сбой в функционировании банковской системы затронет интересы всех хозяйствующих субъектов.

В качестве тенденции и проблемы необходимо отметить стабильное сокращение количества действующих банков (по сравнению с 2012 годом сокращение составляет 12%). Сокращение количества кредитных организаций вызвано в первую очередь усилением конкуренции, а во вторых ужесточением требований Центрального Банка, массовым отзывом лицензий. Статистические данные представлены в табл. 1 [составлена автором на основе источника 1].

Лидерами на рынке банковских услуг являются крупные банки, такие как Сбербанк, Газпромбанк, ВТБ, ВТБ 24, Россельхозбанк и другие. Их доля на рынке составляет примерно 50-60%.

Таблица 1 – Количество зарегистрированных и действующих банков

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Количество зарегистрированных банков	1112	1094	1070	1049	1021	975
Количество действующих кредитных организаций	978	956	923	834	733	623

Также вышеперечисленные данные представлены на рис. 1 [таблица составлена автором на основе данных источника 1].

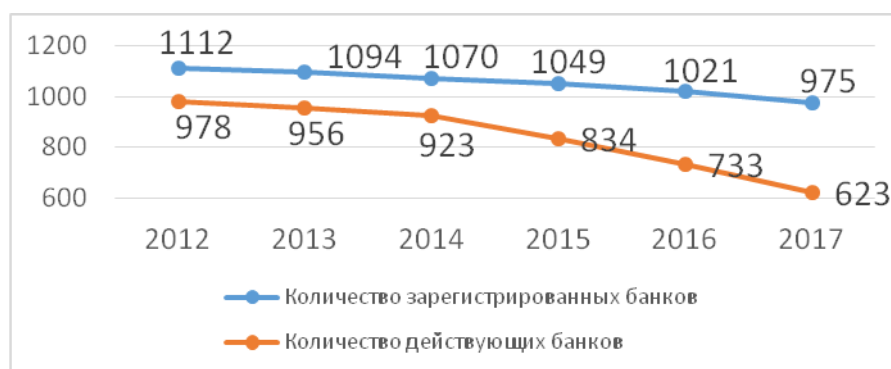


Рисунок 1 – Количество банков в России

В условиях рыночных преобразований недооценивается роль мелких и средних банков, осуществляющих свою деятельность в регионах и являющихся более гибкими с точки зрения адаптации к новым условиям работы вследствие ограниченного количества клиентов и более тесных отношений с ними, что благоприятно влияет на возможность поиска индивидуального подхода и

получения банками более высокого дохода. Доля рынка банков-лидеров по активам представлена на рис. 2 [диаграмма составлена автором на основе данных источника 3].

Доля задолженности по кредитам в 2015 году составляла 79% от их общего числа, в 2017 составляет 67%. По данным Fitch, всего россияне задолжали банкам в прошлом году около 11 трлн. руб. И таких должников – около 40 млн. человек, более половины экономически активного населения страны. В состоянии обслуживать свои долги – около 8 млн.

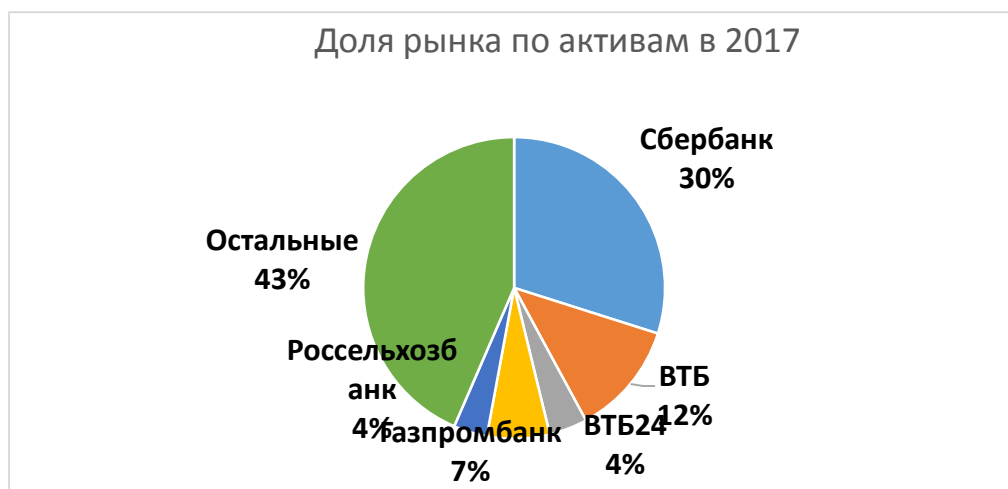


Рисунок 2 – Доля рынка банков-лидеров по активам

Динамика кредитования населения представлена на рис. 3 [2,3].



Рисунок 3 – Динамика кредитования населения

На внутреннем кредитном рынке в России нормальной стала считаться ставка в 18 – 20% годовых, что почти в 10 раз выше, чем в развитых странах (даже таких, казалось бы, сырьевых, как Канада или Австралия), что является

актуальной проблемой и требует решения. Ключевая ставка за 2015 год была снижена на 1,5% Центробанком, и в настоящее время она составляет 10,0%. Средневзвешенные процентные ставки представлены на рис. 4 [составлен автором на основе данных 1].



Рисунок 4 – Средневзвешенные процентные ставки по данным ЦБ РФ

Таким образом, на рынке банковских услуг существуют достаточно серьезные проблемы, требующие внимания. Для решения данных проблем необходимо:

- 1) создать новые источники долгосрочного фондирования и механизмы, гарантирующие вложение банками получаемых ресурсов в кредитование реального сектора;
- 2) снизить процентные ставки;
- 3) смягчить денежно-кредитную политику;
- 4) разработать новую политику функционирования местных и региональных банков, ослабив конкуренцию со стороны крупных банков.

Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика» Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.

Список литературы

1. Статистические данные Центробанка РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru>.
2. Биямова, Н. Массовые социальные дефолты [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vedomosti.ru/finance/articles/2015/04/21/v-rossii-nachalis-massovie-sotsialnie-defolti#/galleries/140737492226069/normal/>.
3. Исследование Profi Online Research [Электронный ресурс]. URL: <http://bankir.ru/publikacii/20100820/bez-celi-na-obrazovanie-6021187/>.

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

УДК 38.3

Астафурова А.Ф., Суржикова Т.Б.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПОДХОДЫ К ЕЕ РЕШЕНИЮ

В условиях современного рынка стабильного успеха в бизнесе можно добиться лишь при условии планирования его эффективного развития. Для этого нужно постоянно аккумулировать информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности. Исходя из вышесказанного, проблема повышения конкурентоспособности предприятия становится все более насущной и актуальной.

Конкурентоспособность предприятия отражает его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны либо за ее пределами в сфере удовлетворения потребностей клиентов. Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью потребителей, их готовностью повторно приобретать продукцию этой фирмы, престижностью работы на этом предприятии, а также отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, работников и акционеров.

На конкурентоспособность предприятия оказывают влияние ряд факторов. Во-первых, значительное влияние оказывает динамика масштабов долгосрочного спроса. Подъем долгосрочного спроса привлекает новые предприятия на рынок, а падение спроса наоборот вызывает отток предприятий; динамика структуры спроса. Эти изменения представляют собой причину изменения требований потребителя к сервису, создание новых каналов сбыта, изменение в ассортименте нового товара, обновление продукта отрасли является ключевой движущей силой – влияет на методы производства, эффективные масштабы выпуска, маркетинговые затраты, каналы

распределения. Во-вторых, немалое влияние на конкурентоспособность предприятия оказывают инновации. Частые технологические новшества в методах производства, размер инвестиций позволяют увеличивать значение эффекта жизненного цикла товара. Это может вызывать существенные изменения в требованиях к размеру и количеству предприятий, успешно действующих на рынке. Периодически фирмы предлагают рынку свою продукцию, пользуясь новыми путями и способами, стараясь увеличить покупательский интерес, подтолкнуть спрос, уменьшить затраты на единицу продукции. Таким образом, маркетинговые инновации приводят в движение новые силы, которые изменяют условия конкуренции и позиции фирм соперников. Покупательские предпочтения также оказывают влияние на улучшение конкурентоспособности предприятия. Зачастую растущее число покупателей решает, что товары массового потребления по низким ценам вполне удовлетворяют их вкусам и предпочтениям так же, как и товары с более высокими ценами, дающие возможность выбора. И наконец, государственное регулирование рынка. Действия государства через свои институты, включая регулирование экономических отношений, а также изменение государственной политики, могут повлиять на рынок и конкурентные условия.

Габибова выделяет несколько подходов к решению проблем повышения конкурентоспособности предприятия. Во-первых, постоянное использование нововведений, поиск новых, более совершенных форм выпускаемого товара и выпуск продукции такого качества, которое бы отвечало государственным и мировым стандартам, а также сбыт товаров в те сегменты рынка, где наиболее высокие требования к качеству и сервисному обслуживанию. Во-вторых, использование только высококачественного сырья и материалов. В-третьих, проведение маркетинговых исследований рынка, с целью установления потребностей покупателей, а также анализ своих конкурентов, для выявления своих сильных и слабых сторон. В-четвертых, использование наиболее эффективных рекламных мероприятий, регистрация своего товарного знака и использование фирменных марочных изделий. Также одним из самых наиболее эффективных подходов к решению проблемы конкурентоспособности предприятия является постоянное обучение и переподготовка кадров, повышение материальной заинтересованности работников и улучшение

условий труда [1, с. 86]. Используя эти пути, предприятие сможет повысить как свою конкурентоспособность, так и укрепить свою финансовую устойчивость

Одним из самых эффективных способов повышения конкурентоспособности предприятия выступают инновации. Под инновациями понимаются внедренные новшества, которые обеспечивают интенсивный рост эффективности процессов или продукции, востребованные рынком. Инновации являются конечным продуктом интеллектуальной деятельности человека. Для обеспечения устойчивой конкурентной позиции необходима постоянная активность предприятий, направленная на улучшения конкурентных преимуществ услуг. Становится очень действенным инвестировать наличные средства не в классические сферы бизнеса, а идеи, благодаря которым фирма создает больше преимуществ [2, с. 3558]. Например, компания Unilever в своей деятельности активно использует новейшие исследования и разработки. Они открыли глобальный технологический центр для разработочных продуктов. Данный глобальный технологический центр сфокусирован на разработке новых ингредиентов для маргаринов, спрэдов, майонезов, соусов и сливок. Центр представляет собой организацию с 225 специалистами во Влардингене (Нидерланды), Дийон (Франция) и Энглеуд Клиффс (США). Центр будет способствовать развитию компании Unilever благодаря привнесению продуктовых инноваций. Кроме того, Центр CoE вносит свой вклад в операционную прибыль компании Unilever, компенсируя повышение товарных затрат более эффективным использованием компонентов и применением новых технологий. Новый центр сосредоточен на том, чтобы развивать инновационные продукты, которые сохраняют полезные свойства масел (например, жирные кислоты омега-3 и омега-6, витамины), более здоровый выбор продуктов (например, продукты с минимизированным содержанием жиров; низкокалорийные продукты) и функциональные пищевые продукты (продукты с добавлением функциональных компонентов для обеспечения здорового образа жизни). Компания использует огромный научный потенциал и глубокое знание потребителей для повышения качества жизни и уровня благополучия самыми различными путями – от достижений в области питания до разработки инновационной зубной щетки или изобретения удобного и недорогого устройства для очистки воды, предназначенного для тех регионов мира, где отсутствуют достаточные ресурсы чистой воды [3]. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что деятельность успешной компания с высоким уровнем конкурентоспособности очень тесно связана с новейшими

разработками и активным внедрением различных инноваций в производство своей продукции.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей функционирования современного рынка необходимо, в первую очередь введение инноваций и реализация инновационной политики, непрерывное совершенствование продукции, а также развитие системы государственной поддержки высокоэффективных инвестиционных проектов предприятия за счет предоставления государственных гарантий и инвестиционных ресурсов, размещаемых на конкурентной основе. Также необходимым является мотивация сотрудников, обеспечение надлежащих условий работы, отдыха и высокий уровень заработной платы. Повышение конкурентоспособности предприятия является залогом его успешного функционирования и финансовой стабильности предприятия.

Список литературы

1. Габибова, М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М. Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 85-87.
2. Власенко, В. Е. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / В. Е. Власенко // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 3556–3560. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86749.htm>.
3. Unilever. Исследования и разработки - [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unilever.ru/about/innovation/research-and-development/>.

УДК 38.3

Василько Н.Ю.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК В РОССИИ

В гражданской авиации выделяют несколько сегментов: грузовые и пассажирские перевозки, международные и внутренние перевозки, внутренние магистральные и региональные пассажирские перевозки, деловая авиация.

В России объем сектора грузовых авиаперевозок, так же, как и деловой авиации достаточно мал. Именно поэтому наибольший интерес представляет рассмотрение сектора пассажирских авиаперевозок.

На территории Российской Федерации зарегистрированы 110 эксплуатантов, имеющих действующие коммерческие сертификаты для осуществления коммерческих воздушных перевозок [1]. Однако основную деятельность на рынке авиаперевозок ведут следующие ведущие российские авиаперевозчики:

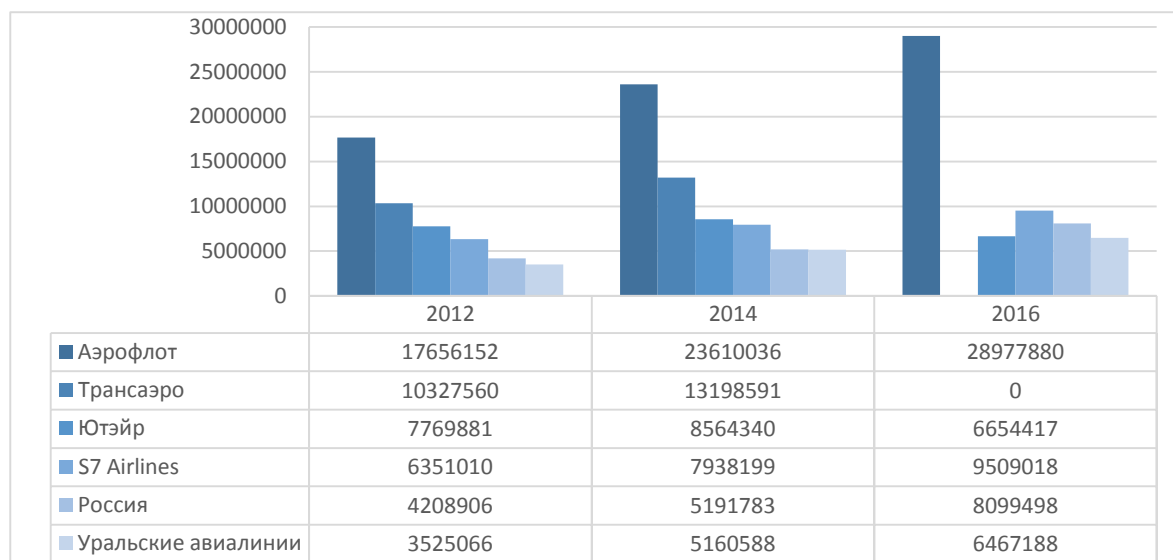


Рисунок 1 – Крупнейшие авиакомпании по количеству перевезённых пассажиров, 2013-2016 гг. [1].

Характерная черта российского рынка воздушного транспорта заключается в высокой концентрации перевозок между несколькими крупнейшими участниками. Так, около 80% пассажирооборота реализовали 4 лидирующих авиакомпании: «Группа «Аэрофлот», «Группа «Сибирь», «Группа «ЮТэйр», «Уральские авиалинии».

Федеральная антимонопольная служба неоднократно выявляла факт сговора и согласованных действий, приводящих к поддержанию цен на некоторых маршрутах. В настоящее время ФАС России формирует базу данных по тарифным планам авиакомпаний, осуществляющих пассажирские перевозки по внутренним и международным линиям. Такая база позволит проводить мониторинг тарифов по сопоставимым по расстоянию маршрутам. Анализ цен на авиабилеты показывает, что самые высокие уровни тарифов наблюдаются на тех направлениях, где перевозки осуществляются одним или двумя перевозчиками. Увеличение количества перевозчиков приводит к снижению

как среднего уровня тарифа, так и границ его диапазона.

Таблица 1 - Минимальная стоимость перевозок на отдельных внутренних направлениях, прямой перелет в обе стороны с глубиной продажи в одну неделю (15-22 октября 2015), руб. [2]

Направление	Перевозчики	Стоимость	Направление	Перевозчики	Стоимость
Москва – Новосибирск (2795 км)	Трансаэро	9 825	Москва- Новокузнецк (3115 км)	Аэрофлот	19 411
	Уральские Авиалинии	11 150		Уральские Авиалинии	22 410
	Вим авиа	11 050		S7	20 168
	UTair	11 683		Средняя	20 663
	Аэрофлот	11 855	Москва- Кемерово (2986 км)	Аэрофлот	15 667
	S7	11 975		S7	15 987
	Средняя	11 256		Россия	19 488
				Средняя	17 047

Так, стоимость прямого перелета в обе стороны по направлению Москва - Новосибирск, где присутствуют 6 перевозчиков, существенно ниже, чем на сопоставимых по расстоянию направлениях Москва - Новокузнецк и Москва - Кемерово, где присутствуют по 3 перевозчика. На международных направлениях данная тенденция также имеет место, однако есть свои особенности. Конкуренция на отдельных направлениях происходит здесь скорее не между отдельными перевозчиками, а между альянсами авиакомпаний.

В 2012 году авиаперевозчики «Аэрофлот», «Сибирь» и «ЮТэйр» признаны нарушившими антимонопольное законодательство в части злоупотребления доминирующим положением, выразившимся в экономически необоснованном сокращении продажи билетов по тарифам экономического класса самой дешевой категории на направлении между Москвой и Ростовом-на-Дону, несмотря на наличие спроса на указанные тарифы.

Компания «Аэрофлот» имеет историческое преимущество, в связи с чем в отрасли наблюдается неконкурентное поведение, проявляющееся в предоставлении преимуществ группе компаний «Аэрофлот» как государственной корпорации. Авиакомпания «Аэрофлот» получает от иностранных авиакомпаний платежи за использование транссибирских маршрутов, которые компенсируют упущенную выгоду от неиспользования этих маршрутов отечественным авиаперевозчиком. Иностранные авиакомпании

платят за полеты из Европы в Азию с середины 1970-х гг., когда СССР открыл им самый короткий маршрут – над Сибирью. Бенефициаром сделки стало единственное авиапредприятие страны – «Аэрофлот». Сумма транссибирских роялти публично не озвучивается – по разным оценкам, она составляет от 200 до 500 млн. долл. в год. Получение этих платежей дает Аэрофлоту не вполне обоснованные преимущества по сравнению с другими российскими авиакомпаниями [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что на рынке существует острая необходимость создания конкурентной среды. Вмешательство государства носит противоречивый характер, определяя неравное положение авиакомпаний.

Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика» Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.

Список литературы

1. Федеральное агентство воздушного транспорта [Электронный ресурс] / URL: <http://www.favt.ru>
2. Бюллетень о развитии конкуренции // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс] / URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/857.pdf>
3. Электронное периодическое издание «Ведомости» [Электронный ресурс] / URL: <http://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/02/11/628488-fas-zainteresovalas-pochemu-aviatoplivo-dorozhaet-nesmotrya-padenie-tsen-neft>.

УДК 38.3

Гаченко М.С.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

РЫНОК НАНОТЕХНОЛОГИЙ В РОССИИ

Рынок нанотехнологий является молодой, но перспективной частью современной науки, промышленности и технологий. Уровень ее развития и доля в промышленности являются показателями технологического развития государства. По мнению многих аналитиков, первенство в нанотехнологиях позволит получить огромное конкурентное преимущество, а также даст возможность выиграть в использовании интеллектуальной и технологической

ренты в будущем.

Несомненно, прогресс в этой отрасли окажет влияние на всю отраслевую структуру экономики России, поскольку по мере развития нанотехнологий увеличиваются и объемы широко выпускаемой продукции на их базе, а передовые страны находятся в положении гонки нанотехнологий. В этом заключается актуальность данной темы.

Российский рынок нанотехнологий находится на начальном этапе формирования. В большей степени это связано с тем, что в России стимулирование развития нанотехнологий началось позже, чем в других странах, с отставанием на 7-10 лет. Поэтому доля российской нанотехнологической продукции составляет всего 0,04% на общемировом рынке нанотехнологий. При этом доля экономически активного населения, занятого в науке и научных разработках составляет 0,96%, в Европе этот показатель равен 46%. Так же, российские компании выпускают в среднем 50 уникальных нанотехнологических продуктов, соответствующих международным стандартам, ежегодно.

Рассмотрим структуру организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по секторам деятельности (рис. 1).

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Число организаций – всего	3566	3622	3957	3666	3536	3492	3682	3566	3605	3604	4175
в том числе по секторам деятельности:											
государственный	1282	1341	1483	1429	1406	1400	1457	1465	1495	1491	1560
предпринимательский	1703	1682	1742	1540	1446	1405	1450	1362	1269	1265	1400
высшего образования	539	540	616	603	603	617	696	662	762	777	1124
некоммерческих организаций	42	59	116	94	81	70	79	77	79	71	91

Рисунок 1 – Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по секторам деятельности по Российской Федерации, ед. [5]

Проанализировав динамику изменения числа организаций в сфере научных разработок по секторам деятельности, можно отметить прирост с 2005 года государственного сектора, в 2015 г. 1560 организаций, предпринимательский сократился и составил 1200 организаций, также наблюдается увеличение организаций высшего образования, увеличение более чем в 2 раза и составило 1124 организаций, коммерческий имеет небольшую долю в структуре, однако также увеличение произошло более чем в 2 раза и

составило 91 организацию.

Общее число организаций в сфере научных разработок также растет и к 2015 году составило 4175 организаций. Рассматривая структуру организаций можно заметить, что наибольшую долю имеют научно-исследовательские (41%) и конструкторские организации (25%) (рис. 2).

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Число организаций – всего	3566	3622	3957	3666	3536	3492	3682	3566	3605	3604	4175
в том числе:											
научно-исследовательские	2115	2049	2036	1926	1878	1840	1782	1744	1719	1689	1708
конструкторские организации	489	482	497	418	377	362	364	338	331	317	322
проектные и проектно- изыскательские	61	58	49	42	36	36	38	33	33	32	29
опытные заводы	30	49	60	58	57	47	49	60	53	53	61
образовательные учреждения высшего	406	417	500	503	506	517	581	560	671	702	1040
организации промышленности,	231	255	265	239	228	238	280	274	266	275	371
прочие	234	312	550	480	454	452	588	557	532	536	644

Рисунок 2 – Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по типам организаций по Российской Федерации, ед. [5]

По отмеченным данным можно заметить, что происходит расширение рынка и безусловно не без участия государства. Рассматривая финансирование науки из государственного бюджета (рис. 3), можно заметить, что общий объем финансирования колоссально увеличился в 5,7 раза с 2005 по 2015 год и составил 439392,8 млн. руб. [5], по объему финансирования Россия занимает 3 место в мире уступая США и Японии. При этом Россия занимает 12 место по числу научных публикаций и 27 по числу патентов. Такой результат говорит о неэффективности проектов, в которые финансируются средства, а также высокой доли коррупции, которая присутствует на всех уровнях управления.

Развитие любого рынка сопровождается своими специфическими и неспецифическими проблемами. Так, развитию российского рынка нанотехнологий препятствуют такие причины как:

- отток научных кадров зарубеж, в настоящее время за рубежом 30-100 тыс. россиян занимаются научной деятельностью, при этом каждый год Россия несет прямые потери в связи с оттоком квалифицированных кадров в 3 млрд долларов;
- отсутствие стимула к инновациям;

- слабый менеджмент на всех уровнях;
- неблагоприятный налоговый климат и инвестиционный режим;
- высокий уровень коррупции на всех уровнях;
- отсутствие серьезного спроса на инновации промышленности России, что обусловлено высокой первоначальной стоимостью наноматериалов, чем обычных материалов;
- присутствие экспортно-сырьевой модели развития 2000-х [1].

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Расходы на гражданскую науку из средств федерального бюджета, млн.	76909	97363	132703	162116	219058	237644,0	313899	355920	425302	437273	439393
в том числе:											
на фундаментальные исследования	32025	42773	54769	69736	83198	82172,0	91685	86623,2	112231	121600	120204
на прикладные научные исследования	44884	54590	77934	92380	135860	155472,0	222215	269297	313071	315674	319189
в процентах:											
к расходам федерального бюджета	2,19	2,27	2,22	2,14	2,27	2,35	2,87	2,76	3,19	2,95	2,81
к валовому внутреннему продукту ²⁾	0,36	0,36	0,4	0,39	0,56	0,51	0,53	0,53	0,60	0,56	0,54

Рисунок 3 – Финансирование гражданской науки из средств федерального бюджета [5]

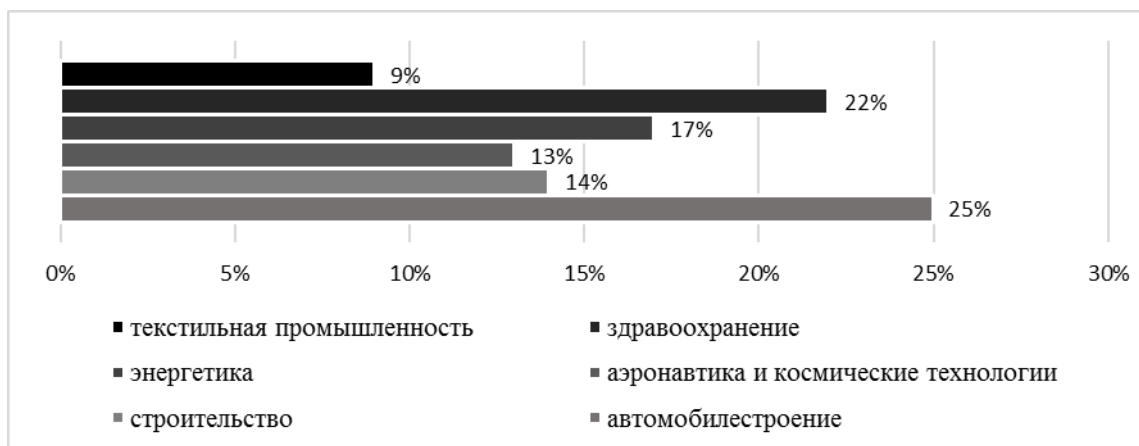


Рисунок 4 – Перспективные направления применения нанотехнологий [2]

Рассматривая рисунок 4 можно отметить, что 25% произведенных российских нанотехнологий направляется в отрасль автомобилестроения, далее здравоохранение 22%, энергетика 17%, строительство 14%, авиация и космические технологии 13% и 9% текстильная промышленность.

Несомненно, о чем последние годы говорят ученые – углеродные нанотрубки, способные в низких концентрациях в тысячи раз увеличивать свойства материалов.

Для того, чтобы понять какие нанопродукты существуют в России на данный момент, в качестве примера рассмотрим 3 портфельных предприятия Роснано, находящиеся в Новосибирске, где можно увидеть и ощутить своими руками эти нанопродукты.

В первую очередь это НЭВЗ-Керамикс, занимающаяся изготовлением элементов брони для танков «Армата», бронемашины «Тигр», для комплекса «Ратник», а также по зарубежным заказам так же по деталям и элементам бронемашин.

Лиотех- занимается производством литийно-ионных аккумуляторов. Такие аккумуляторы долговечны и стабильны в работе, также они способны накапливать энергию в разы больше, чем обычные батареи, при этом гораздо дешевле зарубежных аналогов. Также в скором будущем повсеместно мы увидим новые троллейбусы с запасом автономного хода (которые уже экспортируются в Аргентину).

В Оксисал производят одностенные углеродные нанотрубки. Там мы можем увидеть литийно-ионные батареи, антистатические перчатки, а также суспензии на основе одностенных углеродных нанотрубок. По словам Александра Зимнякова, продажи компании на 1 января 2017 года составили 2,5 тонны ОУН – на производственные цели, твердых контрактов заключено на 3 тонны. И они полностью покрывают возможности работающей установки, с учетом будущих контрактов. При этом 85% от всего объема продается на азиатских рынках, а доля российских компаний невысока – не более 4-5%. Связано это, большей частью, с тем, что наши компании, выпускающие что-то для потребителей, чаще всего используют импортные технологии и материалы. Своих производителей специальных материалов у нас практически нет [4].

На основании проделанного анализа можно заключить, что на базе существующих предприятий по наноразработкам, России будет трудно завоевать высокие позиции на мировой арене. Анализируя предшествующие годы формирования рынка нанотехнологий, можно так же отметить, что безусловно существует факт неэффективного развития наноиндустрии и высокие специфические риски, которые создают дополнительные барьеры для

качественного развития отрасли.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Национальный доклад об инновациях в России 2016: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rvc.ru/upload/RVKinnovation2016v.pdf>
2. Официальный сайт АО «РОСНАНО»: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusnano.com/projects/portfolio>
3. Запороцкова, И. В. Нанотехнологии и наноматериалы: научные, экономические и политические реалии нового века / И. В. Запороцкова // Вестник Волгоградского гос. университета. Серия 3, Экономика. Экология. - 2015. - № 1(30). - С. 18-29.
4. Одностенные углеродные нанотрубки TUBALL: [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/2017/03/6/rosnano/>
5. Официальный сайт Государственной статистики. URL: <http://cbsd.gks.ru/#>

УДК 38.3

Горбач К.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью определения перспектив развития отрасли экономики для международных компаний, а также для отраслевых инвесторов.

Выбор туристической отрасли в качестве объекта исследования обусловлен тем, что данная отрасль является развивающейся отраслью наряду со многими отраслями российской экономики. Исследование перспектив развивающейся отрасли является ключевым аспектом в формировании стратегии развития хозяйствующих субъектов туристической отрасли. Этот фактор в совокупности делает туристическую отрасль России весьма

актуальным и интересным объектом исследования с точки зрения выявления будущих перспектив развития.

Туристическая индустрия в мире составляет около 5 % ВВП и благодаря ей трудовую занятость имеет порядка 10 % жителей на земле [1, с. 593-595].

Таблица 1 – Виды туризма на территории Российской Федерации [1]

1	Лечебно-оздоровительный
2	Горнолыжный
3	Спортивный
4	Экстремальный
5	Деловой
6	Экологический
7	Культурно-познавательный
8	Паломнический
9	Сельский
10	Специализированный (Археологический, конный и т.д.)
11	Рекреационный (пляжный)



Рисунок 1 – Индексы цен на различные виды платных услуг населению, % в годовом выражении; курс рубля к доллару, 2013 – 2016 гг. [2]

На фоне снижения зарубежных поездок растет спрос на внутрироссийский туризм, что ведет к удорожанию услуг и в этой сфере – на 12% в 2015 году. За январь – октябрь 2016 г. цены выросли еще на 15% в сфере зарубежного туризма и на 8% – внутреннего.



Рисунок 2 – Динамика потребления различных видов платных услуг населению в постоянных ценах, 2013 – 2016 гг. [2]

В результате в предоставлении туристских услуг наблюдается самое сильное падение среди различных категорий платных услуг населению, которые в целом все еще остаются ниже уровня докризисного периода (рисунок 2). Объем туристских услуг постепенно снижается с середины 2014 года и в сентябре 2016 г. оказался на четверть ниже уровня 2013 года [2, с. 4-6].

Российская Федерация имеет огромный туристский потенциал и невероятное пространство для реализации туристических услуг. Это один из самых больших и притягательных туристских регионов мира.

Таблица 2 – Экономическая эффективность развития туристского сектора в России в 2014 – 2016 гг. (в млрд. руб.) [3].

Наименование	2012	2014	2016
Туристский экспорт	657,4	735,4	720,6
Национальный туризм	2250,2	2277,0	2132,8
Туризм в пределах страны	2907,5	3012,4	2848,4
Закупки туроператоров в т.ч. импорт (у сторонних поставщиков)	-1884,3	-1951,9	-1842,7
Прямой вклад путешествий и туризма в ВВП	1023,3	1060,5	1005,6
Количество рабочих мест за счет путешествий и туризма (прямой вклад)	976,6	982,3	974,5
Общее количество рабочих мест с учетом сопутствующих отраслей	3971,3	3960,9	3880,4
Выездной туризм	2018,7	2111,3	1919,8

Показатель внутреннего туризма включает в себя туристский экспорт и

национальный туризм. На 2014 год мы видим увеличение значений как внутреннего туризма, так и вклада путешествий и туризма в ВВП. На 2016 год данные показатели снизились: значение показателя туризма в пределах страны упало на 5,5% по сравнению с 2014 годом, а прямой вклад путешествий и туризма в ВВП снизился на 5,2%. Причинами данной ситуации могут служить как резкий рост курса доллара и обесценение рубля в конце 2014 года, так и санкции, наложенные на Россию, что прямым образом сказывается на потреблении туристических услуг [3].

Особая роль в финансировании и создании инфраструктуры туризма принадлежит государству в виде субсидий, льготных займов, налоговых льгот и др. Наибольший интерес представляют государственные инвестиции, осуществляемые через федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)».

Данная программа была принята 19 июля 2010 г. по инициативе Федерального агентства по туризму. Главной целью программы является – повышение конкурентоспособности туристского рынка РФ, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

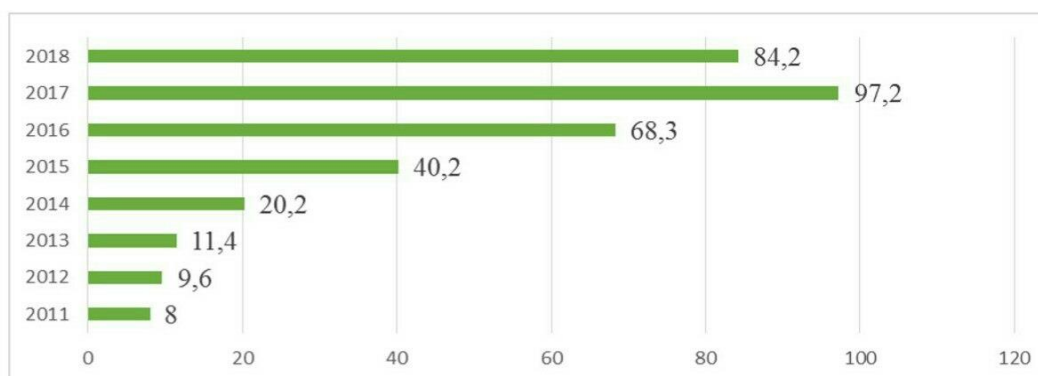


Рисунок 3 – Финансирование Программы 2011 – 2018 гг., млрд. руб. [4]

Общий объем финансирования Программы составляет 338,9 млрд. рублей, в том числе за счет средств федерального бюджета – 95,7 млрд. рублей (28%); за счет средств консолидированных бюджетов субъектов РФ – 25,3 млрд. рублей (8%); за счет средств внебюджетных источников – 217,9 млрд. руб. (64%) [4].

Тенденцией 2017 года на туристическом рынке станут развитие внутреннего и въездного туризма, а также усиление здоровой конкуренции между туристическими направлениями.

На территории России будут построены 17 новых туристических кластеров. По итогам 2017 г. число поклонников зарубежного отдыха вырастет на 27,5% до 5,1 млн. человек, а сторонников внутреннего туризма поубавится на 1% (2,4 млн.). В денежном выражении объем рынка в 2020 г. оценивается на уровне \$5,6 млрд. Число путешествующих к 2020 году достигнет 1,6 млрд. человек в год, что означает увеличение туристических прибытий в 2,4 раза. Международный туризм вырастет на 3,3% в год в период с 2010 по 2030 год и достигнет 1,8 млрд. к 2030 году [5].

Таким образом, туризм является сферой экономической деятельности, динамично развивающаяся в мире. За счёт условий её функционирования, продолжает оставаться одной из развитых отраслей, выполняющей к тому же и серьезные социальные задачи. Привлекательность предлагаемого туристического продукта в России постоянно растет. В перспективе наша страна планомерно придет к ещё большим лидирующим позициям в этом бизнесе, при определенных условиях, а именно: нормализации цен на услуги, развитии инфраструктуры и взвешенной маркетинговой политики на различных уровнях управления индустрии туризма.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Алгафри, М. А. Туристическая отрасль в России // Молодой ученый [Электронный ресурс] / М. А. Алгафри, М.А. Мохаммад. – URL: <http://moluch.ru/archive/115/30866/>. – 2016. №11. – 593-595 с.
2. Григорьев, Л. Динамика спроса на туристические услуги в России // Аналитический центр при правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс] / Л. Григорьев. – URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/11063.pdf>. 2016. №9. 4-6с.
3. Кириллова, С.О. Современное состояние российского рынка туристских услуг // Экономика и менеджмент инновационных технологий [Электронный ресурс] / С.О. Кириллова. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/10/12565>. 2016. №10.
4. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 N 644 (ред. от 18.12.2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и

въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс [Официальный сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118424/ (Дата обращения 12.04.2016).

5. Развитие туризма – прогнозы до 2030 года // <http://360n.ru/travel/for-tourists/32121-razvitie-turizma-prognozy-do-2030-goda>

УДК 38.3

Завертунова И.А., Суржикова Т.Б.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПОДХОДЫ К ОБОСНОВАНИЮ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ- ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Актуальность темы исследования заключается в том, что в настоящее время, при выходе на зарубежный рынок предприятие сталкивается с принципиально новой ситуацией, характеризующейся заметным увеличением числа факторов, влияющих на принятие решений, следовательно, разработка эффективных способов выхода предприятий на внешние рынки, снижает потенциальные риски, связанные с проникновением, и повышает вероятность успеха компании на зарубежном рынке.

Заметим, что способность приспособления компаний к внешним условиям связана, прежде всего, с осознанием процесса интернационализации, представляющего собой процесс превращения национального производства в международное, его особенностей и этапов.

Формирование этапов интернационализации может включать в себя следующие этапы, по мнению Портовой: этап первый - местная стадия развития, которая характеризуется местным производством; этап второй - начальная стадия интернационализации, представляет собой наличие контактов за рубежом до момента операций зарубежных агентов и дилеров; этап третий - стадия развития, осуществляются контакты с зарубежными контрагентами до создания производственного предприятия за рубежом; этап четвертый - стадия роста, характеризуется наличием производственных предприятий за рубежом, которые

расположены не более чем в шести странах; этап пятый - характеризуется созданием предприятий, более чем в шести странах мира [1, с. 211].

Практически начиная со второго этапа процесса интернационализации, по мнению Иванова И.Н., каждое предприятие принимает самостоятельное решение о выходе на международный рынок и мотивом для этого могут служить следующие причины: негативные тенденции внутреннего рынка; расширение сферы деятельности компании; стремление поддержки имиджа компании; возможность получить доступ к инновационным технологиям; стремление к восстановлению утраченных экономических связей [2, с. 72-74]. Более того, основания для выхода на международный рынок, а также расширение торговых отношений с зарубежными странами должны рассматриваться предприятием на трех уровнях: глобальном, национальном и фирменном.

Следует отметить, что существует определенная специфика в деятельности предприятий, которая непременно должна быть учтена при разработке стратегии проникновения на внешний рынок. Возникает вопрос, какая стратегия является наиболее подходящей для предприятия. С точки зрения предлагаемого товара, Корнилов выделяет следующие виды экспортных стратегий: «копирование» – продажа на зарубежном рынке производимого в собственной стране продукта без какой-либо адаптации; «свалка» – стратегия бросового экспорта – предложение устаревших продуктов и решений в странах с более низким уровнем развития, используя низкие цены, «особый подход» – разработка специального предложения для рынка каждой зарубежной страны [3, с. 24-26].

Что касается российских предприятий, с позиций способов продвижения товара и ценообразования для них можно выделить три наиболее подходящие стратегии:

Стратегия субпоставщика подразумевает интеграцию в международные производственные цепочки. Это, например, поставка компонентов крупным производителям и выпуск продукции под чужой маркой (обычно розничной сети или контрактного производителя). Мировой опыт доказывает, что, следуя этой стратегии, можно создавать не менее выдающиеся компании, чем развивая собственный бренд. К тому же самым большим достоинством данной стратегии

является возможность компании-субподрядчика перенять иностранный опыт и технологии. Примером успешного российского контрактного производства служит сотрудничество «Глории Джинс» и Levi Strauss. В течение двух лет отечественный производитель выпускал на своем заводе джинсы, которые потом продавались в розничной торговой сети Wal-Mart в США под брендом Levi's. В качестве основного недостатка данной стратегии следует отметить риск попасть в зависимость от монозаказчика и столкнуться с ценовым прессингом. По этой же причине серьезную угрозу для бизнеса представляет разрыв отношений с иностранным партнером. Нивелировать риск можно путем диверсификации портфеля заказчиков.

«Нишевая стратегия». Нарботанное ноу-хау или эффективная в узкой нише российского рынка бизнес-модель также могут принести успех за границей. В качестве примера можно привести опыт компании ABBYY Software House, предлагающей программное обеспечение для сканеров FineReader. Сейчас 50% выпускаемых во всем мире сканеров комплектуются программами ABBYY. Нишевая стратегия может стать первым этапом развития экспорта, за которым последует работа на массовых рынках. Риск здесь может быть связан с неправильным выбором ниши, позиционирования, способов продвижения. В этом случае будет нивелировано главное преимущество – низкая потребность в инвестициях.

Стратегия ценового лидерства. Компании, придерживающиеся стратегии ценового лидерства, предлагают на иностранных рынках товары по более низким ценам, чем конкуренты, но при сопоставимом качестве. Но при выборе данной стратегии необходимо учесть, что низкая себестоимость российских товаров обусловлена чаще не высокой производительностью, а низкими ценами на ресурсы, которые в последние годы начали расти. Разрыв между европейской и отечественной себестоимостью будет сокращаться. И в будущем такая стратегия будет конкурентоспособной, только если в ее основе – высокая внутренняя эффективность бизнеса [4, с.28-29].

Важное значение имеет анализ при выходе предприятия на международный рынок, что предполагает поиск ответов на ряд вопросов стратегического характера: стоит ли выходить на международный рынок; если да, то, какие цели ставить при этом; какие риски или перспективы откроются перед фирмой; рынок, какой страны следует выбрать; какой ассортимент

продукции следует поставлять; самостоятельно или с помощью посредников осваивать новые рынки; какую стратегию проникновения использовать при выходе на международный рынок. Далее с целью разработки эффективной стратегии выхода предприятия на внешний рынок, важно воспользоваться PEST анализом - простой и удобный метод для анализа макросреды (внешней среды) предприятия. Методика PEST анализа часто используется для оценки ключевых рыночных тенденций отрасли, а результаты PEST анализа можно использовать для определения списка угроз и возможностей при составлении SWOT анализа компании. PEST анализ является инструментом долгосрочного стратегического планирования и составляется на 3-5 лет вперед, с ежегодным обновлением данных. PEST-анализ направлен на изучение следующих сфер: политика, экономика, общество и социальные отношения, а также технологические аспекты. PEST и SWOT анализ позволяют обосновать эффективную стратегию выхода предприятия на внешний рынок.

Таким образом, для обеспечения успеха деятельности предприятия необходима поэтапная разработка и обоснование стратегии выхода на внешний рынок, а также дальнейшая реализация этой стратегии с наименьшими рисками адаптироваться и функционировать на внешнем рынке.

Список литературы

1. Поротова, Т. Сущность, значение и перспективы франчайзинга / Т. Поротова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 2(2). – С. 211-231.
2. Иванов, И. Н. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник / под ред. И.Н. Иванова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 297 с.
3. Корнилов, Д. Формирование классификации видов стратегий в области стратегического управления / Д. Корнилов // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. №21. – С. 24-30.
4. Карагулян, Е. А. Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки: методическое пособие / под ред. Е. А. Карагулян. – Екатеринбург: ООО «Пресс групп», 2015. – 40 с.

Золотова Е.Д.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА РАЗВИТИЕ ОТРАСЛИ СОТОВОЙ СВЯЗИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ «БОЛЬШОЙ ЧЕТВЕРКИ»

Рынок сотовой связи – один из быстроразвивающихся и высокотехнологичных рынков, благодаря развитию IT технологий, считается одним из самых рентабельных для инвестирования и имеет стратегическое значение для модернизации экономики. Отрасль сотовой связи стоит на 5-м месте в рейтинге «Доля отраслей в ВВП России». В Европейских странах она выше, так как там больше возможностей и более все автоматизировано. Международное сотрудничество помогает операторам наращивать абонентскую базу и увеличивать спрос, что и указывает на актуальность данной темы.

Из-за существования междугородных звонков операторы выделяют сегмент на рынке, его доля 1,5%, в него входят люди, которые часто пользуются междугородом, в основном это заядлые путешественники, бизнесмены и политики. Для таких людей есть расценки на роуминг (табл. 1).

Таблица 1 – Роуминг [1]

Услуга	Все входящие вызовы	Исходящие вызовы в Россию и на номера страны прибытия	Отправка SMS	GPRS-роуминг, GPRS-интернет
МТС	39 руб/мин	82 руб/мин	11 руб.	21 руб / 50кб
Мегафон	9 руб/мин	95 руб/мин	1,8 руб.	7 руб / 1мб
Теле2	9,45 руб/мин	9,45 руб/мин	4,5 руб.	25 руб / 1мб

Как видно в табл. 1, у Теле2 самые дешевые исходящие, входящие и отправка смс на среднем уровне. Данная компания подключила новую услугу «Везде ноль» она позволяет оптимизировать расходы абонентов при

нахождении в роуминге по России. Её можно подключить на любом тарифном плане и отправиться в путешествие, не боясь серьёзных затрат на связь. Услуга нацелена на снижение стоимости исходящих и входящих вызовов по самым распространённым направлениям - внутрироссийским.

Многим компаниям помогает развиваться дополнительная прибыль, которую они получают от других стран, например МТС активно ведет дела со странами СНГ, Армения, Белоруссия, Украина, Киргизия, Туркмения, Узбекистан, благодаря чему количество абонентов МТС стремительно увеличивается (рисунок 1); Мегафон расположилась в Украине и во всех прибыльных областях России (сибирский филиал, столичный, дальневосточный, северо-западный, поволжский), а Теле2 сотрудничает только с Казахстаном в котором ей принадлежит 20% доли рынка, в этом и кроется одна из проблем отставания компании.

Поэтому не проходят незамеченными для операторов связи и внешнеэкономические и внешнеполитические решения. Значительное колебание валютного курса, проходящее с декабря 2014 года, привело к повышению тарифов на роуминг, поскольку цены на роуминг включают оплаты роуминговому партнеру в иностранной валюте (примерно 53% стоимости). А также разрыв сотрудничества в области туризма со странами, например Египет и Турция, приводят к снижению числа граждан России, что уменьшает выручку операторов от роуминга.

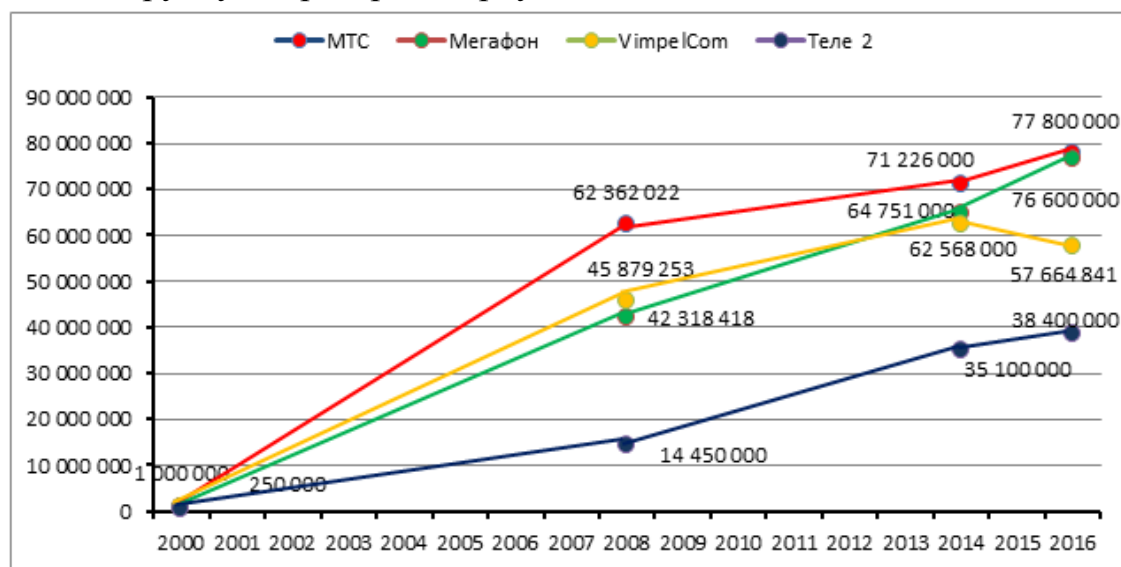


Рисунок 2 – Количество абонентов «большой четверки»

Из-за сотрудничества только с Казахстаном выручка Теле2 ниже выручки МТС, которая сотрудничает со странами СНГ почти в 6 раз, что видно на рис. 2.

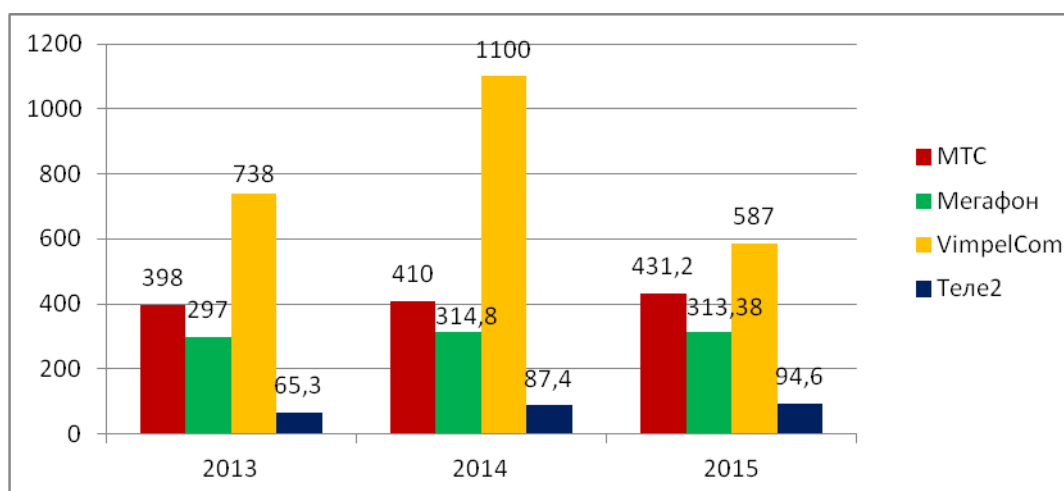


Рисунок 2 – Общая выручка МТС, Мегафон, VimpelCom, Теле2, млрд руб.

В связи с этим Теле2 отстает с инновациями и техническим обеспечением, поэтому абоненты предпочитают других операторов. Например, вышки третьего поколения у Теле2 появились только в 2015 году вместе с LTE, в то время, как у его конкурентов они были с 2007 года. По количеству башен сотовой связи компания также уступает: у Мегафона около 15 000 LTE-станций в России, МТС на 2-м месте 13 600, в сети «Вымпелкома» базовых станций LTE около 7000, а у Теле2 1100 базовых станций [2] (рис. 3).

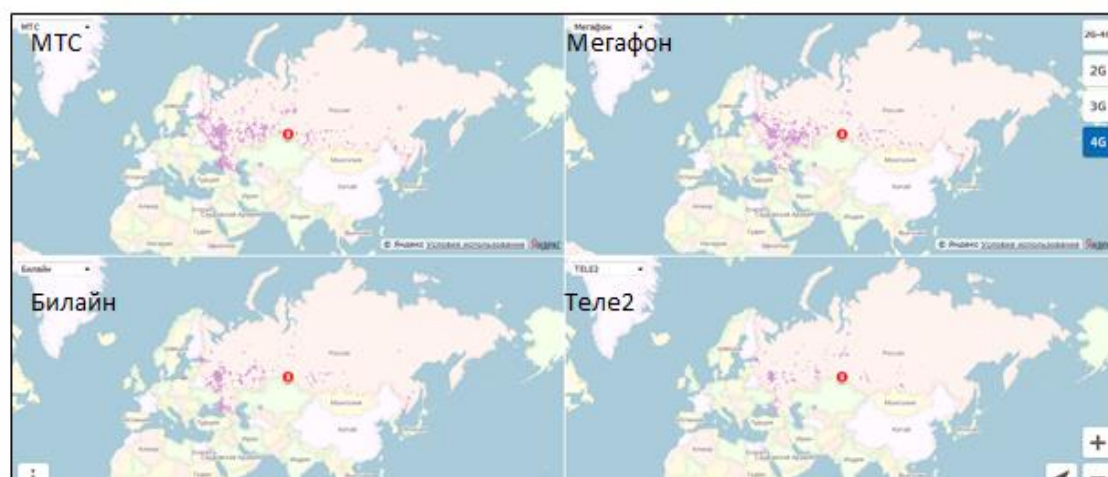


Рисунок 3 - Зона покрытия «большой четверки» вышками LTE [3]

В связи с тем, что Европа ушла от нас на несколько шагов в развитии ИТ, важным шагом в улучшении отрасли стало принятие новой редакции закона «О связи», отвечающего требованиям Всемирной торговой организации, директивам Европейского союза, рекомендациям Организации экономического сотрудничества и развития и Международного союза электросвязи, в том числе

и в, части предлагаемого механизма универсального обслуживания (таблица 2).

Таблица 2 – Государственное регулирование мобильной связи [4]

Нововведение	Дата внедрения	Статус и особенности реализации	Возможное влияние на операторов
Внедрение MNP	01.12.2013	Формально внедрено с 1 декабря 2013 г. После 7 апреля 2013 г. перенос номера должен занимать 8 дней для физ. лиц и 29 дней для юридических лиц. Стоимость услуги – до 100 руб.	Незначительный рост конкуренции. Более существенное влияние возможно по совокупности факторов (появление четвертого федерального игрока, изменение регулирования в области MVNO, сегментирование операторов по качеству связи и пр.)
Отмена внутрисетевого роуминга	Возможно в 2015-2016 гг.	Отложено до реформы правил межоператорского взаимодействия и пропуска трафика. Действуют тарифные опции для сокращения расходов абонентов в национальном роуминге	Может повлечь сокращение операционной выручки операторов на 3-5% в год, но выпадающие доходы могут быть компенсированы ростом активности пользователей.
Новый порядок взимания платы за радиочастотный спектр	С 31 декабря 2014	Оплата за объем выделенных радиочастот, а не количество базовых станций	Экономия на 13-20% по сравнению с оплатой за частотное разрешение для каждого РЭС
Распределение частот на аукционах	2015 г.	Первые аукционы планировалось провести в 2014 г., но сроки сдвинуты	Процедура распределения частот станет более объективной и прозрачной, что будет способствовать более эффективному распределению частот между операторами
Контроль качества мобильной связи	4 декабря 2014	Методика носит рекомендательный характер, нормативные требования государством не установлены	Повышение затрат, новый инструмент давления на операторов, увеличение конкуренции
Ограничение продажи SIM-карт в необорудованных местах	01.01.2014 г.	Приняты поправки в законодательство	Снижение числа каналов распространения SIM-карт, незначительная коррекция абонентской базы

Таким образом, можно сказать, что международные отношения влияют на успешность компании, способствуют увеличению числа абонентов и, как следствие увеличению выручки. Государство также влияет на улучшение качества связи и приближению отрасли к европейскому стандарту.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Анализ рынка сотовой связи в России [Электронный ресурс] / URL: <http://econf.rae.ru/article/7090>.
2. Ведомости. МТС обошла «Мегафон» по количеству базовых станций 4G. в ЦФО и СЗФО в 2014 году [Электронный ресурс] / URL: <http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2015/01/29/mts-oboshla-megafon>.
3. МинКомСвязь России гос. услуги [Электронный ресурс] / URL: <https://geo.minsvyaz.ru/#/-1/-1/2/51.786135210658735/63.87602450000004/4>.
4. Тенденции развития Российского рынка услуг мобильной связи // Экономические науки, 2015. №39-1. [Электронный ресурс] / URL: <http://novainfo.ru/article/4015>.

УДК 38.3

Козловский В.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ЧЕРНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ. ИНВЕСТИЦИИ В ОТРАСЛЬ

Актуальность данной темы исследования обусловлена тем, что черная металлургия занимает стратегическое положение в экономике, что определяется ее на другие системы. Все проблемы, которые испытывает рынок черной металлургии напрямую влияют на все смежные с ней отрасли в том числе и оборонную промышленность.

Рынок черной металлургии – это одна из важнейших базовых отраслей тяжелой промышленности. Её продукция служит основой развития машиностроения и металлообработки, строительства, а также находит широкое применение во многих других отраслях народного хозяйства [1]. В России отрасль имеет чрезвычайное значение и занимает второе место в экспорте страны после нефти и газа.

По производству стали Россия занимает 5 место в мире (табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг стран по производству стали в 2015 году [2].

Место	Страна	Производство в 2015г., млн т.	Изменения в % к 2014 г.	Производство на душу населения, кг	Доля в мировом производстве, %	Экспорт стальной продукции, млн т.
1	Китай	803,83	97,70	584,20	49,53	92,91
2	Япония	105,15	95,00	830,80	6,48	41,35
3	Индия	89,58	102,60	68,30	5,52	10,38
4	США	78,92	89,50	245,30	4,86	11,96
5	Россия	71,11	99,50	486,10	4,38	28,08

Содержание железа в отечественных рудах в среднем составляет 35%, тогда как в высокосортных зарубежных - около 60%. Посредственное качество руд, а также сложные горногеологические условия отработки отдельных месторождений в определенной степени ограничивают развитие отечественного производства железорудного сырья.

Отрасль черной металлургии обслуживает не только отечественные рынки, но и зарубежные, к которым можно отнести рынки основных потребляющих отраслей: строительство, машиностроение, нефтегазовая промышленность и т.д. Что касается вертикального охвата, то для отрасли черной металлургии характерна вертикальная интеграция, т.е. все этапы производства продукции принадлежат одной компании, это позволяет нивелировать риски как на внутреннем, так и на внешнем рынках, оптимизировать инвестиционную политику и обеспечивать собственную сырьевую безопасность.

Отрасль черной металлургии представлена десятью вертикально-интегрированными холдингами, поэтому основными поставщиками являются заводы-производители, включенные в стоимостную цепочку. К крупнейшим можно отнести:

- ЕВРАЗ Объединенный Западно-Сибирский металлургический комбинат (ЕВРАЗ ЗСМК);
- Магнитогорский металлургический комбинат (ММК);
- Нижнетагильский металлургический завод (НТМК);
- Новоліпецкий металлургический комбинат (НЛМК) и т.д.

Инвестиции играют значительную роль в поддержании, функционировании и динамическом развитии, как всей экономики страны, так

и различных её отраслей, в том числе и рынка черной металлургии.

Таблица 2 - Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности (миллиардов рублей (в фактически действовавших ценах)) [3].

Вид деятельности	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	35,9	216,2	240,2	258,6	250,2	247,5	285,8
в том числе металлургическое производство	32,3	185,8	208,9	220,0	207,0	205,1	240,3

Исходя из данных табл. 2 можно отметить что инвестиции в металлургическое производство в период с 2000 по 2015 год выросли почти в 8 раз (с 35,9 до 285,8 млрд. руб.). Это обусловлено тем, что после развала СССР большинство металлургических предприятий находились в упадке, изношенность основных фондов превышала 50%, выплавка осуществлялась неэффективными энерго- и ресурсозатратными способами. Это привело к активному инвестированию в отрасль в конце 90-х начале 2000-х годов (Обновление оборудования, переход на современные, более экологичные методы производства). Также наблюдается небольшая просадка в период 2013 и 2014 годов, что с наибольшей вероятностью связано с кризисом в России и санкциями.

В 2016 году металлургическая отрасль оказалась одним из лидеров инвестиций в России. Однако, в 2015 году отрасль претерпела сильнейший спад – к примеру, российский рынок стали показал падение на 34%, а мировой рынок демонстрирует переизбыток мощностей. Более того, ключевой для мировой экономики фактор спроса – ситуация в китайской экономике – не внушает оптимизма. Нынешнее увеличение инвестиций скорее свидетельствует о восстановлении отрасли, чем о стабильном росте. Более того, основными источниками являются не долгосрочные кредиты, а собственные средства предприятий, то есть прибыль и амортизация.

Государство поддерживает треть всех инвестпроектов металлургов. Как заявили в Минэкономразвития, ведомство одобрило 29 проектов компаний, которые специализируются на цветной и черной металлургии. До этого

Минпромторг получил 76 заявок от представителей отрасли. Помощь будет оказываться в рамках плана по импортозамещению. Сейчас инвестпроекты металлургов поддерживаются за счет госгарантий и проектного финансирования. Также действуют субсидии на компенсацию части затрат по кредитам и льготные займы из Фонда развития промышленности. Тем не менее, весной Минпромторг направил в правительство новые предложения по стимулированию отрасли.

Ведомство выступает за расширение поддержки предприятий, которые добывают металлические руды или реализуют инвестпроекты стоимостью более 20 млрд. руб. При этом предельный размер господости в рамках льготного кредитования компаний не должен превышать 16 млрд. В плане Минпромторга по импортозамещению в черной металлургии разработано 15 направлений. Треть из них касается производства труб. В основном это бесшовные нержавеющие трубы, которые используют нефтесервисные компании. К 2020 году Россия также планирует снизить зависимость от импорта расходных материалов и нержавеющей листового и сортового проката. В области цветной металлургии Минпромторг намерен стимулировать внутреннее производство редкоземельных металлов и поддерживать алюминиевую отрасль [4].

Реализация инвестиционных программ металлургических компаний, в том числе экологической направленности, будет зависеть от конъюнктуры рынка и государственной поддержки отрасли. Все больше инвестиций направляется в конечные переделы, на расширение рынков, прежде всего продукции с высокой добавленной стоимостью, снижение затрат. При этом темпы наращивания производственных мощностей, в частности по стали, снижаются.

Согласно Стратегии развития черной металлургии России на 2014 – 2020 годы и на перспективу до 2030 года дальнейшими направлениями развития черной металлургии России являются:

- активное внедрение инноваций;
- широкое взаимодействие с металлопотребляющими отраслями: ТЭК, ОПК, атомное машиностроение, авиастроение, судостроение, автомобилестроение, железнодорожный транспорт, а также реализация национальных проектов, обеспечивающие устойчивый и возрастающий спрос

внутреннего рынка на металлопродукцию;

- развитие рудной базы металлургической промышленности, особенно дефицитных видов сырья (расширение объемов геологоразведочных работ на сырье для нужд металлургической промышленности, особенно на хром, марганец);

- предоставление прав на недропользование с учетом прогнозов производства и потребления минерально-сырьевых ресурсов черной металлургией и соблюдения интересов национальной безопасности;

- более широкое вовлечение в переработку техногенных отходов;

- повышение конкурентоспособности продукции и производительности труда;

- развитие производства дефицитной высококачественной металлопродукции для оборонно-промышленного комплекса;

- улучшение экологических характеристик действующих производств;

- обеспечение предприятий высококвалифицированными кадрами [5].

Проанализировав перспективы развития рынка черной металлургии в России можно предположить несколько сценариев развития. Согласно первому сценарию можно с уверенностью заявить, что ее развитие напрямую связано с развитием металлопотребляющих отраслей, таких как ТЭК, ОПК, атомное машиностроение, авиастроение, судостроение, автомобилестроение, железнодорожный транспорт и т.д. Поэтому если экономика страны в целом будет эффективно развиваться, этим самым стимулируя рост этих отраслей, то у черной металлургии, как у поставщика основного сырья, есть хорошие перспективы. Если же этого не произойдет, то вступает в силу второй сценарий, согласно которому отрасль ощутит на себе еще более глубокие последствия мировой проблемы избыточных производственных мощностей. Анализируя прешествующие годы формирования рынка, можно также сделать вывод о том, что дальнейшее его развитие будет сильно затруднено или даже невозможно без существенных инноваций и обновления основных фондов.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Региональная экономика: учебник. / Г. Б. Поляк, В. А. Тупчиенко и др. – М.: Юнити-Дана, 2015. 463с.
2. Рейтинг стран по производству стали в 2015 году // РИА Рейтинг: Россия сегодня [Электронный ресурс] [Официальный сайт]. URL: <http://riarating.ru/infografika/20160412/630017058.html> (Дата обращения: 26.02.2017).
3. Российский статистический ежегодник [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (Дата обращения: 26.02.2017).
4. Металлурги получают государственную поддержку // Коммерсант.ru [Электронный ресурс] [Официальный сайт] URL: <http://kommersant.ru/doc/2759513> (Дата обращения: 26.02.2017).
5. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 5 мая 2014 г. № 839 «Об утверждении Стратегии развития черной металлургии России на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2030 года и Стратегии развития цветной металлургии России на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2030 года» // Гарант: информационно-правовой портал [Электронный ресурс] [Официальный сайт] URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70595824/#1000> (Дата обращения: 26.02.2017).

УДК 339.5

Колмыкова А.А., Крёмнев А.А.

Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ

Внешняя торговля – торговля между странами, в которую входит вывоз (экспорт) и ввоз (импорт) товаров и услуг. Внешняя торговля происходит в основном через коммерческие сделки и оформляются контрактами.

Понятие «экспорт» (от лат. «exporto») означает вывоз товара и оказание услуг через порт той или иной страны. «Импортер» – страна покупатель таких товаров и услуг, «экспортер» – страна продавец. В наше время импортирование

различных товаров или услуг, производимое законным способом, один из самых распространённых в торговой деятельности. Вследствие чего, экспорт и импорт является основой международных экономических отношений.

Понятие импорт (от лат. Importo) означает ввоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности и другое, на таможенную территорию страны через границу другой страны без обязательств на обратный вывоз.

Существуют преимущества участия в международной торговле:

- интенсификация воспроизводственного процесса в национальных хозяйствах является следствием усиления специализации, чтобы иметь возможность для зарождения и развития массового производства, для увеличения степени загруженности оборудования, а также для роста эффективности путем внедрения новых технологий – разработок;
- увеличение экспортных поставок, которое повлечёт повышение необходимого процента занятости;
- совершенствования предприятий, необходимость которой вызывает международная конкуренция;
- экспортная выручка является источником для накопления капитала, с целью направления его на дальнейшее развитие промышленности.

В данной статье мы рассмотрим результаты внешней торговли России за 2016 год.

Прошедший 2016 год стал одним из самых неудачных с точки зрения внешней торговли. Объемы экспорта и импорта в стоимостном выражении упали до минимумов последних пяти лет из-за девальвации рубля, сокращения производства и действующего продовольственного эмбарго. Однако после провала в первом полугодии показатели стали приходить в норму, и уже в ноябре-декабре России почти удалось догнать прошлогодние объемы торговли.

Общие итоги торговли

По данным Федеральной таможенной службы, внешнеторговый оборот России за 2016 год составил 471,2 млрд. долларов. Это меньше, чем за 2015 год на 11,2%.

Решающую роль в снижении показателей сыграла девальвация рубля, которая последовала за сильнейшим падением цен на нефть в начале 2016 года. В январе котировки на нефть марки Brent опустились ниже 30 долларов за баррель из-за избытка предложения на рынке, а также сокращения спроса со

стороны Китая.

Курс доллара к рублю при этом резко взлетел до 78 рублей. Это совпало с сезонным падением деловой активности в январе, которое наблюдается в России ежегодно, а также с сокращением производства во многих обрабатывающих отраслях. В результате, январские объемы торговли стали рекордно низкими – экспорт упал на треть, а импорт – на 20%.

Однако уже с февраля объемы торговли вместе с курсом рубля начали восстанавливаться. Крупнейшие страны-экспортеры нефти – Венесуэла, Канада, Нигерия, Ливия по политическим и экономическим причинам вынуждены были сократить объемы добычи и поставок черного золота. В результате избыточное производство сократилось, и цены начали приходить в норму. Осенью котировки продолжили расти, а вместе с ними и курс рубля. Несмотря на пессимистичные прогнозы, после нескольких лет переговоров, страны-члены ОПЕК, наконец, договорились о сокращении добычи нефти. Кроме того, избрание Дональда Трампа на пост президента США оказало дополнительную поддержку рублю – многие ожидают смену политического курса и возможность отмены санкций для России.

Экспортные рекорды

По итогам 2016 года экспорт России в стоимостном выражении сократился на 17% и составил 285,49 млрд. долларов. При этом самые низкие показатели были характерны для января, когда он упал сразу на 37,2%.

Подобная динамика обусловлена тем, что Россия экспортирует за рубеж преимущественно углеводороды – нефть и газ, и вместе с падением цен на них, упала и общая стоимость экспорта. Вместе с тем, экспорт в физическом выражении, наоборот вырос. Наша страна в течение всего года не сокращала, а наращивала их поставки за рубеж, даже в условиях низких цен. Так, экспорт нефти за год вырос на 6,6% до 236,2 млн. тонн, а доходы от неё упали на 17,7% до 73,67 млрд. долларов. То же самое было характерно и для экспорта других сырьевых товаров – в физическом выражении экспорт природного газа вырос на 13,8% до 154,7 млрд. куб. м., хотя уже в первом полугодии его цена падала на 48,1% до 156,1 долларов за 1000 кубометров.

Крупные сырьевые компании наращивали объемы поставок, чтобы удержать долю рынка. Кроме того, в условиях девальвации они могли получать больший размер выручки от экспорта в рублях.

То же самое стало стимулом и для предприятий других отраслей. Так,

Россия увеличила поставки многих продовольственных товаров в Китай, страны Азии и Европы. По поставкам пшеницы уже этой весной мы вышли на первое место в мире, обогнав Канаду и США. Кроме того, выросли объемы экспорта мяса, масла, молока, сыров и творога. Увеличились поставки продукции машиностроения, древесины и многих других товаров. На это оказала влияние и государственная поддержка крупных компаний, направленная на увеличение производства и стимулирование экспорта. Кроме того, девальвация рубля позволила российской продукции выигрывать в конкурентной борьбе с другими странами – отечественные товары нередко поставлялись на мировые рынки по более низким ценам, однако это не оборачивалось крупными убытками для экспортеров.

Что мешало расти импорту? По итогам года импорт тоже снизился. В стоимостном выражении он составил 183,6 млрд. долларов, что меньше, чем за прошлый год на 0,3%. Наиболее провальным для него стали январь и февраль, когда он сократился на 18,7% и 16,7% соответственно.

В отличие от экспорта, физические объемы импорта также показали снижение. Сократились объемы ввоза автотранспорта, электрогенераторов, текстиля, продовольствия. Падение курса рубля стало одной из главных причин сокращения поставок – закупка импортных товаров стала обходиться значительно дороже для российского покупателя, чем раньше. Кроме того, на них повлияло падение потребительского спроса и сокращение промышленного производства в ряде отраслей, которое было особенно характерно для первой половины года.

Кроме того, падение общих объемов импорта стало результатом действия различных запретов, которые в изобилии вводились в 2016 году. Помимо действовавшего продовольственного эмбарго, которое привело к рекордному снижению поставок продовольствия из стран Европы и США, с 1 января 2016 года Россия ввела запрет на ввоз сельскохозяйственной продукции из Турции – томатов, мандаринов, баклажанов и других фруктов и овощей. Под запрет при этом попадало почти 60% всего продовольственного экспорта Турции в Россию. Частично осенью он был снят, однако всё же успел заметно повлиять на объемы поставок.

С начала года также начал действовать негласный запрет на ввоз турецкого текстиля – таможенные органы не пропускали их на территорию страны.

Российские ведомства вводили и другие нетарифные меры. Так, например, осенью под запретом оказалась плодоовощная продукция из Египта, в которой Россельхознадзор выявил массу нарушений. В июле начал действовать запрет на ввоз кормов из Украины, с октября были введены временные ограничения на поставки свинины из Молдавии, а с ноября в список санкционных продуктов добавили пищевую соль.

Уже несколько лет подряд падает и другая крупная статья импорта. Поставки транспортных средств, на которые приходится почти половина всех поставок из-за рубежа стремительно сокращается – чрезмерно высокие ставки ввозных пошлин в совокупности с утилизационным сбором стали настоящим барьером для импортной техники.

Торговля России со странами дальнего зарубежья

По итогам года внешнеторговый оборот России со странами дальнего зарубежья составил 85% от всего объема торговли. При этом доля Европейского союза уменьшилась с 44,8% до 42,8% в пользу стран АТЭС, и главным образом Китая – с 28,1% до 30%. Из-за девальвации рубля российские экспортеры отчасти переориентировались на страны дальнего зарубежья, поскольку валюты государств СНГ также ослабли из-за девальвации, и выход на иные рынки нередко был более привлекательным.

За январь-декабрь внешнеторговый оборот со странами дальнего зарубежья составил 413,4 млрд. долларов, сократившись на 11% по сравнению с 2015 годом. При этом экспорт упал на 16,9% до 248,1 млрд. долларов, а импорт к концу года вырос на 0,8% до 163 млрд. долларов.

Снижение цен на нефть и газ стали главным фактором сокращения показателей экспорта, в результате чего в первые месяцы года объемы торговли упали более чем на треть.

Торговля России со странами СНГ

Доля стран СНГ, несмотря на устоявшиеся хозяйственные связи, намного скромнее, нежели чем со странами дальнего зарубежья. В 2016 году она составила 12,1%, немного снизившись на 0,5% по сравнению с 2015 годом. В 2016 года отечественные компании экспортировали в СНГ товаров на сумму в 56,7 млрд. долларов (-14,2%), а импортировали на 19,3 млрд. долларов (-8,1%).

Товарная структура импорта товаров из стран СНГ в последние годы начинает изменяться – с каждым годом становится всё больше доля продовольственных товаров. В январе декабре она увеличилась до 23,3%, хотя

в 2015 году она составляла 20,8%. Продовольственное эмбарго, введенное Россией, заставляет страны искать поставщиков из других стран, а удобство логистики и низкие цены дают преимущества странам СНГ. По итогам года наибольший рост показали поставки сыры и творога, увеличившись на 7,4%, и сливочных масел – на 2,7%. Вместе с тем на 83,6% упал импорт свинины из-за ограничений Россельхознадзора, вызванной вспышками африканской чумы свиней.

На 6,2% выросли поставки машиностроительной продукции. При этом наибольший рост показали объемы ввоза грузовых автомобилей – на 51,2%. Кроме того, в прошедшем году Россия увеличивала спрос на закупку сельскохозяйственной техники и оборудования.

В физическом выражении увеличились закупки металлов и изделий из них – стоимостной объем вырос на 1,9%, а физический – на 9,9%. Наибольший рост показали закупки металлических труб (+40,2%), а также плоского проката и нелегированной стали - на 17,8%.

Рекордный рост показал и импорт текстильных изделий – стоимостной объем их ввоза вырос на 25,8% и 40,8% соответственно. Конфликт с Турцией – одним из главных поставщиков текстиля на российский рынок, и девальвация рубля, которая сделала дороже закупку данной продукции в Китае, заставила отечественные компании переориентироваться на рынки стран СНГ.

Таким образом, 2016 год для внешней торговли прошел под эгидой низких цен на нефть, девальвации и торговых запретов, которые в совокупности оказали влияние на структуру внешней торговли. Среди позитивных изменений – рост доли не сырьевого сектора в объеме экспорта, увеличение поставок текстиля, продовольствия и машиностроительной продукции. Многие экспортеры открыли для себя новые рынки и стали ориентироваться на страны дальнего зарубежья, в то время как импортеры, после прошлогоднего спада, напротив, обратили своё внимание на страны СНГ. В то же время, о долгосрочных изменениях пока говорить ещё рано - продовольственное эмбарго и девальвация, которые стали стимулами для наших экспортеров, могут прекратить свое действие.

Список литературы

1. Руднева, А. О. Внешняя торговля. Словарь-справочник / А. О. Руднева. – Инфра-М. 2014. – 224 с.
2. Бурмистров, В. Н. Внешняя торговля Российской Федерации / В. Н. Бурмистров, К. В. Холопов. – Юристъ. 2010. – 384 с.
3. Старых, А. Н. Внешняя торговля кооперации / А. Н. Старых. – М.: Центрпресс - Москва, 2010. - 168 с.
4. Романова, З. И. Уругвай. Экономика и внешняя торговля; Внешторгиздат / З. И. Романова. – Москва, 2014. – 144 с.
5. Рассел Джесси. Внешняя торговля России. Книга по Требованию. – Москва, 2012. – 104 с.

УДК 338.45.01:658.859

Ляшенко А.Ю., Ляшенко В.И.

Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ В СТРАНАХ С ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКОЙ.

Круг современных исследований, связанных с промышленным развитием и реиндустриализацией достаточно широк. Термин «реиндустриализация» впервые в западной литературе начал использоваться в 1986 г. наряду с термином «деиндустриализация». Актуальность этого направления исследований в развитых странах обусловлена необходимостью восстановления промышленного потенциала, во многом утраченного ими в 80-90-х годах двадцатого века в результате использования модели «новой экономики» [2, с.4].

Сейчас о необходимости реиндустриализации говорят ученые и политики самого высокого уровня в США и европейских странах. Президент России неоднократно заявлял об исчерпании существующей экономической модели и необходимости новой индустриализации экономики (Петербургский международный экономический форум, 2014). [2,с.4]

Таблица 1 – Основные исследования проблемы реиндустриализации [2, с.5]

Исследователи (Организация)	Особенности исследований
Губанов С.С., Мусин М., Любимцева С., Наймушин В., Чуприк Ю., Амосов А., Дасковский В., Киселев В., Логачев В., Кочергин Д., Рогова О., Рязанов В. и др.	Предложена модель неоиндустриализации, заключающаяся в проведении индустриализации экономики и вертикальной интеграции.
Голубович А., Идрисов А., Иноземцев В., Титов Б., Шпигель М. (Общероссийская общественная организация «Другая Россия»)	Разработана концепция реиндустриализации на основе отказа от экспортно-сырьевой модели развития и использования современных технологий и научных достижений.
Титов Б.Ю, Афонцев С., Галушка А., Дмитриев М., Осипов А., Потоцкий И, Юрьев Е., Голубович А. (Общероссийская общественная организация «Деловая Россия»)	Разработан план «Новая Индустриализация» (Концепция 25X25) и «Дорожная карта» его реализации.
Бодрунов С.Д., Лопатин В.Н., Окрепилов В.В. (Институт нового индустриального развития)	Разработан ряд стратегических документов и концепций в области новой реиндустриализации
Бажал Ю., Геец В.М., Александрова В.П., Гуржий А.М., Данько М.С., Одотюк И. В.(Национальный университет «Киево-Могилянская академия», Украина)	Проблемы Украины в научном обосновании реиндустриализации экономики
Скиба А.Н., Аглиуллин И. А., Ерохина Е. А.,Князева Е. Н., Курдюмов С. П., Кузнецов Б.Л.	Резонансные эффекты в социально-экономических системах в рамках системно-синергетического подхода.
Авдашева С., Балацкий Е., Безруков В., Бландиньер Ж.-П., Глисин Ф., Карачаровский В., Лапин В., Миронов В., Обухович А., Шаститко А.	Роль промышленного развития в развитии экономики.
Глазьев С.Ю., Бендилов М.А., Варшавский А.Е., Дворцин М.Д., Ленчук Е.Б., Комков Н.И., Фролов И.Э.	Экономико-технологические и организационные аспекты преобразований в промышленности
Miles I.; Barras R. (University of Manchester)	Проблемы сферы услуг в рамках новой индустриальной модели развития
Tregenna Fiona (Univ Cambridge, Fac Econ)	Рассматривает широкий круг проблем, связанных с деиндустриализацией мировой экономики и занятостью.
Engelbert Westkämper (Universität Stuttgart), Karolina Krupa (Warsaw School of Economics)	Рассматривают пути реиндустриализации в Европе, повышения конкурентоспособности европейских стран.
Adam Szirmai, Wim Naudé, and Ludovico Alcorta (United Nations University – Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (Нидерланды)	Рассматривают реиндустриализацию как новый вызов и перспективную парадигму развития.
Aysar Philip Sussan (International Business at Bethune – Cookman University in Florida)	Выдвигает предположение, что реиндустриализация выравнивает экономики и социальное развитие. Исследует изменения сути конкуренции и роли технологий

Bernard L. Weinstein, John Rees (University of Texas at Dallas, USA), Murphy K.; Shleifer A.; Vishny R. (Univ Chicago)	Общие проблемы реиндустриализации и индустриального развития.
Samuel A. Aryeetey-Attoh, Peter S. Lindquist, William A. Muraco, Neil Reid (Cambridge University)	Реиндустриализация и снижение выбросов загрязняющих веществ
Amitai Etzioni (George Washington Univ)	Исследует социальные и психологические аспекты реиндустриализации
Roy Rothwell, Walter Zegveld (Univ Sussex, England)	Рассматривают широкий круг проблем индустриального развития
Zhang Yong (Hubei Univ Econ)	Проблемы реиндустриализации стран Юго-Восточной Азии.

Реиндустриализация – в современной литературе термин многоплановый и в зависимости от контекста носит различный смысл. Например, реиндустриализация – переход от раннеиндустриальной и индустриальной базы производства к его новым технико-технологическим основаниям, переход производства на более прогрессивный путь развития (прогрессивные «высокие» технологии, информатика, биотехнологии, новые материалы и источники энергии) [3].

Реиндустриализация рассматривается как путь выхода из рецессии и как база новой модели экономического роста. Процесс реиндустриализации начался в США раньше, чем в России и других постсоветских странах. В Германии в последние годы активную государственную поддержку получили инновационные производства, соответствующие решениям «Индустрии 4.0».

Мировой экономический кризис продемонстрировал необходимость существования мощной конкурентоспособной производственной базы. Так, в европейских странах наблюдается постоянное уменьшение доли промышленности в структуре ВВП. Актуальные данные показывают, что экономики развитых стран, развиваясь в рамках постиндустриальной парадигмы, начинают испытывать проблемы, вызванные сжатием промышленного сектора. В среднем в мире во второй половине XX в. доля промышленности в ВВП сократилась с 40 до менее чем 30%, а доля занятых в промышленности также снизилась почти до 20%. «Деиндустриализация», в первую очередь, затронула экономически развитые страны и старые отрасли, такие как металлургия, текстильная промышленность [2, с.5].

В странах с переходной экономикой, экспортно-сырьевая модель развития не позволила в значительной мере проявиться тенденциям,

характерным для постиндустриального общества, однако подобные тенденции также наблюдались. За время реформирования промышленности были потеряны целые отрасли, значительно сократились объемы промышленного производства. В странах с переходной экономикой подобные тенденции также наблюдались. Гипертрофированное развитие сектора товаров внутренней торговли, преобладание энергозатратных низкотехнологических отраслей в промышленности и экспорте стали значительными препятствиями для устойчивого экономического роста, что значительно повысило чувствительность к внутренним и внешним макроэкономическим шокам.

В развитых странах «деиндустриализация» была вызвана мотивом получения максимально возможной прибыли за счет снижения затрат на оплату труда. Компании получили прибыль благодаря аутсорсингу и перемещению производственных мощностей в другие страны. Расширение рынка вызвало рост спроса на новые технологии и средства производства. Негативные тенденции в экономике развитых стран были вызваны стратегиями фирм, ориентированными на получение прибыли в краткосрочном периоде. При этом наблюдалось снижение инвестиций в инновационное развитие даже тех отраслей, которые имели мощный потенциал в долгосрочном периоде. Следует отметить, что в развитых странах структурные изменения в сфере промышленности (рост сектора услуг и рост безработицы) стали результатом предшествующего развития. В странах с переходной экономикой отсутствовала промышленная база, способная потреблять знания и создавать на их основе инновации. В связи с этим было затруднено развитие высокотехнологического сектора экономики.

Цикличность экономики также сыграла значительную роль в процессе разрушения индустриальной базы. Ослабление производственного сектора углубило социально-экономические последствия кризиса. Поэтому назрела необходимость смены существующей парадигмы.

Многие ученые отмечают, что поддержка инноваций является перспективным путем развития, однако она не дает возможности компенсировать потери от снижения уровня промышленного производства и связанного с ним роста безработицы. Поэтому главной целью реиндустриализации является создание мощной производственной базы, способной обеспечить долгосрочное устойчивое развитие экономики, т.е. новая

индустриализация не преследует цель производства инноваций ради инноваций, она нацелена на производство инноваций ради создания мощной индустриальной базы, способной наилучшим образом удовлетворить общественные потребности, не исключая развитие традиционных и низкотехнологичных отраслей промышленности.

Принимая во внимание масштабные потери объемов промышленного производства на территории Украины и Донбасса, национальная концепция неоиндустриального развития должна базироваться на идее комплексного промышленного возрождения. Речь идет о возврате промышленному сектору ведущей роли в обеспечении роста и эффективности национальной экономики в новых условиях глобального хозяйствования и глобальной конкуренции.

Для экономик сырьевого типа с развитой индустриальной базой кроме приоритета перехода к высокотехнологичным производствам актуальным вопросом является создание необходимых институтов развития. При этом не предполагается снижение роли сектора услуг, а скорее его переориентация на сферу промышленности. В этих условиях основным вопросом государственного регулирования становится поиск приоритетных направлений развития промышленности, что является рискованным, но необходимым шагом с точки зрения дальнейшего развития. При этом необходимо ориентироваться на развитие отраслей, способных оказывать мультипликативный эффект и способствовать развитию других отраслей.

Список литературы

1. Концепция программы реиндустриализации экономики Новосибирской области до 2025 г. [Электронный ресурс]: – 2016 г.- URL: https://www.sbras.ru/files/news/docs/programma_reindustrializacii.pdf
2. Коровин, Г.Б. Теоретические аспекты новой индустриализации России / Г.Б. Коровин // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2014.– №6 (38) – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-novoy-industrializatsii-rossii>
3. Кулаев, А. П. Методологические и методические аспекты разработки программы реиндустриализации экономики субъекта федерации / А. П. Кулаев // Проблемы инновационного управления экономикой регионов

Сибири: Сборник научных трудов Института экономики и организации промышленного производства СО РАН. Новосибирск.– 2015 г. – С.151–167.

4. Крюкова, Т. М. Технологические уклады как основа развития общественного производства и инновационной деятельности путем реализации промышленной политики в современных условиях хозяйствования и управления / Т. М. Крюкова // Экономика, инновации, менеджмент: труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.А. Алексеева.– 2015. – № 3(110) – С.287- 294.

5. Шантенко, К. О. Нова індустріалізація: світова тенденція та перспективи для України / К. О. Шантенко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія економіка, Випуск 2 (48). – 2016.– С. 56 – 61.

УДК 336.226.2

Павлій А.С., Балашова Р.И.

Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ СОСТОЯНИЯ ЗЕМЕЛЬНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Актуальность и постановка проблемы. Система земельного налогообложения любого государства проходит этапы своего становления и развития на протяжении десятков лет. Такая продолжительность обусловлена необходимостью проведения инвентаризации и учёта всех земель государства и определения их целевого использования, созданием нормативно-правовых норм, обеспечивающих справедливое и повсеместное налогообложение. В Донецкой Народной Республике (далее – ДНР) система земельного налогообложения на современном этапе проходит период своего становления и основывается преимущественно на опыте Украины.

В связи с этим *целью* данной работы является аналитическая оценка состояния земельного налогообложения в ДНР и разработка рекомендаций по его усовершенствованию.

Основные результаты исследования. В довоенное время отношения в сфере земельного налогообложения по всей территории Украины

регулювались Разделом XIII «Плата за землю» Налогового кодекса Украины [3] (далее – НКУ). Сумма земельного налога определялась в зависимости от нормативной денежной оценки земель с учетом коэффициента индексации и по фиксированным процентным ставкам, закреплённым в НКУ.

Впоследствии, после начала военных действий, на территории ДНР в период с 2014 г. налогообложение земли осуществлялось в соответствии с Временным положением о налоговой системе ДНР [1]. Согласно указанному Положению до принятия необходимой нормативно-правовой базы уплата земельного налога осуществлялась в соответствии с коэффициентами и ставками, предусмотренными НКУ по состоянию на 01.01.2014 года. Собственные нормативно-правовые документы, регулирующие порядок взимания платы за землю, установление налоговых ставок и налоговых льгот, на тот момент находились на стадии разработки.

В настоящее время налогообложение субъектов хозяйствования осуществляется в соответствии с Главой 19 «Плата за землю» Закона ДНР «О налоговой системе» от 25.12.2015 г. [2]. В соответствии с данным нормативно-правовым документом земельный налог уплачивается физическими и юридическими лицами, а также физическими лицами-предпринимателями, являющимися собственниками земельного участка. Сумма земельного налога исчисляется на основе данных о нормативной денежной оценке земельных участков с учетом коэффициента индексации, определенного в соответствии с порядком, установленным данной главой настоящего Закона:

$$\sum Z_{нал} = K_{инд} \cdot НДО_{зем}, \quad (1)$$

где $\sum Z_{нал}$ – сумма земельного налога;

$K_{инд}$ – кумулятивный коэффициент индексации;

$НДО_{зем}$ – нормативная денежная оценка земли.

Ставка налога за земельные участки, нормативная денежная оценка которых проведена (независимо от местонахождения), устанавливается в размере одного процента от их нормативной денежной оценки.

Размер ставки земельного налога за земли сельскохозяйственных угодий составляет 0,1 % от нормативной денежной оценки земли – для пашни, сенокосов и пастбищ, и 0,03 % от нормативной денежной оценки земли – для многолетних насаждений. По прочим земельным участкам специальные ставки земельного налога определены ст. 131 настоящего Закона. Льготы

относительно уплаты земельного налога распространяются как на физических, так и на юридических лиц. Полный перечень налоговых ставок и льготных категорий лиц приведен в ст. 133 настоящего Закона.

Очевидно, что за основу Закона ДНР «О налоговой системе» в части регулирования отношений в сфере земельного налогообложения был преимущественно использован НКУ в редакции от 01.01.2014 года. Использование опыта Украины объясняется тем, что территория части Донецкой области, в настоящее время ДНР, являлась административной единицей Украины, а плата за землю взималась в соответствии с НКУ Разделом XIII «Плата за землю».

Однако необходимо отметить, что на сегодняшний день ставки земельного налога в ДНР в отличие от Украины остались прежними. В Украине в ходе реформирования налоговое законодательство в сфере уплаты земельного налога претерпело ряд новшеств [4]. Если ранее НКУ содержал в себе фиксированные процентные ставки земельного налога и коэффициенты в зависимости от количества населения, вида земель и т.д., то сейчас установление ставок земельного налога и нормативной денежной оценки передано к полномочиям местных советов. Местные советы обязаны ежегодно устанавливать как ставки налога на землю, льгот по нему, так и нормативную денежную оценку земельных участков, находящихся на территории населенных пунктов. Кроме того, следует выделить такие изменения:

- ликвидация значительного количества льгот для юридических лиц;

- увеличение ставки налога для земель вне территорий населенных пунктов;

- уменьшение порога роста потребительских цен, при котором происходит индексация сумм налога на прибыль;

- реструктуризация налоговых ставок, в частности:

 - за земельные участки с проведенной нормативной денежной оценкой налог на землю составляет не более 3% (для сельскохозяйственных угодий не более 1%) от их нормативной денежной оценки;

 - за земли, находящиеся в постоянном пользовании предприятий – ставка налога не более 12% от нормативной денежной оценки;

 - за земельные участки, находящиеся вне населенных пунктов и не имеющих нормативной денежной оценки – ставка налога на землю составляет

не более 5% от нормативной денежной оценки единицы площади пашни по соответствующей области.

Таким образом, можно прийти к выводу, что в ДНР сохранилась привычная довоенная модель земельного налогообложения, в то время как в Украине происходит существенная земельная реформа, которая влечет за собой повышение налоговых ставок, сокращение налоговых льгот и рост недовольств со стороны налогоплательщиков.

За период существования ДНР в сфере земельного налогообложения был налажен механизм взимания и администрирования платы за землю. В тоже время наряду с положительными изменениями в системе земельного налогообложения ДНР можно выделить ряд проблем, требующих решения (табл.1).

Таблица 1

Положительные изменения	Требуется решение
принят Закон ДНР «О налоговой системе», которым регулируется порядок взимания платы за землю;	отсутствие полного нормативно-правового обеспечения в сфере земельных отношений, которое сейчас находится в процессе разработки;
плата за землю взимается на всей территории ДНР и в полном объеме зачисляется в местные бюджеты;	несовершенная система администрирования платы за землю;
принят закон о проведении ежегодной индексации нормативной денежной оценки земель;	низкая экономическая эффективность налоговых льгот, большое число категорий физических и юридических лиц, которые освобождаются от уплаты земельного налога;
отрегулированы на законодательном уровне такие процессы как заключение договоров временного пользования земельными участками, получение разрешения на размещение временных объектов;	использование в качестве базы налогообложения нормативной денежной оценки, которая в мировой практике считается менее эффективной, чем, к примеру, рыночная или кадастровая стоимость;
использование дифференцированных ставок земельного налога в зависимости от категории земель и разрешенного целевого назначения.	неразвитость земельного рынка.

Принимая во внимание непродолжительный период существования Республики и становления налоговой системы, наличие ряда проблем и «слабых мест» в земельном налогообложении Республики не является

критическим.

Выводы. В результате проведенных исследований можно сделать вывод, что с целью совершенствования земельного налогообложения ДНР возможны такие варианты:

применение опыта становления и развития системы земельного налогообложения Украины. Использование украинского опыта в качестве «отправной точки» обусловлено тем, что современная ДНР в прошлом являлась административно-территориальной единицей Украины. В этой связи целесообразно провести анализ нынешнего состояния системы земельного налогообложения в Украине, которая в последние несколько лет находится на стадии реформирования с нацеленностью на вхождение в Европейский Союз;

частичная имплементация земельного законодательства Российской Федерации в вопросе определения ставок земельного налога, базы налогообложения, налоговых льгот и порядка исчисления и взимания земельного налога.

развитие нормативно-правового обеспечения в сфере земельного налогообложения ДНР на основе опыта стран с развитой экономикой, которые проводят эффективную налоговую политику в сфере имущественного налогообложения на протяжении многих лет.

Для обоснованного выбора оптимального сценария развития системы земельного налогообложения в ДНР целесообразно провести анализ систем земельного налогообложения Украины, Российской Федерации и систем имущественного налогообложения ряда зарубежных стран, что является перспективой дальнейших исследований.

Список литературы

1. Временное положение о налоговой системе ДНР. [Электронный ресурс]: Министерство доходов и сборов ДНР. – URL: donbuh.com>data/documents/Vremenn.doc

2. Закон о налоговой системе № 99-ІНС от 25.12.2015. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. – URL: <http://dnrsovet.su/zakon-o-nalogovoj-sisteme-donetskoj-narodnoj-respubliki/>

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13-14, № 15-16, № 17. – Ст. 112.

4. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» від 28 грудня 2014 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2015. – № 7-8, № 9. – Ст. 55.

УДК: 338.12:339.1:656.2.003.12

Подсорин В.А., Овсянникова Е.Н.
Московский государственный университет путей сообщения
Императора Николая II, г. Москва

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЬЮНКТУРЫ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ

В современных экономических условиях развития товарно-транспортных связей необходимость прогнозирования основных макроэкономических показателей стоит очень остро. Особую важность приобретают вопросы влияния конъюнктуры мировых товарных рынков на направления и структуру глобальных грузопотоков. Необходимость оценить конъюнктуру товарных рынков для транспортной компании становится приоритетной задачей, а именно проанализировать и спрогнозировать объемы производства товаров, определить цены на товары, найти потенциальных покупателей, а также заострить внимание на сезонности и цикличности основных показателей развития рынка и его динамической устойчивости.

Конъюнктура как экономическая категория отражает экономические процессы в непрерывном изменении и взаимосвязи, причем не просто фиксирует взаимосвязанные изменения, а вскрывает их причины [1].

Анализ конъюнктуры товарного рынка для транспортной компании зависит от характера решаемой проблемы. Транспортными компаниями используются различные методические подходы к оценке конъюнктуры рынка, которые можно объединить в три основные группы [2, 3, 4 и др.]:

1. Экстраполяция, в основу которой положено допущение об

относительной повторяемости явлений и процессов. Тогда тенденции и связи, наблюдаемые в предшествующих периодах, переносятся на периоды последующие. Преимущество методов экстраполяции – простота определения прогнозных оценок. Недостаток – относительно небольшой промежуток времени, на который распространяются эти оценки.

2. Экспертные оценки, которые основаны не на простом перенесении на прогнозируемый период тенденций предшествующего периода, а на внесении в эти тенденции поправок, учитывающих происходящие изменения. Преимуществом методов экспертных оценок является возможность учета предполагаемых изменений совокупности факторов, влияющих на конъюнктуру рынка. Недостатки – необходимость мониторинга большого количества показателей, характеризующих рынок, а самое главное, необходимость привлечения к прогнозу опытных экспертов.

3. Математическое моделирование, предполагающее построение функциональных зависимостей между параметрами внешней и внутренней среды и оценками конъюнктуры рынка. Преимущества – возможность количественной оценки показателей конъюнктуры рынка в прогнозируемом периоде. Недостатки – ограниченный набор исходных параметров модели, так как увеличение количества учитываемых параметров приводит к необходимости значительного роста числа наблюдений.

Комбинирование различных методов позволяет строить модели для прогнозирования их значения в будущем. Например, интегрированная авторегрессионная модель ARIMA (модель скользящего среднего с длинной памятью) в настоящее время является наиболее часто используемой методологией приближения и анализа временного ряда макроэкономических показателей. Данная модель скомбинирована с помощью двух простых экономико-математических моделей, таких как AR (авторегрессионная модель временных рядов, в которой значения временного ряда в данный момент линейно зависят от предыдущих значений этого ряда) и модели скользящего среднего MA. Для анализа и прогнозов ценовых и финансовых показателей применяется дробно-интегрированная модель скользящего среднего ARFIMA. Модель ненаблюдаемых компонент UC применяется для идентификации трендов макроэкономических показателей. Может рассматриваться как модель множественной регрессии с изменяющимися во времени коэффициентами.

Одной из часто используемых авторегрессионных моделей является гетероскедастичная модель ARCH. Для выполнения долгосрочных прогнозов зачастую применяется разночастотная векторная авторегрессия MF-VAR.

Следует понимать, что прогноз конъюнктуры рынка максимально учитывает все ключевые элементы и сферы, влияющие на него и используется для прогнозирования объемов работы транспортной компании. В практике экономической работы для измерения объемов работы транспортной компании, темпов его роста, оценки эффективности работы могут использоваться следующие величины: объем приведенной продукции, где ее разные виды приводятся к одному из них через коэффициенты приведения; нормативные затраты труда; нормативные величины себестоимости продукции; величины прибавочной стоимости; стоимости произведенной продукции отчетного периода в неизменных ценах и др.

Исчисление объемных показателей необходимо для характеристики выполнения планов, заданий бюджетов и др. В связи с этим в рамках комплексного анализа конъюнктуры товарных рынков необходимо оценивать влияние факторов конъюнктуры транспортного рынка на экономико-технологический потенциал компании. Объем работы транспортной компании может быть измерен в разных измерителях. Например, грузооборот, приведенные т-км, т-км брутто и т.п. Это связано с выполнением различных видов деятельности и многообразием используемых технических средств, систем и комплексов.

Объем работы ОАО «РЖД» в т-км брутто в значительной мере предопределяет потребный для его выполнения парк локомотивов и их пробеги (во главе поездов, линейный, общий). Динамика этих показателей может отличаться от динамики объема перевозок под влиянием качественных факторов, характеризующих использование локомотивов: массы поезда брутто, коэффициентов вспомогательного и общего пробега локомотивов, их среднесуточного пробега. Оценка влияния каждого из перечисленных факторов на пробеги и парк локомотивов выполняется отдельно по типам тяги и видам движения [5].

Объем работы ОАО «РЖД» в вагонах и т-км в значительной мере предопределяет потребный для его выполнения парк вагонов и их пробеги (груженый, порожний). Динамика этих показателей может отличаться от

динамики объема перевозок под влиянием качественных факторов, характеризующих использование вагонов: статическая нагрузка, коэффициентов порожнего к груженому и общему пробегу вагонов, их среднесуточного пробега. Оценка влияния каждого из перечисленных факторов на пробеги и парк вагонов выполняется по видам движения [5].

Объем работы ОАО «РЖД» в млн т в значительной мере предопределяется пропускной и провозной способностью железнодорожных участков. Динамика этих показателей может отличаться от динамики объема перевозок под влиянием качественных факторов, характеризующих железнодорожный участок: технологии организации перевозки, массы поезда, коэффициентов неравномерности и сезонности и др. Оценка влияния некоторых факторов на провозную способность участка выполняется отдельно по типам тяги, видам движения. [5]

Система комплексного анализа конъюнктуры рынка, базирующаяся на основе анализа товарных рынков должна решать следующие задачи:

- оценка деятельности компании на транспортном рынке (динамики и степени выполнения объемов продаж и прогнозов, а также заложенных в них норм и нормативов эффективности использования имеющихся ресурсов);
- выявление причин изменений конъюнктуры транспортного рынка (оценка влияния на уровни анализируемых показателей действовавших факторов-причин их изменений);
- диагностирование состояния конъюнктуры транспортного рынка, т.е. осмысление результатов аналитических расчетов, оценка выявленных при анализе тенденций изменения показателей и резервов повышения конкурентоспособности, определение основных направлений деятельности компании для устранения причин неэффективной работы, усиление роли коллектива в сложившихся и прогнозируемых итогах хозяйствования;
- разработка структурными подразделениями организационно-технических мероприятий, направленных на повышение экономической эффективности производства, конкурентоспособности продукции на рынке;
- выявление по результатам анализа закономерностей и тенденций в развитии компании, научное обоснование управленческих решений, в том числе бизнес-планов, норм и нормативов, принимаемых при их разработке.

Методология прогнозирования конъюнктуры товарных рынков должна

постоянно совершенствоваться. Побудительными мотивами являются, во-первых, необходимость опираться на действующее законодательство и нормативные акты, которые в настоящее время меняются довольно часто; во-вторых, то обстоятельство, что конкретный элемент методологии не может быть описан раз и навсегда заданным алгоритмом. Развитие методологии анализа, совершенствование его информационной базы создают возможность для повышения качества аналитической работы. Кроме того, по мере мобилизации возможностей транспортной компании, для выявления новых резервов потребуется углублять исследования конъюнктуры товарных рынков и ее составляющих. Очевидно, что эта работа с каждым новым этапом развития экономики будет требовать все больших усилий. Однако без ее выполнения невозможно эффективно управлять имеющимися ресурсами.

Таким образом, прогнозирование экономической конъюнктуры товарных рынков позволит выстраивать эффективную стратегию развития транспортной компании. Важнейшая особенность прогноза товарных рынков заключается в том, что высокая подвижность и значимость изменений, происходящих на них, предопределяют процесс постоянного их усложнения, усиления конъюнктурных колебаний, что неизбежно приводит к необходимости совершенствования механизма прогнозирования с течением времени.

Список литературы

1. Экономика железнодорожного транспорта / Под ред. Н. П. Терешинной. – М.: Транспорт, 2011. – 535 с.
2. Громова, Н. М. Основы экономического прогнозирования: учебное пособие / Н.М. Громова, Н.И. Громова. – М.: Академия Естествознания 2006.
3. Dynamic factors in periodic time-varying regressions with an application to hourly electricity load modelling, by V. Dordonnat, S. J. Koopman and M. Ooms, Computational Statistics & Data Analysis, The Annals of Computational and Financial Econometrics, First Issue, 2012, Volume 56, Issue 11, Pages 3134 – 3152.
4. Казакова, М. В. Анализ структурной и конъюнктурной составляющих налоговой нагрузки в российской экономике / М. В. Казакова, С. Г. Синельников-Мурылев, П. А. Кадочников – М. : ИЭПП, 2009. - 208 с.
5. Подсорин, В. А. Экономическое развитие и управление производительностью труда на железнодорожном транспорте: монография

[Текст] / Н. П. Терешина, В. А. Подсорин; под общ. ред. докт. экон. наук, проф. Н. П. Терешиной. – М.: МИИТ, 2014. – 129 с.

УДК 332.145

Притула А.С., Крёмнев А.А.

Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННО РАЗВИТЫХ СТРАН

На данный момент наиболее совершенной и яркой является Европейская Интеграция. Экономическая интеграция всегда была движущей объединяющей силой объединения Европы.

Европейское Объединение по углю и стали соответственно за регулирование этих двух ключевых секторов экономики стран-участниц. Помимо всего прочего, это включает в себя гарантированный рынок угля и стали, регулирование цен, улучшение жизни рабочих и условий работы, продвижение торговли и инвестирования и помощь для этих сфер промышленности в структурных изменениях, которые неизбежно возникают в изменяющемся мире экономики.

Современная история образования и развития Европейского союза (ЕС) начинается с 1951 г. В апреле этого года был подписан договор о Европейском объединении угля и стали (ЕОУС), в который вошли шесть стран – Франция, ФРГ, Италия, Бельгия, Нидерланды, Люксембург. Это была своего рода предыстория западноевропейской интеграции. Реальный отсчет ее возникновения и развития начинается с 1957 г., когда те же страны подписали договоры о создании Европейского экономического сообщества (ЕЭС) и Европейского сообщества по атомной энергии (Евратом). В состав сообществ вошли страны с высоким уровнем развития, что во многом определило высокие темпы их экономического роста на протяжении последующих 15 лет. Развитие западноевропейской интеграции с конца 50-х гг. до настоящего времени протекало неравномерно и относительно противоречиво. Вместе с тем цели и

задачи, поставленные при образовании ЕЭС, реализовывались достаточно последовательно и успешно. Соглашение по Европейскому Союзу вводит в силу экономическую и валютную политику, которая направлена на ввод единой европейской валюты.

Институции Сообществ.

Первоначально роль институций Сообществ заключалась в практическом применении утвержденного законодательства, и среди них можно выделить Совет Евросоюза, Европейскую Комиссию, Европарламент и два консультативных комитета: Экономический и по социальным вопросам и Комитет по регионам. Только в нескольких узких сферах (например, по углю и стали) таким институциям даны исполнительные полномочия. За законностью действий, которые ими предпринимаются, наблюдает Суд Справедливости при Европейских Сообществах, а Европейский Суд Аудиторов наблюдает за величиной и законностью использования средств. Но деятельность Европейских институтов жёстко контролируются странами-участницами. Не раз бывали случаи, когда какая-либо страна блокировала какой-нибудь закон даже на стадии разработки. Кроме этого, главы государств и правительств и Председатель Европейской Комиссии проводят регулярные встречи (по меньшей мере дважды в год) в рамках Европейского Совета для выработки стратегии развития Европейского Союза и определения общих политических принципов.

Европейская Комиссия - исполнительный орган Европейского Союза. Её двадцать членов независимы в своей деятельности от национальных правительств, хотя и назначаются ими. В Комиссию входят по два представителя от каждой из 5 крупных стран-членов - Франции, Германии, Италии, Великобритании и Испании - и по одному от каждой из 10 малых стран - Бельгии, Дании, Греции, Ирландии, Люксембурга, Нидерландов, Австрии, Португалии, Финляндии и Швеции. Состав Комиссии, назначаемой сроком на пять лет, утверждается Европейским Парламентом.

Каждый член Комиссии отвечает за определенную сферу политики ЕС и возглавляет соответствующее подразделение (так называемый Генеральный Директорат).

Конкретными целями создания ЕЭС, или, как его часто называли,

«Общий рынок», были:

- постепенное устранение всех ограничений в торговле между странами-участницами;
- установление общего таможенного тарифа в торговле с третьими странами;
- ликвидация ограничений для свободного передвижения «людей, капиталов, услуг»;
- разработка и проведение общей политики в области транспорта и сельского хозяйства;
- создание валютного союза;
- унификация налоговой системы;
- сближение законодательства;
- разработка принципов согласования экономической политики.

В целях реализации этих установок была создана комплексная управленческая структура – Совет министров ЕЭС, Комиссия европейских сообществ, Европейский совет, Европейский суд, Европейский парламент.

Преимущества ЕС:

1. Увеличение размеров рынка – эффект от масштабов производства (для стран с малой емкостью национального рынка), на этой основе необходимость определения оптимального размера предприятия.
2. Возрастает конкуренция между странами.
3. Обеспечение лучших условий торговли.
4. Расширение торговли параллельно с улучшением инфраструктуры.
5. Распространение передовой технологии.

Отрицательные последствия:

1. Для более отсталых стран это приводит к оттоку ресурсов (факторов производства), идет перераспределение в пользу более сильных партнеров.
2. Олигопольный сговор между ТНК стран-участниц, что приводит к повышению цен.
3. Эффект потерь от увеличения масштабов производства при очень сильной концентрации.

Указанные цели ЕЭС реализовывались постепенно по мере его

эволюции.

Этап зоны свободной торговли (1958 – 1966 гг.) в развитии ЕС характеризуется тем, что были достигнуты 1-я и 2-я из вышеназванных целей. С 1962 г. была введена в действие единая сельскохозяйственная политика.

На этапе **таможенного союза** (1968 – 1986 гг.) происходит дальнейшее расширение сферы деятельности ЕС. Целенаправленная аграрная политика дополняется единой политикой в сфере охраны окружающей среды и в области исследований и технологического развития.

На этапе **общего рынка** (1987 – 1992 гг.) на основе Единого Европейского акта, а также подписанного в 1985 г. документа о программе создания внутреннего рынка страны ЕС ликвидировали оставшиеся барьеры на пути передвижения товаров и факторов производства.

Этап экономического союза (с 1993 г.) характеризуется усилением экономической и политической интеграции, форсированным развитием валютного союза на основе подписанного в начале 1992 г. в Маастрихте договора о формировании экономического и валютного союза (вступил в силу с 1.11.1993 г.). Реализуя данный договор, в 1999 г. в ЕС начался постепенный переход на новую единую денежную единицу (евро) и был создан единый центр формирования валютной и денежно-кредитной политики.

Успешное развитие экономической интеграции в странах Западной Европы оказалось привлекательным для многих регионов мира. С 1.01.1994 г. вступило в силу Соглашение о создании Северо-Американской зоны свободной торговли (НАФТА) между США, Канадой и Мексикой, хотя соглашение о свободной торговле между США и Канадой было подписано еще в 1988 г., а в 1992 г. к нему присоединилась Мексика. В соответствии с подписанным Соглашением на протяжении последующих 15 лет почти все торговые и инвестиционные барьеры между странами-участницами НАФТА должны быть ликвидированы, а таможенные пошлины отменены. Вопрос о политической интеграции не рассматривается.

В целом, на сегодняшний день торговые барьеры между США и Канадой уже устранены, поэтому речь идет лишь о либерализации товарообмена с Мексикой. Отличительной особенностью НАФТА является то, что она распространяется на огромную территорию с населением 380 млн. человек и

очень мощным, благодаря США, экономическим потенциалом.

Список литературы

1. Бор, М. З. История мировой экономики: Конспект лекций / М. З. Бор. – М.: Дело и сервис, 2014. – 496 с.
2. Повалихина, Т. И. История мировой экономики и международных экономических отношений / Т. И. Повалихина. – М.: Современная школа, 2015. – 256 с.
3. Воронина Татьяна. Международная экономическая интеграция. Часть 1 / Татьяна Воронина. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. – 172 с.
4. Погорлецкий, А. И. Мировая экономика / А. И. Погорлецкий, В. Г. Шеров-Игнатьев, А. Ю. Цыцырева. – М.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2014. – 356 с.
5. Россия: Интеграция в мировую экономику. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 432 с.

УДК 38.3

Стрельцова Я.В.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПАО «СБЕРБАНК» КАК ОСНОВНОЙ ИГРОК НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

ПАО «Сбербанк России» является самым востребованным, высокодоходным и высококонкурентным банком на территории Российской Федерации. Сбербанк России обладает самой обширной сетью подразделений, которые предоставляют широкий ассортиментный круг всех банковских услуг. По данным официального сайта «Сбербанк России», данный банк имеет 14 территориальных банков и 16342 подразделений в 83 субъектах Российской Федерации. Около 70 % населения Российской Федерации пользуются услугами Сбербанка России. Спектр услуг Сбербанка для розничных клиентов максимально широк: от традиционных депозитов и различных видов

кредитования до банковских карт, денежных переводов и банковского страхования. Основные показатели деятельности ПАО «Сбербанк» представлены в таблице 1 [составлена автором на основе данных источника 1].

Таблица 1 – Основные показатели деятельности ПАО «Сбербанк» в млн. руб.

	01.12.2013	01.12.2016
Активы	16 166 587	23 166 905
Выданные кредиты	3 235 090	4 322 864
Вклады	5 825 135	8 755 400
Прибыль	392 634	516 987

Исходя из данных таблицы, можно увидеть, активы Сбербанка выросли на 7000318 млн. руб. (или 43,4%), объем выданных кредитов увеличился на 1087774 млн. руб. (или 33,6%), вклады увеличились на 2930265 млн. руб. (или 50,3%), прибыль выросла на 124353 млн. руб. (или 31,7%), что свидетельствует о развитии и укреплении позиций Сбербанка на внутреннем рынке и стремлении развиваться и на внешнем. Динамика основных показателей представлена на рис. 1 [составлен автором на основе данных источника 1].



Рисунок 1 – Динамика основных показателей

Стремясь сделать обслуживание более удобным, современным и технологичным, Сбербанк с каждым годом все более совершенствует возможности дистанционного управления счетами клиентов. В банке создана система удаленных каналов обслуживания, в которую входят:

- 1) онлайн-банкинг «Сбербанк Онлайн» (более 30 млн. активных

пользователей). Доля пользователей приложением «Сбербанк Онлайн» представлена на рис. 2 [2].



Рисунок 2 – Наиболее популярные банки по предоставлению интернет-услуг

По количеству пользователей с большим отрывом лидирует Сбербанк 81,8% всех пользователей интернет-банкинга (30,1 млн. чел.) пользуются интернет-банком «Сбербанк Онлайн».

2) мобильные приложения «Сбербанк Онлайн» для смартфонов (более 18 млн. активных пользователей);

3) SMS-сервис «Мобильный банк» (более 30 млн. активных пользователей);

4) одна из крупнейших в мире сетей банкоматов и терминалов самообслуживания (более 90 тыс. устройств).

Сбербанк России ведет активную политику по развитию зарубежной деятельности, посредством расширения своей банковской сети и ее размещение на территориях зарубежных стран. У Банка существуют корреспондентские отношения более чем с 250 зарубежными банками-корреспондентами, из них в 40 банках открыты корреспондентские счета в иностранной валюте. Среди основных корреспондентов Сбербанка такие финансовые учреждения как The Bank of New York, The Chase Manhattan Bank, Commerz bank AG, Deutsche Bank AG, Moscow Narodny Bank, Donau Bank, Banka di Roma, Banko Central Hispano, The Bank of Tokyo – Mitsubishi и ряд других. В последние годы Сбербанк существенно расширил свое международное присутствие. Помимо стран СНГ (Казахстан, Украина и Беларусь), Сбербанк представлен в девяти странах Центральной и Восточной Европы (Sberbank Europe AG, бывший VBI) и в Турции (DenizBank). Сбербанк России также имеет представительства в

Германии и Китае, филиал в Индии, управляет Sberbank Switzerland AG [3].

Рассмотрим особенности сделки по покупке DenizBank, которая была завершена в сентябре 2012 года и стала крупнейшим приобретением Сбербанка за всю его историю. Данная сделка представляет собой привлекательную покупку недоступного ранее высококачественного турецкого банковского актива с масштабным бизнесом по оправданной цене. Сбербанк приобрел 99,85 % DenizBank совместно с бельгийской банковской группой Dexia за 6,469 млн. турецких лир (исходя из оценки 100 % акций в 6,479 млн. турецких лир).

Ключевые преимущества данной сделки:

1) привлекательность турецкой экономики, которая является крупной и динамичной (18-я экономика в мире), а также состоит из молодого и растущего населения (51 % населения (75 млн. человек) с возрастом менее 30 лет);

2) привлекательность сектора, которая заключается в потенциале роста, основанного на постепенном приближении к показателям развитых стран;

3) соответствие стратегии Сбербанка и целесообразность сделки в текущее время, которое заключается в отсутствии на рынке качественных турецких банковских активов (международная стратегия предполагает увеличение доли чистой прибыли от международных операций до 2018 года);

4) DenizBank является универсальным банком с конкурентными преимуществами в ключевых сегментах (широкая линейка продуктов в высокомаржинальных сегментах: рознице, МСБ и кредитовании агросектора), имеет сильную базу фондирования, высокое качество активов и устойчивый уровень капитализации, а также высококвалифицированный и опытный менеджмент и систему управления (менеджмент со средним опытом работы в правлении около 10 лет) [3].

Покупка таким сильным банком, как Сбербанк, такого же сильного банка, как Denizbank, является позитивным и плодотворным мероприятием с точки зрения развития российско-турецких торговых и экономических отношений. Турция и Россия – страны с высоким экономическим потенциалом. В обеих странах намного больше возможностей для реализации инвестиционных проектов, чем в Европе. Приход Сбербанка в турецкую экономику – положительный шаг. Сбербанк сможет воспользоваться турецким опытом в проведении своих операций, в свою очередь, Denizbank, безусловно, также сможет многому научиться у Сбербанка [3].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Сбербанк является перспективным и динамично развивающимся лидером на рынке банковских услуг. Инновации Сбербанка в сфере интернет-банкинга и мобильных приложений заслуживают отдельного внимания и являются наиболее популярными, аудитория составляет 81,8% от всех пользователей интернет-банкинга, что свидетельствует о комфорте использования данных видов приложений. ПАО «Сбербанк» имеет самые высокие финансовые показатели с положительной динамикой, присутствует и развивается на международном рынке. Приобретение Сбербанком Denizbank в 2012 году явилось крупной и положительно влияющей сделкой для укрепления положения Сбербанка на международной арене.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Рейтинг банков [Электронный ресурс] URL: <https://www.sravni.ru>.
2. Аналитическое агентство Marksw Webb [Электронный ресурс] URL: <http://marksw Webb.ru>.
3. Шведова, А.В. Особенности международной деятельности российских банков (на примере Сбербанка России) / А. В. Шведова, Д. В. Шведова, Л. Н. Жилина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 7-2. – С. 320-323.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ: ФИНАНСОВЫЙ, ИНВЕСТИЦИОННЫЙ, ИННОВАЦИОННЫЙ И ДРУГИЕ АСПЕКТЫ

УДК 65.011.56

Агафонова А.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ ТИПА MRP И НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Для современных экономических условий деятельности предприятия характерен большой объем информации, на основе которого осуществляется принятие управленческих решений. При растущем информационном потоке даже самому успешному руководителю трудно принимать действенные и результативные бизнес - решения. Поэтому предприниматель, идущий в ногу со временем, вынужден прибегать к помощи автоматизированных информационных систем, опосредующих процессы управления предприятием, что обуславливает актуальность рассматриваемой темы. В поисках подходящей, зачастую универсальной, MRP II системы производители тратят миллионы, приобретая наиболее популярные АИС, абсолютно не коррелируемые с работой самого предприятия.

Первые попытки создания единой модели данных, функционирующей в рамках всего предприятия и упрощающей управление производственными процессами, предприняты зарубежными международными компаниями в 1980 году. Так была разработана концепция MRP (Materials Recourse Planning), подразумевающая планирование материалов для производства и минимизацию издержек, связанных как со складскими, так и с производственными запасами. Ядром модели выступал BOM (Bill Of Material), отражающий зависимость спроса на сырье, полуфабрикаты и другие продукты от плана выпуска готовой продукции [1, с. 234].

Поэтапное развитие первоначальной модели (MRP) привело к тому, что на сегодняшний день ее модификации представлены уже в третьем поколении

(MRP III). Однако данные достижения практически не реализуемы в российской практике, следовательно, эволюционная цепочка анализируемой АИС будет построена в том виде, который наиболее удовлетворителен для отечественных реалий.

Прикладной к модели MRP II является концепция ERP (Enterprise Resource Planning), подразумевающая планирование ресурсов в масштабе всего предприятия. Основой ERP выступает создание единого хранилища данных (депозитария), содержащего всю деловую информацию, накопленную организацией в процессе ведения бизнеса, включая, финансовую информацию, данные, связанные с производством и управлением персоналом.

К положительным сторонам рассматриваемой надстройки можно отнести, во-первых, наличие депозитария, избавляющего от необходимости передавать данные от приложения к приложению. То есть любая часть информации, которой располагает данная организация, становится одновременно доступной для всех работников, обладающих соответствующими полномочиями. Более того, планирование ресурсов позволяет сократить время выпуска продукции, снизить уровень товарно – материальных запасов и улучшить обратную связь с потребителем при одновременном сокращении административного аппарата (рис. 1).

К недостаткам ERP модели часто относят ее высокую цену, варьирующуюся от 500 тыс. \$ до нескольких миллионов долларов. Также к слабым сторонам, не позволяющим реализовать рассматриваемую модель на отечественном рынке, следует отнести ее сопряжение со многими зарубежными стандартами, которые практически невозможно состыковать с различными аспектами российского бизнеса. В подтверждение этому следует привести темпы развития зарубежного рынка, торгующего моделями класса MRP II – ERP. Ежегодно число внедрений таких систем в мире растет на 35 – 40 %, в то время как в России насчитывается около десятка западных моделей и порядка 4 отечественных моделей класса КИС (корпоративные информационные системы) [1, с. 235].

Производственно – сбытовые организации со средним штатом работников, 100 – 250 человек, зачастую используют информационные системы типа MRP, которые представлены совокупностью методов эффективного планирования производственных ресурсов.

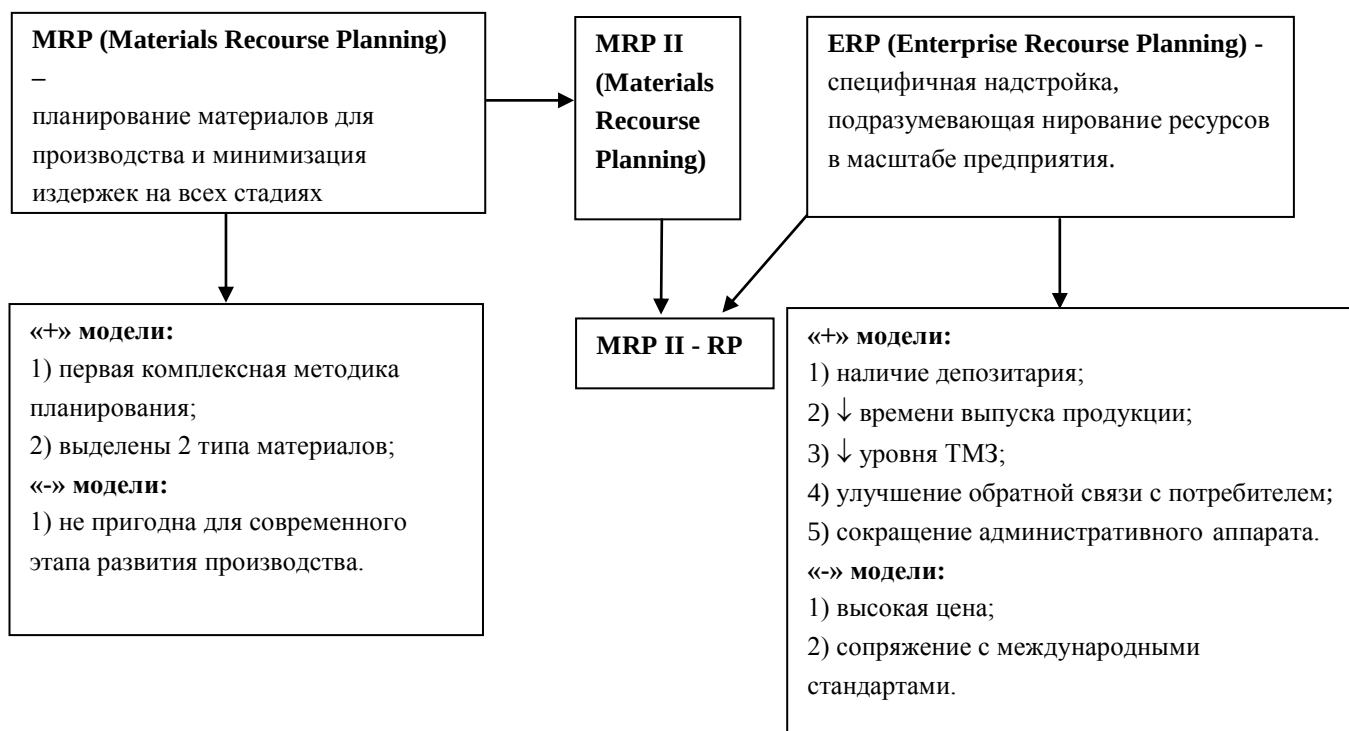


Рисунок 1 – Эволюция модели MRP с учетом российской практики

Отдельно следует вынести связку «MRP II – ERP», в методике которой можно выделить три раздела (рис. 2).



Рисунок 2 – Основные разделы системы MRP II – ERP [2, с. 102]

Данные системы включают в себя несколько связанных между собой функций планирования (рис. 3):

- 1) бизнес – планирование;
- 2) сбытовое и операционное планирование;
- 3) планирование потребностей в мощностях;
- 4) вспомогательные системы поддержки работы предприятия,

опосредующие указанные выше функции.

Реализация описанных выше функций может быть представлена как в виде полноценных финансовых отчетов, так и в следующих модификациях:

- 1) бизнес – план;
- 2) отчет о продажах предприятия;
- 3) отчет об использовании бюджета предприятия;
- 4) планирование запасов.

Информационные системы типа MRP II дают возможность производителю принимать специфические решения, связанные с оперативным и финансовым планированием, также применять при производстве и сбыте продукции модели, позволяющие проводить анализ чувствительности показателей деятельности предприятия, отвечая на вопросы типа «что если?».

Следовательно, основой MRP II является иерархия планов и отчетов. Планы первого (высшего) уровня зависят от планов второго (низшего) уровня, так как последние содержат в себе входные данные, намеченные показатели, выходные данные и определенные ограничительные рамки. Сама иерархия организована по принципу обратной связи: результаты планов нижнего уровня способны оказывать влияние на планы высшего уровня.

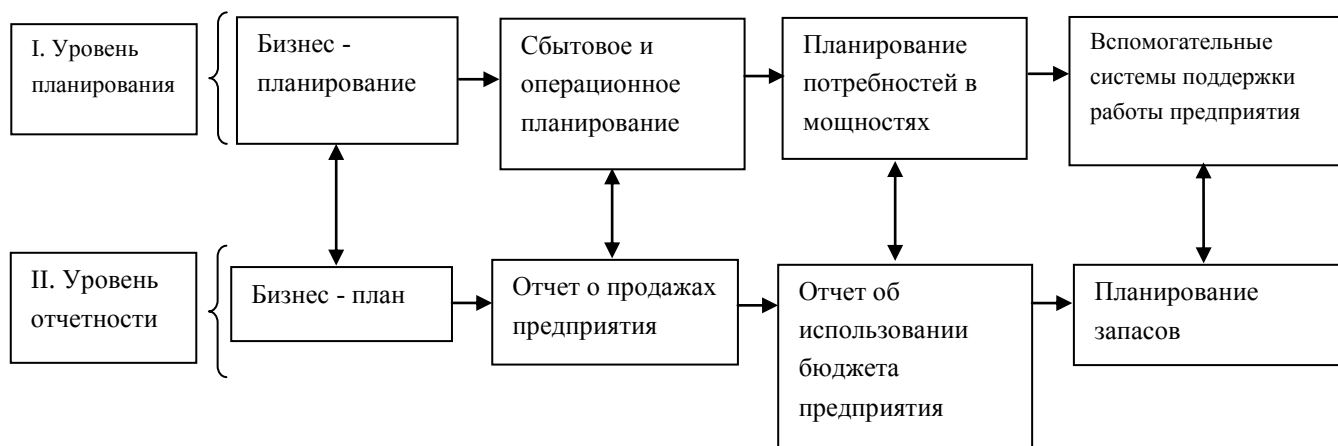


Рисунок 3 – Двухуровневая система работы системы MRP II

Анализируемая модель совместима не со всеми типами промышленных предприятий, так как в ее основе заложена достаточно сложная система, которую в формализованном виде можно представить следующим образом (рис. 4).



Рисунок 4 – Формализованная модель MRP II как АИС [2, с. 99]

Типы предприятий сгруппированы, исходя из особенностей организации производственного процесса на них, и объединены в 6 категорий (рис. 5). Каждой категории присвоен балл от 1 до 5, отражающий степень адаптированности предприятия к внедрению системы MRP II на производстве (1 – минимальная адаптированность, 5 – максимальная адаптированность).

Максимально адаптированными к внедрению MRP II технологии выступают предприятия первого типа, которые выпускают сложные изделия на заказ (единичное производство). Для компаний данного типа характерен штучный выпуск изделий и потенциально насыщенное разнообразие выпускаемой продукции, изготавливаемой на универсальном оборудовании с привлечением высококвалифицированного персонала.

Средний уровень адаптации к внедрению системы MRP II проявляют предприятия второго – четвертого типа: компании, ядром которых является

крупносерийное, мелкосерийное и серийное производство соответственно. В данной ситуации работает принцип: чем выше серийность, тем уже специализация рабочих и универсальность оборудования. Следовательно, такие предприятия упор на большой выпуск с незначительным числом видов готовой продукции.



Рисунок 5 – Типы предприятий с учетом адаптированности к внедрению MRP II в России

При этом MRP II практически не коррелируется с пятой и шестой категориями. Данное отторжение объясняется тем, что предприятия пятого типа представлены массовым производством, вбирающим в себя специализированное оборудование, поточные линии, конвейеры технологических комплексов, максимальные объемы выпуска, минимальное число видов выпускаемой продукции; а в шестую категорию попадают промышленные предприятия, не имеющие собственного производства. С другой стороны, модели типа MRP II реализуемы на предприятиях пятого и шестого типа при условии нестабильности рыночной конъюнктуры, что вполне характерно для России: неустойчивость темпов сбыта и темпов производства продукции [3, с. 3].

Таким образом, построена модель MRP II с учетом российской практики, а также отдельно вынесена связка MRP II – ERP, которая наглядно дает понять, какие проблемы можно решить, используя дополнительную надстройку в виде ERP на отечественных предприятиях. Указанные проблемы внедрения упомянутой выше связки на отечественных предприятиях в большей степени связаны с ее высокой ценой, которая является неподъемной для предприятий малого и среднего бизнеса. Для более глубокого понимания принципов функционирования систем типа MRP выведена двухуровневая цепь работы анализируемых АИС. Особое внимание в данной работе уделено группировке предприятий с учетом типов производственного процесса, так как данный вопрос является максимально актуальным при приобретении и внедрении систем типа MRP. Неверное соотношение конфигурации АИС и типа предприятия (с учетом типа производственного процесса) ведет, как минимум, к потере денежных средств, вложенных в покупку системы, либо к сбою производственного процесса на предприятии.

Список литературы

1. Хакимова, А. К. Современные системы управления промышленным предприятием / А. К. Хакимова // Символ науки. 2016. № 5-1. С. 234-237.
2. Зайцев, Д. Р. Применение информационных технологий и систем повышения эффективности управления организацией / Д. Р. Зайцев // Территория науки. 2015. № 2. С. 96-103.
3. Новиков, О. А. Некоторые аспекты современных методов управления промышленными предприятиями / О. А. Новиков, Д. В. Сквиря // Интернет-журнал Науковедение. 2013. № 6 (19). С. 1-13.

УДК 65.011.56

Астафурова А.Ф., Суржикова Т.Б.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПОДХОДЫ К ЕЕ РЕШЕНИЮ

В условиях современного рынка стабильного успеха в бизнесе можно

добиться лишь при условии планирования его эффективного развития. Для этого нужно постоянно аккумулировать информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности. Исходя из вышесказанного, проблема повышения конкурентоспособности предприятия становится все более насущной и актуальной.

Конкурентоспособность предприятия отражает его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны либо за ее пределами в сфере удовлетворения потребностей клиентов. Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью потребителей, их готовностью повторно приобретать продукцию этой фирмы, престижностью работы на этом предприятии, а также отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, работников и акционеров.

На конкурентоспособность предприятия оказывают влияние ряд факторов. Во-первых, значительное влияние оказывает динамика масштабов долгосрочного спроса. Подъем долгосрочного спроса привлекает новые предприятия на рынок, а падение спроса наоборот вызывает отток предприятий; динамика структуры спроса. Эти изменения представляют собой причину изменения требований потребителя к сервису, создание новых каналов сбыта, изменение в ассортименте нового товара, обновление продукта отрасли является ключевой движущей силой – влияет на методы производства, эффективные масштабы выпуска, маркетинговые затраты, каналы распределения. Во-вторых, немалое влияние на конкурентоспособность предприятия оказывают инновации. Частые технологические новшества в методах производства, размер инвестиций позволяют увеличивать значение эффекта жизненного цикла товара. Это может вызывать существенные изменения в требованиях к размеру и количеству предприятий, успешно действующих на рынке. Периодически фирмы предлагают рынку свою продукцию, пользуясь новыми путями и способами, стараясь увеличить покупательский интерес, подтолкнуть спрос, уменьшить затраты на единицу продукции. Таким образом, маркетинговые инновации приводят в движение новые силы, которые изменяют условия конкуренции и позиции фирм соперников. Покупательские предпочтения также оказывают влияние на улучшение конкурентоспособности предприятия. Зачастую растущее число

покупателей решает, что товары массового потребления по низким ценам вполне удовлетворяют их вкусам и предпочтениям так же, как и товары с более высокими ценами, дающие возможность выбора. И наконец, государственное регулирование рынка. Действия государства через свои институты, включая регулирование экономических отношений, а также изменение государственной политики, могут повлиять на рынок и конкурентные условия.

Габибова выделяет несколько подходов к решению проблем повышения конкурентоспособности предприятия. Во-первых, постоянное использование нововведений, поиск новых, более совершенных форм выпускаемого товара и выпуск продукции такого качества, которое бы отвечало государственным и мировым стандартам, а также сбыт товаров в те сегменты рынка, где наиболее высокие требования к качеству и сервисному обслуживанию. Во-вторых, использование только высококачественного сырья и материалов. В-третьих, проведение маркетинговых исследований рынка, с целью установления потребностей покупателей, а также анализ своих конкурентов, для выявления своих сильных и слабых сторон. В-четвертых, использование наиболее эффективных рекламных мероприятий, регистрация своего товарного знака и использование фирменных марочных изделий. Также одним из самых наиболее эффективных подходов к решению проблемы конкурентоспособности предприятия является постоянное обучение и переподготовка кадров, повышение материальной заинтересованности работников и улучшение условий труда [1, с. 86]. Используя эти пути, предприятие сможет повысить как свою конкурентоспособность, так и укрепить свою финансовую устойчивость

Одним из самых эффективных способов повышения конкурентоспособности предприятия выступают инновации. Под инновациями понимаются внедренные новшества, которые обеспечивают интенсивный рост эффективности процессов или продукции, востребованные рынком. Инновации являются конечным продуктом интеллектуальной деятельности человека. Для обеспечения устойчивой конкурентной позиции необходима постоянная активность предприятий, направленная на улучшения конкурентных преимуществ услуг. Становится очень действенным инвестировать наличные средства не в классические сферы бизнеса, а идеи, благодаря которым фирма создает больше преимуществ [2, с. 3558]. Например, компания Unilever

в своей деятельности активно использует новейшие исследования и разработки. Они открыли глобальный технологический центр для разработчиков продуктов. Данный глобальный технологический центр сфокусирован на разработке новых ингредиентов для маргаринов, спредов, майонезов, соусов и сливок. Центр представляет собой организацию с 225 специалистами во Влардингене (Нидерланды), Дийон (Франция) и Энглеуд Клиффс (США). Центр будет способствовать развитию компании Unilever благодаря привнесению продуктовых инноваций. Кроме того, Центр CoE вносит свой вклад в операционную прибыль компании Unilever, компенсируя повышение товарных затрат более эффективным использованием компонентов и применением новых технологий. Новый центр сосредоточен на том, чтобы развивать инновационные продукты, которые сохраняют полезные свойства масел (например, жирные кислоты омега-3 и омега-6, витамины), более здоровый выбор продуктов (например, продукты с минимизированным содержанием жиров; низкокалорийные продукты) и функциональные пищевые продукты (продукты с добавлением функциональных компонентов для обеспечения здорового образа жизни). Компания использует огромный научный потенциал и глубокое знание потребителей для повышения качества жизни и уровня благополучия самыми различными путями – от достижений в области питания до разработки инновационной зубной щетки или изобретения удобного и недорогого устройства для очистки воды, предназначенного для тех регионов мира, где отсутствуют достаточные ресурсы чистой воды [3]. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что деятельность успешной компании с высоким уровнем конкурентоспособности очень тесно связана с новейшими разработками и активным внедрением различных инноваций в производство своей продукции.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей функционирования современного рынка необходимо, в первую очередь введение инноваций и реализация инновационной политики, непрерывное совершенствование продукции, а также развитие системы государственной поддержки высокоэффективных инвестиционных проектов предприятия за счет предоставления государственных гарантий и инвестиционных ресурсов, размещаемых на конкурентной основе. Также необходимым является мотивация сотрудников, обеспечение надлежащих

условий работы, отдыха и высокий уровень заработной платы. Повышение конкурентоспособности предприятия является залогом его успешного функционирования и финансовой стабильности предприятия.

Список литературы

1. Габибова, М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М. Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 85-87.
2. Власенко, В. Е. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / В. Е. Власенко // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 3556-3560. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86749.htm>.
3. Unilever. Исследования и разработки – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unilever.ru/about/innovation/research-and-development/>.

УДК 338.32.053.3

Бачурин А.А., Червова Л.Г.

Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР

СУБКОНТРАКТАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

В настоящее время свыше 60% всех коммерческих сделок на мировом рынке осуществляется путём заключения договора о субконтрактации. Данная модель организации производства часто применяется в тех отраслях экономики, где традиционно доминирует малое предпринимательство, например в сфере информационно-коммуникационных технологий, пищевой и текстильной промышленности. Следует отметить, что производственная кооперация (субконтрактинг) не является принципиально новым видом взаимодействия субъектов хозяйствования. Во многих постсоветских странах и за рубежом нормативно-правовые основы делового сотрудничества между производителями и подрядчиками действуют достаточно давно. Вместе с тем,

«субконтрактное» взаимодействие в современных условиях стало одним из основных механизмов ускоренного развития малых и средних инновационных промышленных предприятий.

Для крупных предприятий Донецкой Народной Республики главным преимуществом субконтрактации является возможность концентрации ресурсов и сосредоточения усилий на достижении стратегических целей. Кроме того, производственная кооперация малых и крупных предприятий Республики предоставит им возможность избавиться от незадействованных производственных активов, сократив таким образом значительную часть издержек производства готовой продукции. При этом малые предприятия за счёт узкой специализации и небольших расходов на управление могут предложить крупному бизнесу сравнительно невысокую стоимость продукции собственного производства, что позволит добиться существенного снижения цен на комплектующие изделия и повысить конкурентоспособность крупного предприятия.

Включение субконтрактора (малого предприятия) в производственные цепочки крупного бизнеса представляет огромный практический интерес для развития структурных преобразований малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике. За счёт интенсивного использования трудовых ресурсов и постоянной загрузки производственных мощностей малые предприятия Республики субконтракторы, избавятся от необходимости поиска новых заказчиков и обретут возможность извлекать стабильную прибыль. На практике малые инновационные предприятия, использующие механизм субконтрактации, получают от крупных предприятий (контракторов) необходимые для исполнения заказа контрольно-измерительные приборы, уникальную технологическую оснастку и прочее оборудование.

Осуществление совместной деятельности предполагает учёт всех институциональных аспектов субконтрактных отношений, их строгую правовую регламентацию. Такая регламентация оказывает положительное влияние на предсказуемость поведения бизнес - партнёров и прозрачность проведения деловых сделок.

Сотрудничество между участниками субконтрактных отношений предопределяет качественное улучшение производственной структуры предприятий и способствует увеличению производительности труда. В то же

время, сужение масштабов производственной деятельности крупного бизнеса (контракторов) оказывает отрицательное влияние на уровень деловой активности малых инновационных предприятий при отсутствии у последних альтернативных вариантов сбыта высокотехнологичной продукции. В связи с этим, риск сокращения объёма заказов для малого предприятия может быть минимизирован при одновременном сотрудничестве субконтрактора с несколькими крупными предприятиями. Важно подчеркнуть, что требования, предъявляемые заказчиками в рамках субконтрактных отношений, в большинстве случаев очень велики. В мировой практике многие крупные предприятия выстраивают жёсткую систему критериев отбора малых высокотехнологичных предприятий, что гарантирует им определённое качество изготовленной субконтракторами продукции. Более того, контрактор, предоставляя уникальное оборудование малым предприятиям, как правило, ограничивает возможность его использования условиями договора. Тем не менее, оказываемое на малые предприятия давление крупных промышленных производителей имеет ряд своих преимуществ, которые кратко можно выразить так: малое предприятие, активно взаимодействуя с крупным бизнесом, приобретает положительный деловой опыт.

С точки зрения взаимовыгодного сотрудничества малых и крупных промышленных предприятий Донецкой Народной Республики можно выделить два перспективных направления производственной кооперации:

1. Использование малыми предприятиями Республики производственного потенциала крупных предприятий для производства собственной промышленной продукции.

На ранних стадиях функционирования малых предприятий использование производственных возможностей крупных предприятий позволит им восполнить недостаток в кадровых, организационных и материально-технологических ресурсах. Размещая заказы на крупных предприятиях, малые предприятия разделят на составные части процесс производства конечного изделия, что позволит им создавать продукцию, избегая затрат на покупку производственного оборудования и привлечение квалифицированных кадров. Вместе с тем, кооперационное взаимодействие малых предприятий, выступающих в данном случае в роли заказчиков, с крупным бизнесом имеет ряд организационно-экономических проблем. В частности, крупный

производитель промышленной продукции зачастую не заинтересован в выполнении малых и, как правило, низкорентабельных заказов. Кроме того, сравнительно низкая скорость оформления договорных отношений, трудности в согласовании условий контракта, индивидуальные производственные планы – факторы, которые значительно осложняют процесс кооперационного взаимодействия малых и крупных производителей.

2. Использование крупными предприятиями Республики интеллектуальных и производственных возможностей малых инновационных предприятий, включение последних в производственные цепочки крупного бизнеса путём оформления кооперационных заказов.

Привлечение малых наукоёмких предприятий для разработки и изготовления отдельных видов изделий (деталей, комплектующих и пр.) и оказания разных видов высокотехнологичных услуг (обработка металлов, лазерный раскрой, разработка программного обеспечения, установка и обслуживание компьютерных сетей и пр.) позволит крупным предприятиям восполнить дефицит в недостающих материальных и трудовых ресурсах.

Как показывает мировая практика, размещение заказов на малых наукоёмких предприятиях предоставляет возможностям крупному бизнесу сократить издержки производства готовой продукции, время, необходимое на изготовление конечного изделия и затраты, связанные с оплатой труда высококвалифицированных кадров. В то же время, применение данной модели организации хозяйственной деятельности крупными предприятиями осложняется рядом взаимосвязанных проблем. В частности, взаимодействие с большим количеством поставщиков предполагает увеличение расходов крупного предприятия на привлечение организационных ресурсов, увеличивает риск невыполнения заказа малым предприятием, а также риск несогласованного распространения интеллектуальной собственности. Поэтому, в большинстве случаев, крупные субъекты хозяйствования стремятся к максимальному использованию собственных ресурсов по всему технологическому циклу. При этом деятельность малых инновационных предприятий по этому направлению имеет свой комплекс проблем, среди них: ценовой диктат со стороны крупного предприятия, высокая зависимость от авансовой оплаты выполненной работы и предоставленных услуг, недостаточный уровень информированности о потребностях крупного

заказчика, слабое материально-техническое оснащение МП и, главное, незаинтересованность крупных предприятий в сотрудничестве с малым бизнесом в силу институциональных особенностей осуществления предпринимательской деятельности.

Вместе с тем, выгоды от государственной поддержки развития субконтрактной модели организации производства существенно превышают недостатки кооперационного взаимодействия малого и крупного бизнеса. При этом важное значение в развитии структурных трансформаций малого предпринимательства в большинстве экономически развитых стран имеют Центры промышленной субконтракции. Например, в рамках проекта, разработанного Правительством г. Москвы совместно с ООН по промышленному развитию UNIDO (ЮНИДО), в 1998г. в России был создан Межрегиональный Центр промышленной субконтракции и партнерства. В настоящее время главным направлением деятельности ЗАО «МЦПСР» является содействие в развитии малого и среднего инновационного предпринимательства в промышленной сфере за счёт применения механизмов производственной кооперации (субконтракции и аутсорсинга), а также информационно-консультационное обеспечение деятельности МСП [1].

С целью реализации промышленного потенциала, повышения инновационной активности и конкурентоспособности государств-членов Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС) 21 декабря 2016г. была утверждена Концепция создания евразийской сети кооперации и субконтракции [2]. В Концепции зафиксированы основные задачи евразийской сети субконтракции, представлен порядок её формирования и финансирования, отражены организационные аспекты информационного взаимодействия государств-участников международной производственной кооперации, а также особенности функционирования Евразийской экономической комиссии (далее – ЕЭК). На основе актуальных сведений о действующих в государствах ЕАЭС промышленных предприятий, ЕЭК формируется единый реестр производителей промышленной продукции – контракторов и субконтракторов. На национальном уровне деятельность, связанная с развитием субконтрактных отношений, формированием электронной базы данных, консультационной поддержкой МСП, поиском и отбором деловых партнёров, разработкой методических материалов с учётом

рекомендаций ЕЭК осуществляют Центры промышленной кооперации государств-участников ЕАЭС. Деятельность Национальных центров субконтрактации финансируется за счёт бюджетных средств государств-членов ЕАЭС, предусмотренных для реализации программ по развитию МСП.

Следует заметить, что механизмы субконтрактации в большинстве экономически развитых стран закреплены законодательно, в частности в Федеральном законе РФ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 N 44-ФЗ [3] определено участие малого предпринимательства в государственных закупках. В соответствии с Законом, заказчики обязуются закупать у субъектов хозяйствования – малых предприятий не менее 15% годового объёма закупок, зафиксированных в соответствующем плане. Условия привлечения субъектов малого предпринимательства к исполнению государственных заказов включаются в специально разработанный контракт, где фиксируется объём заказа у малого предприятия, рассчитанный в виде процента от общей цены контракта. При этом к закупке продукции военного назначения, предоставлению финансовых услуг, оказанию услуг в сфере ЖКХ, здравоохранения, образования, поставке и сохранении культурных ценностей и пр. малое предпринимательство не привлекается. Кроме того, законодательно ограничена максимальная цена контракта, заключаемая с малым предприятием – 20 млн. руб. Учитывая, что в Донецкой Народной Республике механизмы регулирования развития структурных трансформаций малого предпринимательства фактически отсутствуют, государственный заказ целесообразно рассматривать как эффективный инструмент стимулирования развития и поддержки малого высокотехнологичного предпринимательства.

Международный опыт развития субконтрактных отношений показывает, что данная модель организации производства позволяет оптимизировать процессы создания промышленной продукции, повысить конкурентоспособность крупных и малых высокотехнологичных предприятий, ускорить процессы структурно-технологической модернизации и развития наукоёмких отраслей, расширить кооперационное взаимодействие промышленных предприятий, реализовать политику структурного преобразования малого предпринимательства. Применение этого механизма промышленного взаимодействия малых наукоёмких предприятий и крупных

производителей промышленной продукции позволит повысить уровень конкурентоспособности экономики Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Портал информационной поддержки малого и среднего производственного бизнеса – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.subcontract.ru/Start/Statistics.html>
2. Концепция создания евразийской сети промышленной кооперации и субконтрактации от 21 декабря 2016г. №143 – [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/456037458>
3. Федеральный закон РФ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 N 44-ФЗ [Электронный ресурс]. – URL: https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi19_CSg8TTAhUBP5oKHZhaCSgQFgggMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.consultant.ru%2Fdocument%2Fcons_doc_LAW_144624%2F&usq=AFQjCNFn4mgMCWjWUjsiUJa481nHQWsKcA

УДК 658.152

Быкова А.О., Мартынович В.И.

Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Саратов

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современном мире инновации играют огромную роль. Они ставят предприятия на путь развития, улучшают качество продукции, снижают затраты производства за счет использования нововведений. Но, несмотря на это, промышленные предприятия не проявляют активности в вопросах инновационного развития и инновационная деятельность в России, по оценкам экспертов, развита слабо и не находится на должном уровне.

Уровень инновационной активности крупных и средних организаций промышленного производства (рис. 1), оцениваемый по доле организаций,

осуществлявших технологические инновации, в их общем числе, за последнее десятилетие установился на отметке 9-10%. Такая динамика свидетельствует об определенной стагнации в рассматриваемой сфере. В 2015 г. разработку и внедрение технологических инноваций осуществляли 2283 отечественные организации промышленного производства, или 9.5% их общего числа.

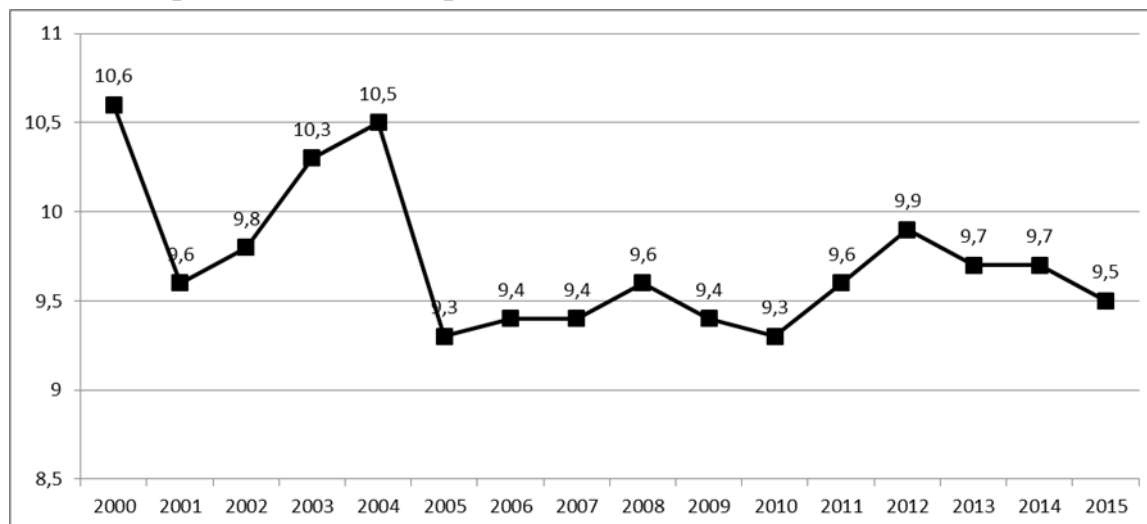


Рисунок 1 – Количество организаций, осуществляющих технологические инновации в динамике (в процентах от общей численности организаций)¹

Многие исследования говорят о том, что российские предприятия не заинтересованы в инновационном развитии как таковом. Например, по мнению топ-менеджеров компаний, трудно утверждать, что в России активно и динамично осваиваются инновации. Модальная группа опрошенных оценила инновационную активность российских компаний на 4 балла по семибалльной шкале.

Главной причиной незаинтересованности в инновационном развитии является то, что в нашей стране конкурентные преимущества в своем большинстве создаются другими факторами, и предприятиям нет необходимости привлекать потребителей с помощью инновационной деятельности.

Можно выделить следующие основные проблемы внедрения инноваций на российских предприятиях:

1. Одними из основных являются административные проблемы, к которым относятся проблемы, связанные с нормативно-правовой базой для инновационной

¹ Для составления данного графика использовались статистические данные с официального сайта государственной статистики: <http://www.gks.ru>.

деятельности, предоставлением льгот и тому подобное [1, с. 17].

На сегодняшний день в России нет правовой базы, регулирующей инновационную деятельность обособленно от научной сферы, а также от реализации прав интеллектуальной собственности. Существует лишь проект Федерального закона «Об инновационной деятельности в Российской Федерации», но данный закон еще не вступил в силу. Это является поводом для различных противоречий в понимании инновационного процесса, инновационного развития и т.п. между предпринимателями, учеными и правительством.

Еще одной административной проблемой является то, что государство не уделяет достаточного внимания применению результатов НИОКР на практике и массовой реализации рыночных механизмов для их поддержки. Существует незначительное количество льгот и в инновационных затратах предприятий часть бюджетных средств составляет не более 5%.

К административным барьерам также можно отнести проблему коррупции. В современных условиях предпринимателям экономически более выгодно сотрудничать с чиновниками разного уровня, используя коррупционные механизмы, вырабатывать конкурентные преимущества незаконными и нечестными способами, вместо того, чтобы развивать производственный процесс, совершенствовать управление и так далее.

Для исправления сложившейся ситуации необходимо формирование эффективной системы инновационного менеджмента на предприятиях, имеющих возможность осуществлять инновационную деятельность.

Государство должно создавать благоприятные условия для инновационно-ориентированного предпринимательства, разрабатывать и реализовывать программы его поощрения, поддерживать технологическую модернизацию производства, дополнять и разрабатывать правовую базу и, что немало важно, следить за ее исполнением.

2. В связи с высокой стоимостью инновационных разработок, а также долгосрочностью вложений, возникает проблема недостаточности финансирования инновационной деятельности предприятиями. Предприятия далеко не всегда располагают собственными средствами на финансирование нововведений, а возможность привлечения финансовых средств из внешних источников ограничена. Инновационная деятельность подвержена большому

числу рисков, поэтому кредиторы и инвесторы не обладают никакой гарантией возврата ссуд и получения дивидендов.

Решить проблему финансирования можно путем использования нераспределенной прибыли предприятия, аккумуляции средств из внешних источников, участия предприятия в инвестиционно-инновационных кластерах, финансирования инновационных проектов за счет бюджетных средств государства. Проблему рискованности инвестиций в инновации можно снизить с помощью разработки и внедрения эффективной системы гарантирования и страхования рисков.

3. Еще одной очень важной проблемой, препятствующей развитию инновационной деятельности предприятий России, является изношенность их основных производственных фондов (колеблется на разном уровне по отраслям промышленности и достигает довольно тревожных значений) (рис. 2).

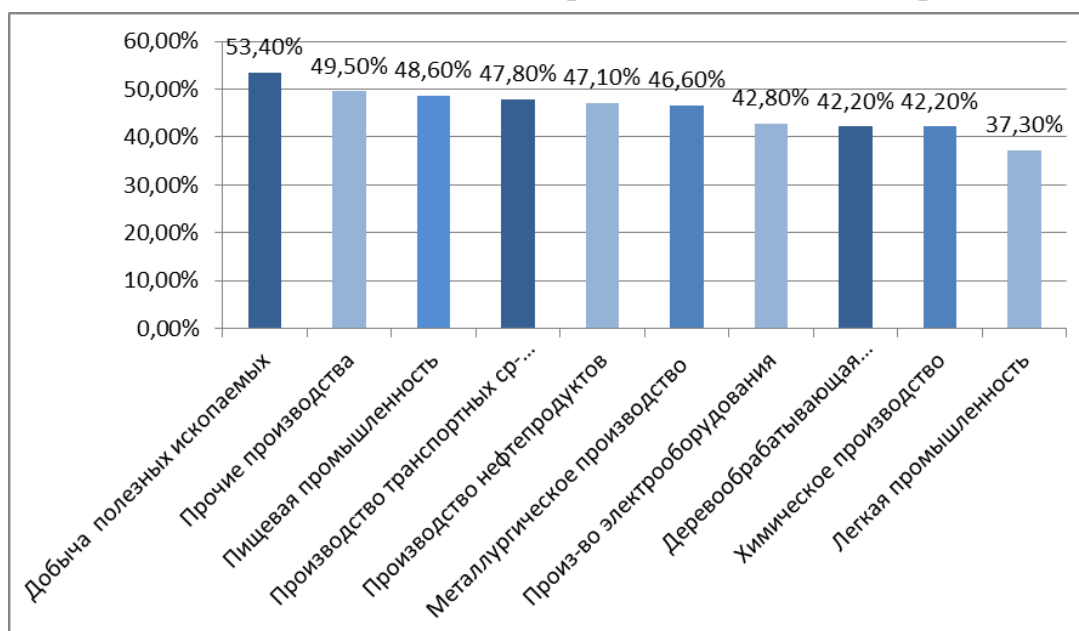


Рисунок 2 – Степень износа ОПФ по отраслям промышленности
(на конец 2015 года)²

Данный факт значительно осложняет проведение инновационной деятельности на предприятии, поскольку оно сталкивается с ситуацией, когда внедрить какое-либо нововведение оказывается довольно затруднительно. Новые элементы производственной системы просто не могут быть объединены

² Для составления данной гистограммы использовались статистические данные с официального сайта государственной статистики: <http://www.gks.ru>.

с основной цепочкой по различным техническим причинам и, становится необходимым расходовать дополнительные средства на обновление базовой части производственного комплекса. В результате предприятия совсем отказываются от преобразований или откладывают их.

Для преодоления этой ситуации, на предприятиях необходимо проводить грамотную политику в области воспроизводства основных фондов, решать проблему финансирования инновационной деятельности, а в том числе и обновления оборудования.

4. Существование феномена сопротивления инновациям, которое обусловлено двумя положениями:

- человеку свойственно бояться всего нового. Новшества воспринимаются основной частью людей как угроза их стабильному положению в рамках сложившейся организационной системы;

- с точки зрения инвестора, вкладывающего деньги, появление новой технологии, более эффективной, создает угрозу существующей. Поэтому инвесторы стараются не осуществлять новых вложений, хотя бы до тех пор, пока предыдущие не окупятся.

Решением данной психологической проблемы должно стать грамотное организационное управление, атмосфера подъема организации и мотивация ее работников, способствуют успешному проведению необходимых изменений и привлечению инвесторов.

5. Инновационное развитие предприятий сталкивается сегодня с недостатком квалифицированных работников. Причиной этому является наличие различных факторов, оказывающих отрицательное влияние на российское образование. Недостаток квалифицированных специалистов в проекте нередко служит причиной отказа в инвестициях.

Для проведения разработки и реализации инновационных программ требуются кадры, специально ориентированные на стратегию развития, а не на текущее функционирование. Их мотивация к инновационному развитию экономики обуславливается конкретными гарантиями государства в дальнейшем трудоустройстве, в хорошей заработной плате и социальной защищенности. Отсутствие данных условий часто приводит к потере специалистов высокой квалификации, их «утечке за рубеж».

Для решения данной проблемы необходимо повышать уровень

образования, осуществлять подготовку и переподготовку квалифицированных работников и создавать для них условия работы.

Важно подчеркнуть, что в России уровень инновационной деятельности неразрывно связан с размером предприятия. Так, среди компаний с числом сотрудников до 49 человек, доля предприятий, осуществляющих инновации составляет 1,2%, в сегменте с численностью сотрудников от 50 до 99 – 4,6%, инновационная активность предприятий с числом занятых от 5 000 до 9 999 – 70,1%, свыше 10 000 чел. – 76,6%. [2, с. 93] (рис. 3)

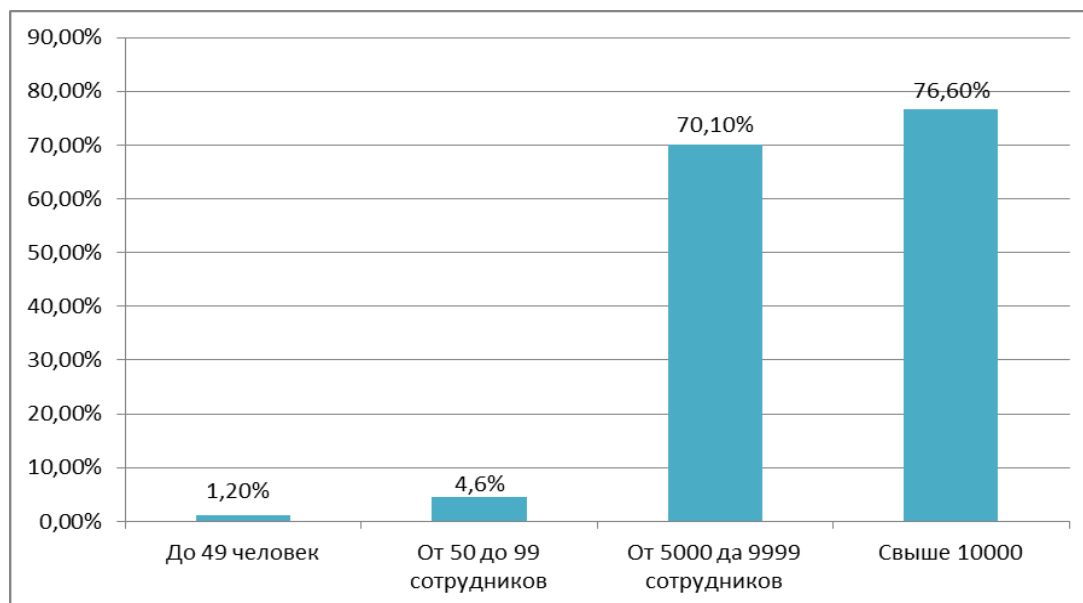


Рисунок 3 – Инновационная активность предприятий³

Данный факт объясняется тем, что крупные предприятия обладают большими человеческими, производственными, финансовыми ресурсами, а также имеют возможность лоббировать свои интересы, что немало важно в конкурентной борьбе.

Рассмотренные проблемы составляют далеко не весь список барьеров, препятствующих внедрению новшеств на российских предприятиях. Но даже они являются серьезными препятствиями на пути развития инновационной деятельности и экономики страны в целом. В настоящее время принимаются различные меры для ликвидации рассмотренных проблем или сведению их влияния к минимуму. Однако повышение инновационной активности в России требует контроля и эффективной поддержки со стороны государства

³ Для составления данной гистограммы использовались статистические данные с официального сайта государственной статистики: <http://www.gks.ru>.

Список литературы

1. Законодательные барьеры ведения инновационной деятельности в России: результаты исследования / Н. Н. Бутрюмова и др. // Инновации. 2016. – № 12. – С. 16-27.
2. Концепция итерационного маркетинга в реализации полного инновационного цикла / З. А. Темердашев, Н. Е. Иванова и др. // Инновации. 2008. – № 8. – С. 91–95.

УДК 658.7

Егупова Е.Э., Чечеткина М.А.

Донецкий институт железнодорожного транспорта, г. Донецк, ДНР

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ

Для эффективной деятельности предприятия необходимы следующие моменты: выполнение планов по изготовлению продукции, снижение ее себестоимости, что в конечном итоге приведет к росту прибыли и рентабельности. И одним из условий достижения этого является полное и своевременное обеспечение предприятия сырьем и материалами.

Рост объема продукции и улучшение ее качества в значительной степени зависит от обеспеченности предприятия производственными запасами и эффективности их использования. Своевременное поступление и эффективное использование запасов обеспечивает бесперебойную, ритмичную работу, выполнение плана и увеличение прибыли. Необоснованный их избыток может привести к замедлению оборачиваемости оборотных средств, а, следовательно, ухудшению финансового состояния [15, с.347]. В современных условиях предприятия самостоятельно определяют, исходя из программы выпуска: величину потребляемых ресурсов, а именно: их качество, поставщиков и основные базы поставки материалов, сроки поступления сырья, материалов и полуфабрикатов.

Следовательно, непрерывная работа предприятия – это полная обеспеченность потребности в производственных запасах источниками покрытия. Они могут быть внешними и внутренними. К внешним источникам

относятся материальные ресурсы, поступающие от поставщиков в соответствии с заключенными договорами. Внутренние источники – это сокращение отходов сырья, использование вторичного сырья, собственное изготовление материалов и полуфабрикатов, экономия материалов внедрения достижений научно-технического прогресса. Изыскание внутрипроизводственных резервов экономии материальных ресурсов составляет содержание экономического анализа.

При определении реальной потребности в завозе материалов определяется общая потребность в определенном виде материалов. Ее рассчитывают как сумму потребности в материальных ресурсах на программу выпуска, откорректированную на изменение остатков материалов на начало и конец года, плюс потребность в материальных ресурсах на капитальный ремонт и содержание других вспомогательных служб.

Объектом анализа является комплексность поставки, то есть соблюдение определенных соотношений между важнейшими видами производственных запасов. Нарушение комплексности снабжения, как правило, приводит к нарушению сроков изготовления, ассортимента и возможному снижению объема выпуска.

Большое значение в анализе уделяется выполнению задания по срокам поставки материалов, которые определяют ритмичность выпуска. Нарушение сроков поставки (закупки) материалов ведет к нарушению ассортимента и, как было сказано выше, снижению объема выпуска.

Функционирование хозяйствующего субъекта невозможно без создания оптимальной величины запасов для осуществления выпуска продукции. В процессе анализа определяется соответствие фактического размера запасов важнейших видов сырья и материалов нормативным размерам

На базе отчетности о выполнении норм расходов сырья, материалов, топлива не только устанавливается экономия или перерасход против нормативов, но и выявляются резервы экономии путем сокращения удельного расхода материалов. Содержание и последовательность анализа влияния на объем производства материально-технического обеспечения и использование материальных ресурсов приведены на рис. 1.

Следующим этапом анализа является установление обеспеченности предприятия запасами. С этой целью фактические запасы оборотных активов

по каждому элементу сопоставляют с данными, приведенными в бухгалтерском балансе предприятия, и с нормативами, действующими в следующем, после анализируемого, периоде.

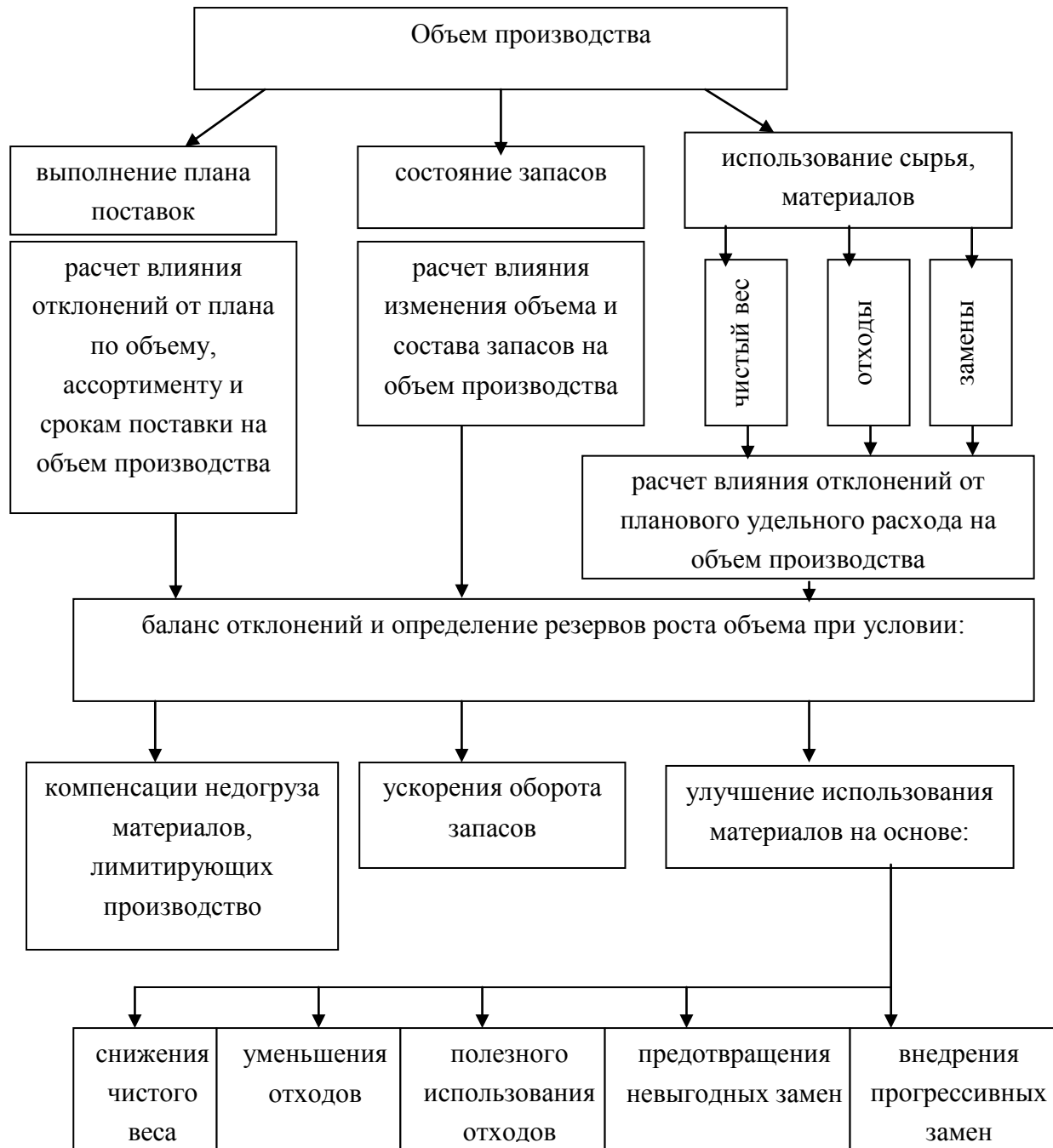


Рис.1 Схема материально-технического обеспечения предприятия

В процессе детализации анализа изучается состояние запасов, характер и структура остатков, а также их качество. Состояние запасов анализируется по показателю запаса в днях, характеризующего, на сколько дней нормальной

работы хватит предприятию имеющего остатка того или иного элемента производственных запасов. Важный этап анализа – выявление экономической эффективности запасов. Показателями, характеризующими экономическую эффективность запасов, являются: качество размещения и устойчивость закрепления производственных запасов по местам хранения, количество продукции, получаемой с рубля запасов, сумма прибыли. В отношении отдельных элементов производственных запасов к показателям эффективности можно отнести показатели быстроты их оборачиваемости.

Алгоритм расчета показателей, характеризующих эффективность использования запасов, приведен в табл. 1.

Таблица 1 – Методика расчета показателей эффективности использования запасов

Показатель	Алгоритм расчета
1 Коэффициент оборачиваемости оборотных активов (K_{OOA})	$K_{OOA} = \text{Выручка от реализации} / \text{Среднегодовая стоимость оборотных активов}$
2 Продолжительность оборота оборотных активов (T_o)	$T_o = \text{Количество дней в периоде (360)} / K_{OOA}$
3 Коэффициент оборачиваемости запасов (K_{oc})	$K_{oc} = \text{Себестоимость реализованной продукции} / \text{Среднегодовая стоимость запасов}$
4 Продолжительность оборота запасов (T_{oc}) (производственный цикл)	$T_{oc} = \text{Количество дней в периоде (360)} / K_{oc}$
5 Коэффициент накопления (K_H)	$K_H = \frac{\text{Производственные запасы} + \text{Незавершенное производство}}{\text{Готовая продукция} + \text{Товары}}$
6 Сумма средств, дополнительно высвобожденных (-) или привлеченных (+) с оборота (Δ)	$\Delta = \text{Отклонение в оборачиваемости запасов в днях} \times \text{Однодневная выручка отчетного периода}$
7 Доля запасов в общем объеме оборотных активов (D_z)	$D_z = (\text{Сумма запасов} / \text{Общая стоимость оборотных активов}) \times 100\%$
8 Материалоемкость (ME)	$ME = \text{Материальные затраты} / \text{Общий объем производства}$
9 Материалоотдача (MO)	$MO = \text{Общий объем производства} / \text{Материальные затраты}$

Помимо показателей оборачиваемости общей характеристикой расхода материальных ресурсов на производство продукции служит показатель материалоемкости, что оценивает фактический расход материальных ресурсов на единицу продукции в натуральном или стоимостном ее измерении. Этот показатель напрямую взаимосвязан с показателями, характеризующими расход отдельных видов материальных ресурсов (металлоемкость, энергоемкость, топливоемкость), измеряемых в натуральном, натурально-стоимостном и стоимостном определении.

Следовательно, сокращение материальных затрат и снижение материалоемкости продукции (работ, услуг) будут для рассматриваемого предприятия важнейшими факторами повышения эффективности производства.

Таким образом, экономическая эффективность, состав и качество производственных запасов, эффективное использование всех их элементов находятся в прямой зависимости от состояния материально-технического обеспечения.

Список литературы

1. Головки, Е. В. Финансово-экономическая деятельность предприятия: контроль, анализ и безопасность: Учеб пособие/ Е. В. Головки, А. В. Минчанка, В. М. Норманская. – М.: ЦНЛ, 2010. – 448 с
2. Стадник, Н. Е. Методика экономических исследований: Курс лекций / Н.Е. Стадник. – Л: ЛьвЦНТЕИ, 2011. – 88 с
3. Тарасенко Н.В. Финансовый анализ: учебное пособие / Н.В. Тарасенко, И.М. Вагнер. – Львов: «Новый мир-2000», 2008. – 444 с.

УДК 657

Жуляева М.С., Супрунова Е.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

НУЖЕН ЛИ БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ МЕНЕДЖЕРАМ?

Бухгалтерский учет является сложной для изучения дисциплиной. Исходя из этого, целью статьи является изучение необходимости основ бухгалтерского

учета в высших учебных заведениях у студентов-менеджеров.

Данная тема является актуальной, так как студенты-менеджеры на этапе изучения дисциплины «бухгалтерский учет» не всегда понимают, для чего необходимы получаемые знания, и как применять их на практике.

В учебном плане студентов-менеджеров дисциплина называется «Бухгалтерский учет», однако студенты ее изучают как «Финансовый учет и финансовый анализ». Во время изучения дисциплины студент должен овладеть такими компетенциями как: владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. А так же умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета [1,2].

Изучив объявления на таких сайтах поиска работы как «zarplata.ru» и «hh.ru» можно сделать вывод, что при составлении требований по открытым вакансиям работодатели в основном не расписывают знания, умения и навыки, которыми должен обладать кандидат на должность менеджера (руководителя). Лишь в некоторых объявлениях можно увидеть такое требование как «умение составлять финансовую отчетность». Почему работодатели не пишут все критерии отбора? На этот вопрос ответил директор одной из компаний, разместивших объявление: «Если в объявлении о поиске сотрудника указывать все умения и навыки, которыми должен обладать наш будущий сотрудник, то мы заведомо сократим часть кандидатов – это не всегда идет на пользу. В данном случае играет роль психологический фактор. Соискатель может недооценивать свои способности, к примеру, из-за низкой самооценки или наоборот, переоценить свои возможности. Так можно потерять скромного, но качественного сотрудника». Исходя из комментария по проблеме директора компании, можно сделать вывод о том, что чем больше соискателей отправит резюме и придет на собеседование, тем у компании больше шансов подобрать максимально подходящего кандидата на должность, что будет способствовать развитию компании.

Открытым остается вопрос: нужны ли менеджеру компетенции,

полученные в результате изучения дисциплины «Бухгалтерский учет»? Для изучения ответа на этот вопрос были проведены опросы среди студентов, учащихся по направлению менеджмент, а так же среди руководителей различных предприятий.

Группе студентов-менеджеров было заданно 3 вопроса.

1. Как Вы считаете, нужно ли студенту-менеджеру изучать дисциплину «Бухгалтерский учет»?

2. На Ваш взгляд, будете ли вы применять полученные знания, умения и навыки по дисциплине «Бухгалтерский учет» на практике?

3. Смогу ли знания, умения и навыки полученные в рамках дисциплины «Бухгалтерский учет» дать вам конкурентное преимущество на рынке труда?

В результате проведенного опроса студентов были выявлены первые результаты:

100% опрошенных считает, что нужно изучать дисциплину «Бухгалтерский учет» в рамках учебного процесса в ВУЗе.

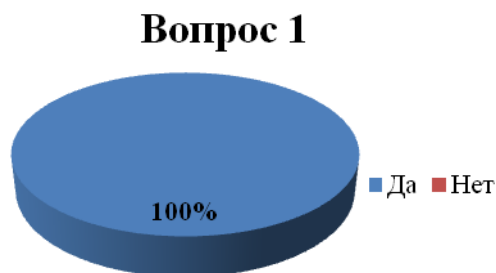


Рисунок 1 – Результат опроса студентов: ответ на 1 вопрос

100% опрошенных респондентов увечены, что будут применять полученные знания бухгалтерского учета на практике.

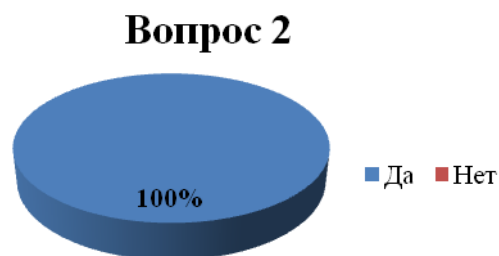


Рисунок 2 – Результат опроса студентов: ответ на 2 вопрос

Стоит отметить, что большая часть опрошенных студентов не считает,

что знания, умения и навыки бухгалтерского учета дает преимущество перед другими соискателями на рынке труда при приеме на должность менеджера, а именно 93%.



Рисунок – 3. Результат опроса студентов: ответ на 3 вопрос

Исходя из опроса, проведенного у студентов, учащихся по направлению подготовки «Менеджмент» можно сделать вывод о том, что дисциплина «Бухгалтерского учета» необходима им в будущем для осуществления своей профессиональной деятельности.

Чтобы получить наиболее достоверные данные о необходимости изучения дисциплины «Бухгалтерский учет» в рамках подготовки менеджеров в Высших Учебных Заведениях были опрошены руководители предприятий и структурных подразделений. В анкете было представлено 3 вопроса, на которые необходимо было ответить «да» или «нет»:

1. Применяете ли Вы знания, умения, навыки, полученные при изучении дисциплины «Бухгалтерский учет» в ВУЗе?

2. Являются ли знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения дисциплины «Бухгалтерский учет» необходимыми для руководителя (менеджера)?

3. Будет ли кандидат на должность менеджера, обладающий хорошими знаниями бухгалтерского учета иметь преимущества?

При проведении опроса руководители легко шли на контакт, отвечали на вопросы осмысленно, при этом давая небольшие комментарии, что может гарантировать достоверность результатов. В результате опроса получены следующие итоги:

100% опрошенных руководителей применяют свои знания в области дисциплины «Бухгалтерский учет».

Вопрос 1

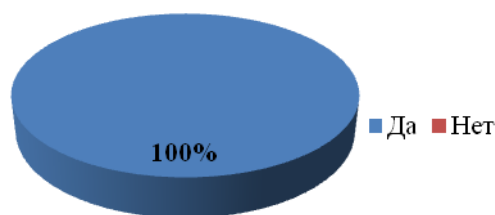


Рисунок – 4. Результат опроса руководителей: ответ на 1 вопрос

Так же все респонденты согласны с тем, что знания бухгалтерского учета являются необходимыми для менеджера. «Систематизирование полученных и успешно применённых на практике знаний, умений и навыков, безусловно, необходимо для руководителя, в том числе и менеджера», - прокомментировал второй вопрос один из руководителей.

Вопрос 2

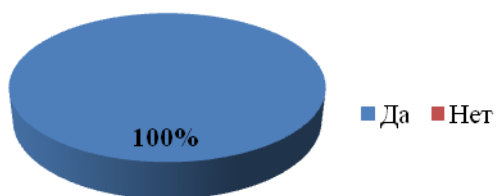


Рисунок – 5. Результат опроса руководителей: ответ на 2 вопрос

При ответе на 3 вопрос мнения участников опроса разделились в связи с разными подходами к подбору персонала. Для большинства руководителей знания, полученные в высшем учебном заведении, не являются «главенствующим» критерием отбора, так как их можно получить практическим путем. Но есть и другая точка зрения: без теоретической базы, сотруднику будет сложнее усвоить практическую деятельность. В результате процент голосов распределился следующим образом: 72% работодателей ответили на 3 вопрос отрицательно, 28% - дали положительный ответ.

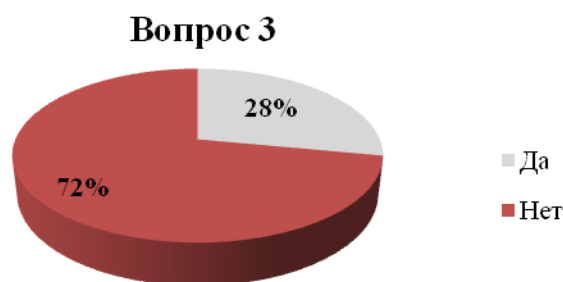


Рисунок – 6. Результат опроса руководителей: ответ на 3 вопрос

Анализируя результаты опроса руководителей можно сделать вывод о том, что знания, умения и навыки, полученные в ВУЗе им необходимы для успешного и эффективного осуществления своей деятельности.

Обобщив результаты проведенных опросов среди студентов, учащихся по направлению менеджмент и руководителей, можно сделать вывод, что знания, умения и навыки, которые студенты получают по дисциплине «Бухгалтерский учет» им необходимы, и они будут их применять, работая на предприятии или открыв свой бизнес – ожидания соответствуют реальности. Предположение большинства студентов о том, что знания бухгалтерского учета в основном не дают преимущества при трудоустройстве, было подтверждено и большей частью руководителей, однако стоит учесть, что часть работодателей считает иначе. Следовательно, существует вероятность, что знания помогут при трудоустройстве.

В результате изучения вопроса «нужен ли бухгалтерский учет в менеджменте» и проведенных исследований были выполнены поставленные задачи и достигнута цель. Исходя из этого, можно сделать вывод: бухгалтерский учет как дисциплина, изучаемая менеджерами, исходя из проведенных опросов, является необходимой базой для построения успешной карьеры. При изучении студент приобретает знания, умения и навыки, которые в будущем будет применять, поэтому дисциплина «Бухгалтерский учет» необходима студентам-менеджерам.

Список литературы

1. Супрунова, Е. А. Учебно-методическое пособие к изучению дисциплины «Учет и анализ» Часть 1 / Е. А. Супрунова // Омский гос. ун-т путей сообщения. – Омск, 2014. – 32с.

2. Супрунова, Е. А. Учебно-методическое пособие к изучению дисциплины «Учет и анализ» Часть 2 / Е. А. Супрунова // Омский гос. ун-т путей сообщения. – Омск, 2015. – 35с.

УДК 38.3

Золотова Е.Д.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ОТСТАВАНИЯ ТЕЛЕ2 ОТ ДРУГИХ ОПЕРАТОРОВ «БОЛЬШОЙ ЧЕТВЕРКИ»

В связи с тем, что плотность сотовой связи на 100 человек составляет 176%, конкуренция на рынке очень высока. Операторам приходится совершенствоваться, придумывать новые тарифные планы, улучшать качество связи, развиваться интенсивно, именно поэтому эта тема актуальна.

Основными факторами роста рынка сотовой связи стали значительные инвестиции в отрасль, которые позволили реализовать эффект масштаба и снизить уровень тарифов. Сложность рынка оборудования сотовой связи заключается в том, что необходимо быстро развернуть дорогостоящую систему, иначе невозможно предоставлять услуги связи в принципе. Для этого необходимы инвестиции. Стремясь захватить рынок компании-производители оборудования связи развертывали свои коммерческие, сервисные, инженерные инфраструктуры в России и в той или иной форме финансировали операторов сотовой связи.

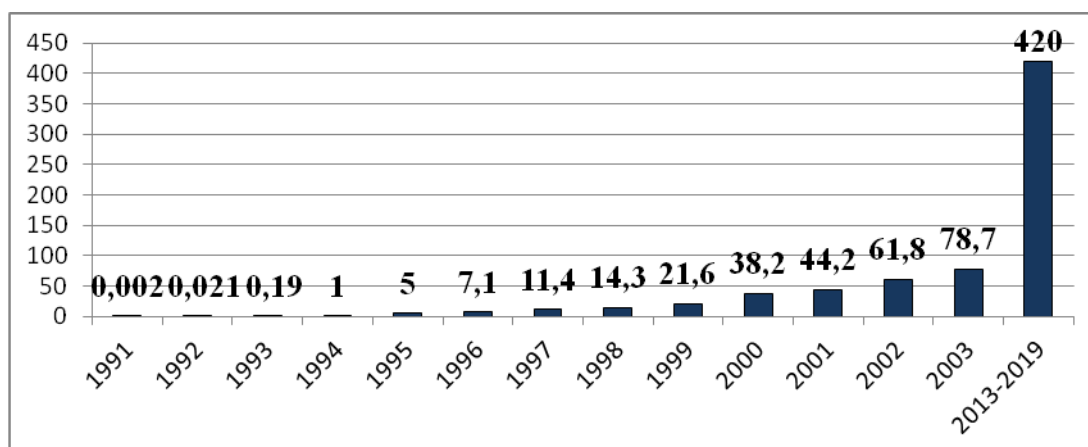


Рисунок 1 – Объем инвестиций общий, млрд. руб.

На рис. 1 прослеживается рост инвестиций, как видно, для формирования отрасли было вложено более 6 трлн. рублей, при переводе на современные деньги. Без инвестиций лично невозможно развернуть широкую сеть, что и является первой проблемой Теле2.

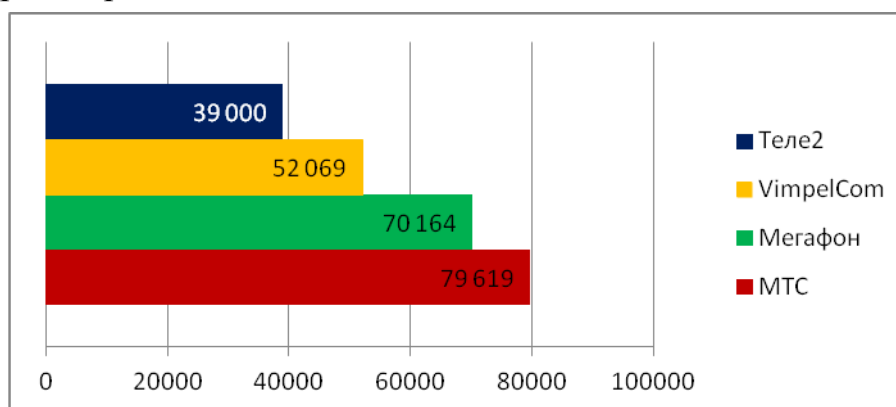


Рисунок 2 – Инвестиции МТС, Мегафон, VimpelCom, Теле2 в 2015 году, млн. руб.

Инвестиции Теле2 почти в 2 раза были меньше, чем у МТС и составили в 39 000 млн. руб. (рис. 2). На эти деньги они развернули свою сеть в Москве, что увеличило количество абонентов до 35 млн. человек (у МТС 71 млн. чел.).

Из-за отсутствия дифференциации товара, небольшого количества абонентов, относительно других операторов, Теле 2 не хватает выручки на инновации, но не смотря на это, выручка растет и в 2015 составила 94,6 млрд. руб. (рис. 3).

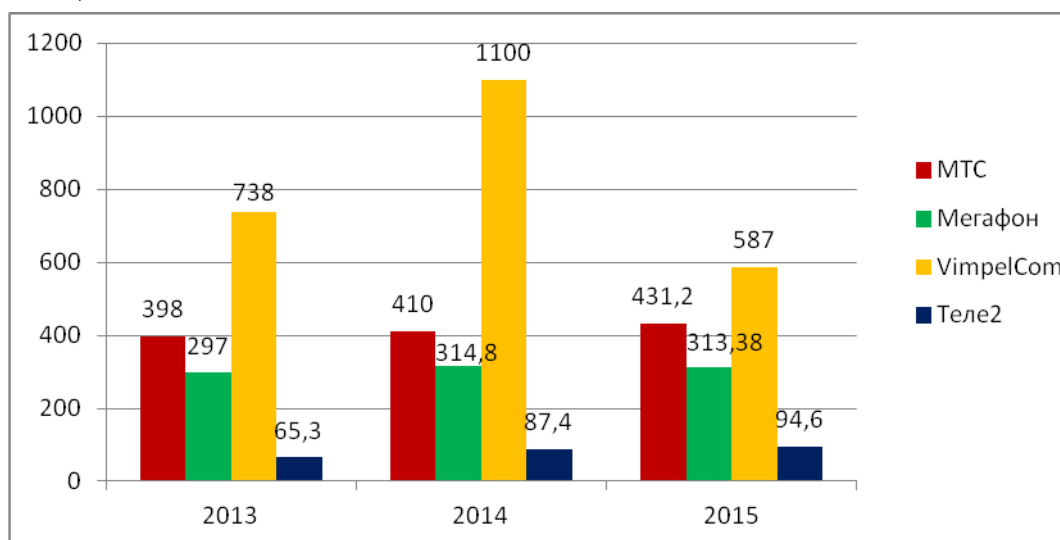


Рисунок 3 – Общая выручка МТС, Мегафон, VimpelCom, Теле2, млрд. руб.

Причина, по которой абоненты предпочитают других операторов в том,

что Теле2 отстает от стандартов связи. Например, вышки третьего поколения у Теле2 появились только в 2015 году вместе с LTE, в то время, как у его конкурентов они были с 2007 года. По количеству башен сотовой связи компания также уступает: у Мегафона около 15 000 LTE-станций в России, МТС на 2-м месте 13 600, в сети «Вымпелкома» базовых станций LTE около 7000, а у Теле2 1100 базовых станций [1] (рис. 4).

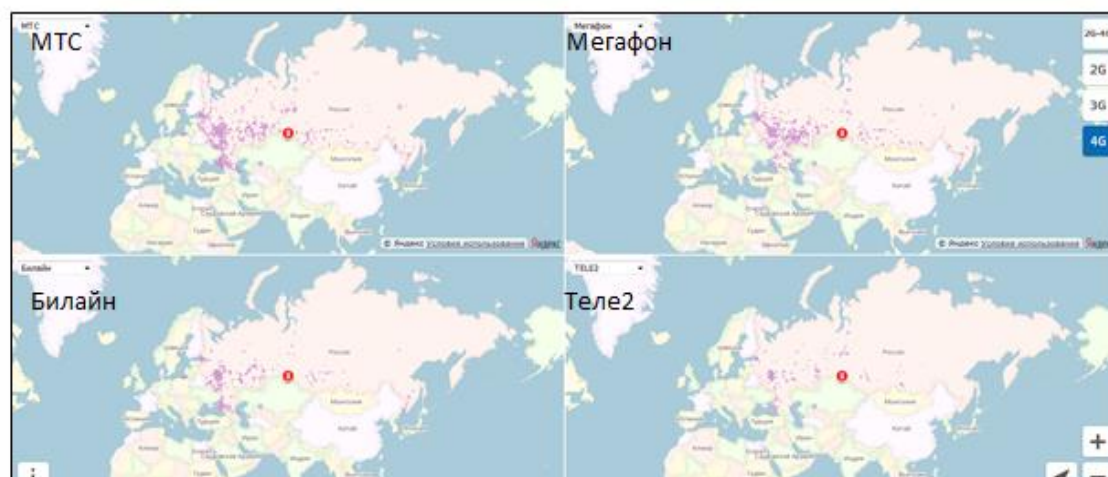


Рисунок 4 – Зона покрытия «большой четверки» вышками LTE [2]

К инновациям относятся и тарифы, благодаря которым люди все таки предпочитают Теле2. Данная компания всегда показывало себя как дешевого оператора, предоставляя недорогие тарифные планы и пакеты. Так, в табл. 1 представлена сравнительная характеристика тарифов для нового сегмента, представители которого практически не разговаривают по телефону, не отправляют сообщения, а потребность в интернете высокая, поэтому для данного сегмента предпочтительней безлимитный интернет.

Таблица 1 – Расценки тарифов операторов «большой четверки»

Стоимость	Оператор	Тариф	Предоплаченный объем услуг		
			Звонки, мин	Смс, шт	Интернет, Гб
199	Теле2	Беспредельно черный	200	200	безлимитный
269,3	Билайн	#можноВСЁ	250	250	белимитный
279	МТС	Smart Безлимитище	200	200	безлимитный
370	Мегафон	Все включено М	600	600	5

Как видно в табл. 1, самый выгодный тариф для данного сегмента у Теле2, т.к. они ориентируются именно на интернет, а звонки и сообщения им не нужны. Теле 2 стремится быть самым востребованным и выгодным среди корпоративных тарифов (таблица 2)

Таблица 2 – Расценки корпоративных тарифов

Стоимость	Оператор	Тариф	Предоплаченный объем услуг			Вне пакета		
			Звонки, мин	СМС, шт	Интернет, Гб	Звонки, мин	СМС, руб. за шт	Интернет снижается
500	МТС	Умный бизнес	700	1000	4	2	3,8	1Гб=100руб.
550	Мегафон	Корпоративный безлимит	600	1500	10	3	3,9	До 64 Кбит/сек
600	Теле2	Бета	1500	1500	10	3	1	До 64 Кбит/сек
600	Билайн	Для бизнеса	600	600	10	3	1,5	До 64 Кбит/сек

В табл. 2 корпоративный тариф Теле2 не самый дешевый, но самый выгодный для бизнеса, больше всех звонков, 10 Гб интернета, после истечения трафика он не отключается, как у МТС, а просто снижается скорость, бесплатные междугородные звонки. Многие компании в Москве предпочли этот тариф, но в связи с тем, что Теле2 запустилось в столице только в 2015, иногда бывают сбои. Дело в том, что сеть в столице действует только в режиме 3G/LTE. То есть в зданиях, в переходах и метро, да и вообще при любых сложностях абонент рискует потерять сигнал на ровном месте.

Еще одна главная проблема, которая влияет на количество абонентов и на выручку это - международное сотрудничество. Эта проблема относится ко всем новым компаниям, в том числе и Теле2. Многим компаниям помогает развиваться дополнительная прибыль, которую они получают от других стран, например МТС активно ведет дела со странами СНГ, Армения, Белоруссия, Украина, Киргизия, Туркмения, Узбекистан; Мегафон расположилась в Украине и во всех прибыльных областях России (сибирский филиал, столичный, дальневосточный, северо-западный, поволжский), а Теле2 сотрудничает только с Казахстаном в котором ей принадлежит 20% доли рынка.

Таким образом, можно сказать, что у данной компании есть потенциал, она демонстрирует рост выручки, увеличение абонентов, благодаря чему увеличивается доля на рынке, которая в 2006 составляла 3%, а в 2016 15%. К тому же у Теле2 удобные и выгодные тарифные планы, в том числе и для роуминга и корпоративные. Но главная проблема, которая мешает теле2 развиваться-небольшая зона покрытия России и отсутствие своих сетей в других странах, в связи с чем, ей не хватает прибыли для большего развития, а после снижения рентабельности из-за увеличения периода окупаемости строительства в Москве это сделать еще сложнее.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Ведомости. МТС обошла «Мегафон» по количеству базовых станций 4G в ЦФО и СЗФО в 2014 году Электронный ресурс / URL: <http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2015/01/29/mts-oboshla-megafon>
2. МинКомСвязь России гос. услуги [Электронный ресурс]/URL: <https://geo.minsvyaz.ru/#/-1/-1/2/51.786135210658735/63.87602450000004/4>
3. Калькулятор тарифов [Электронный ресурс]/URL: http://www.banki.ru/telecom/cellular/search/?calls_a_day=2&sms_a_day=2&mobile_internet=3.

УДК 658.152

Ионкина В.С., Мартынович В.И.

Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г.В. Плеханова,
г. Саратов

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Как известно, развитие информационных технологий является одним из факторов инновационного развития любой страны и ее регионов. Прогресс в каждой сфере деятельности человека, достигается, чаще всего, именно с

помощью научно-технологических инноваций.

Информационные технологии призваны, решать задачи по эффективной организации информационного процесса для снижения затрат времени, труда, энергии и материальных ресурсов во всех сферах человеческой жизни и современного общества. Информационные технологии (ИТ) взаимодействуют и часто составляющей частью входят в сферы услуг, области управления, промышленного производства, социальных процессов.

Разработкой различных программ, приложений, технологий занимаются ИТ-компании. В таблице №1 представлены самые крупные ИТ-компании мира.

Таблица 1 - Десять крупнейших публичных ИТ-компаний мира

Название	Страна	Продажи, млрд. долларов США	Капитализация, млрд. долларов США
Apple	США	173,8	483,1
HP	США	112,1	63
IBM	США	99,8	202,5
Microsoft	США	83,3	343,8
Google	США	59,7	382,5
Intel	США	52,7	129,2
Cisco Systems	США	47,9	119
Oracle	США	37,9	185
Lenovo Group	Гонконг	37,2	11,9
Accenture	Ирландия	30,6	52,7

Источник: <https://habrahabr.ru/company/moex/blog/250463/>

Из данных таблицы 1 видно, что первое место занимает Apple (США), следующие семь позиций занимают такие компании как HP, IBM, Microsoft, Google, Intel, Cisco Systems, Oracle соответственно, и все они являются представителями США, девятое место занимает компания Lenovo Group (Гонконг), а десятое Accenture (Ирландия).

На долю США приходится более половины поставок информационных технологий в мире. США являются не только главным поставщиком информационных технологий на мировой рынок, но и крупнейшим их потребителем, на долю которого приходится около трети совокупного оборота всего рынка.

Аналогичная ситуация прослеживается и при сравнении расходов государства на развитие информационных технологий (таблица 2).

Таблица 2 - Ведущие 15 стран по расходам на ИТ-сферу

№	Название	Расходы на ИТ-сферу, млрд. долларов	Годовой рост, %	Рост ВВП, %
1	США	654,55	3,9	1,9
2	Китай	182,74	8,3	7,7
3	Япония	146,53	3,4	1,5
4	Великобритания	113,75	4,6	1,7
5	Германия	98,51	1,7	0,4
6	Франция	72,99	-0,5	0,2
7	Бразилия	55,86	15,8	2,5
8	Канада	50,77	3,3	2
9	Австрия	38,84	0,2	2,7
10	Индия	37,35	19,7	5
11	Италия	36,44	-0,6	-1,9
12	Корея	36,17	-3,1	3
13	Россия	34,49	0,8	1,3
14	Исландия	28,82	0,7	-1,2
15	Нидерланды	27,9	-0,2	-0,8

Источник: <https://habrahabr.ru/company/moex/blog/250463/>

На долю крупнейших стран-потребителей ИТ – США, Китая, Японии, Великобритании и Германии – приходится 60% совокупного объема мирового рынка ИТ. Китай занимает не только второе место в мире по объему расходов на ИТ, но и является одним из самых быстрорастущих рынков, объем которого ежегодно увеличивается более чем на 8%. Россия находится на 13 месте в мире по уровню расходов на ИТ, значительно опережая такие развитые страны, как Нидерланды, Швеция и Швейцария.

В целом, можно сделать вывод, что Россия отстает в развитии информационных технологий от других стран, и это связано с тем, что на сегодняшний день информационные технологии в нашей стране развиваются в неблагоприятных условиях, к которым относятся:

- недостаток использования информационно коммуникативных технологий в социальной и экономической сферах, а также на уровне государственного управления;
- наличие неравномерного доступа к информационным технологиям в различных регионах страны;
- недостаток квалификационных кадров в ИТ-сфере

- плохо развитая электронная промышленность

Хоть Россия и отстает в развитии новых информационных технологий, тем не менее наша страна не стоит на месте. Крупными российскими компаниями в сфере IT-технологий являются НКК, Ланит, Softline, Лаборатория Касперского, Luxoft, 1C, ITG, RRC Group.

Согласно проведенным исследованиям компании IDS Group, основными потребителями новых технологий в России являются домашние пользователи, которые приобретают новые модели телефонов, планшетов и т.д., на втором месте транспорт, связь, энергетика, на третьем месте государственный сектор, и только дальше идут производственные предприятия и различные организации, которые приобретают у IT-компаний улучшенное оборудование и различные программы. Согласно этим же исследованиям, наибольший интерес и потребность, у всех категорий потребителей, заключается в разработке различных приложений.

В сегменте приложений самыми востребованными были приложения для автоматизации систем управления предприятием: системы управления ресурсами предприятия, системы бизнес-аналитики и приложения по управлению производственными операциями. Среди наиболее активных потребителей можно отметить компании, занятые в производстве, розничной торговле, энергетике, транспортных и бизнес-услугах. Государственный сектор продемонстрировал наибольший рост затрат на данный тип ПО, превысив аналогичные показатели предыдущего года на 50%. Таким образом можно сделать вывод, что большинство IT-компаний в России направлены на создание и разработку именно различных приложений и программ для самых разных отраслей.

На территории Саратовской области работают ряд крупных компаний, которые успешно развиваются и создают новые приложения и программы для разных организаций и общества в целом. Это такие компании как: Mirantis, Eram Systems, Grid Dynamics, Netcracker, Opensoft, Opendev, Mercury Development, Sura Systems, Roko Labs, Bell Integrator. Данные компании специализируются на разработке приложений, позволяющих улучшить функционирование таких сфер деятельности и отраслей как: банки и финансы, топливно-энергетический комплекс, страхование, медиа и развлечения, путешествия, технологический сектор, медицина и биотехнологии, розничная

торговля и потребительские товары и т.д.

Например, компанией Grid Dynamics разработана программа, которая следит за перемещением общественных транспортных средств. В Саратове, как и в большинстве крупных городов, возникают проблемы с транспортом после восьми часов вечера. Люди ожидая транспорт на остановках, не знают приедет ли нужный им автобус, либо троллейбус, стоит ли уже вызвать такси или пойти домой пешком. Данное приложение позволяет в режиме онлайн посмотреть где находится нужный вам транспорт и какое количество транспортных средств ещё находится на маршруте. В Саратове данный проект реализован на маршрутах 2Д, 240, 243Т, 229К, 238, 491, 97.

Если затрагивать социальную сферу, то можно сказать о разработке проекта в саратовской области связанную с домашними животными. Мобильное приложение Mercy помогает с поиском потерянных животных и помощи их бездомным собратам.

Основной функционал приложения строится вокруг хорошо структурированной базы потерянных и найденных животных в виде новостной ленты, в которой ни один из них не будет обделен вниманием. Также приюты и питомники размещают свой каталог животных, в котором пользователь может найти себе друга или финансово участвовать в его уходе и питании.

Чтобы обезопасить животных от возможного злого умысла, забрать питомца или связаться с временным опекуном через приложение может только пользователь, авторизованный в портале «Госуслуги».

Саратовской компанией Mirantis разработано приложение, с помощью которого жители могут отправлять информацию и фото о различных проблемах благоустройства городской среды представителям муниципалитета и отслеживать качество и скорость их решения.

Среди IT-компаний филиалы, которых функционируют в Саратове и Саратовской области наиболее динамично развивается компания Eram Systems. В данной компании создана «лаборатория инноваций», разрабатывающая ряд крупных проектов:

1. интернет автомобили. Суть данного проекта заключается в том, что автомобиль можно будет просто вызвать из сети, и он сам в нужное время приедет к клиенту. Так же разработчики считают, что автомобили должны научиться трансформации, то есть менять внешний вид и особенности работы информационно-развлекательных систем в зависимости от пользовательского опыта. Кроме того, автомобили должны поддерживать множество «скрытых»

сервисов – спутниковый мониторинг, администрирование страховых случаев, анализ износа оборудования. «Интернет автомобиль» развивается не только на уровне идей: у Eram Systems уже есть рабочие прототипы, созданные в рамках проекта EPAM Garage.

2. VR/AR: голограммы можно потрогать. Это специальное приложение, которое позволяет в реальном времени работать с объёмными голографическими изображениями. Это приложение позволяет с помощью специальных устройств, размещать в виртуальном пространстве небольшие 3D-объекты, которые могут наблюдать и видоизменять, с помощью своего прикосновения, сразу несколько человек. Приложение умеет сканировать пространство и привязывать виртуальные объекты к реальным координатам – в итоге все подключённые к «трансляции» пользователи не просто видят одинаковое изображение, но и могут наблюдать его изменение без задержки во времени.

Разнообразие манипуляций с трёхмерными объектами пока ограничено простейшими действиями – перемещением, вращением, изменением масштаба. Впрочем, эти ограничения логичны для прототипа, созданного небольшой командой всего за два месяца. В планах разработчиков – создать единое виртуальное пространство, в котором голограмму можно будет наблюдать удалённо.

В заключении, хотелось бы отметить, что рассмотренные выше инновации в сфере информационных технологий, представляют собой лишь незначительную часть того, что динамично развивающиеся информационные технологии привнесли в разные сферы экономической и социальной деятельности человека. Год от года влияние информационных технологий становится всё ощутимее. Количество инноваций, в той или иной степени связанных с информационными технологиями, увеличивается в геометрической прогрессии, востребованность данных технологий экономикой и обществом крайне высока, в этой связи тема инноваций, применительно к сфере IT-технологий, будет оставаться всегда актуальной.

Список литературы

1. <https://habrahabr.ru/company/moex/blog/250463/>
2. <https://www.epam-group.ru/>

Каткова И.Н., Тарасова Т.М.

Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара

АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИИ – КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация Автоматизация бухгалтерского учета на сегодняшний день необходимое условие для развития предприятий. В данной статье рассмотрены две конкурентоспособные программы для автоматизации бухгалтерского учета.

Ключевые слова: автоматизация бухгалтерского учета, программное обеспечение, эффективность.

Организовать оптимальную и эффективную структуру управления, увеличить результативность работы всего персонала, занять конкурентоспособное положение на рынке – это и есть первостепенные задачи руководителя. В бухгалтерской работе – это значительно важно, что обуславливает обширное использование бухгалтерских пакетов и программ, благодаря внедрению которых увеличивается своевременность обрабатывания данных и надежность деловой информации, в следствии этого экономические управленческие решения в большей степени объективны.

Безоговорочно компьютерная программа не сможет занять место опытного и грамотного бухгалтера, но благодаря данному нововведению даст возможность обнаружить арифметические погрешности в отчетности, сэкономят время и затраченные силы, позволит показать текущее положение на предприятии и выявить дальнейшие возможности в финансовом положении.

На российском рынке имеется большое количество программного обеспечения для автоматизации бухгалтерского учета. При выборе программы первым делом важно изучить рынок, предлагающий автоматизации бухгалтерского учета и услуги информационно-технологического сопровождения.

На сегодняшний день наиболее популярны такие программы как «1С: Бухгалтерия» и «БЭСТ-5». Проведем анализ преимуществ каждого программного обеспечения.

Критерий	«1С: Бухгалтерия»	«БЭСТ-5»
Аудитория:		
а) для малых предприятий	Да	Да
б) для средних предприятий	Да	Да
в) для крупных предприятий	Нет	Нет
Варианты поставки:		
а) локальная версия программы	Да	Да
б) сетевая версия программы	Да	Да
в) мобильная версия	Да	Нет
Возможности (подразделения):		
а) налоговая отчетность	Да	Да
б) бухгалтерская отчетность	Да	Да
в) финансы	Да	Да
г) таможенная	Нет	Нет
Наличие разновидностей программы для более конкретных отраслей:	Есть	Есть
Возможности ведения нескольких юридических лиц:	Да	Да
Получение отчетов в графическом виде:	Да	Нет
Стоимость программного обеспечения:	3300	6000
Обновления:	Раз в месяц	Один раз в несколько месяцев
Имеется ли демонстрационные версии:	В свободном доступе	Не имеется

Программы «1С: Бухгалтерия» и «БЭСТ-5» предназначены для малых, средних предприятий. По функциональным возможностям и по ценовой политике программные продукты значительно уступают друг другу. Тем не менее, на российском рынке с существенным преимуществом лидирует продукт фирмы «1С». На мой взгляд, это связано с тем, что продумана

организация всего бизнеса. Таким образом, нужно внимательно выбирать программное обеспечение, так как именно автоматизация бухгалтерского учета повлияет на эффективность работы главного бухгалтера.

Список литературы

1. Брыкова, Н. В. Автоматизация бухгалтерского учета в программе 1С: Бухгалтерия / Н. В. Брыкова. – М.: Академия, 2011. – 728 с.
2. Пятов, М. Л. Бухгалтерский учет для принятия управленческих решений / М. Л. Пятов. – М.: 1С: Паблишинг, 2013. – 268 с.
3. Козлова Бухгалтерский учет / Козлова, Е.П. и др. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 240 с.
4. Вифлеемский, А. Б. Бухгалтерский учет в образовательных учреждениях и централизованных бухгалтериях / А. Б. Вифлеемский. – М.: Народное образование, 2016. - 356 с.

УДК 330.313

Кенжалинова Д.С., Зотина Н.В.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ RFID-МЕТОК В ТОВАРНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Технология RFID (Radio Frequency Identification) – радиочастотная идентификация) – это технология нового поколения, основанная на использовании радиочастотного электромагнитного излучения. RFID применяется для идентификации и учета объектов.

RFID – это технология идентификации, предоставляющая больше возможностей по сравнению с традиционными системами маркировки. Наиболее распространенные RFID-метки представляют собой самоклеящиеся этикетки. Но если на штриховом коде информация хранится в графическом виде, то на метку данные заносятся и считываются при помощи радиоволн.

RFID-метка представляет собой миниатюрное запоминающее устройство. Она состоит из микрочипа, который хранит информацию, и антенны, с помощью которой метка эти данные передает и получает. Иногда RFID-метка

имеет собственный источник питания (такие метки называют активными), но большинство меток его лишены (эти метки называют пассивными).

В памяти RFID-метки хранится уникальный номер и пользовательская информация. Когда метка попадает в зону регистрации, эта информация принимается считывателем, специальным прибором, способным читать и записывать информацию в метках.

Активные RFID-метки используют для передачи энергию собственного элемента питания. Они программируются так, чтобы излучать сигнал через промежутки времени (например, 1 раз в секунду). Дистанция, на которой возможно чтение таких RFID-меток, доходит до 100 метров. Пассивные RFID-метки используют для передачи энергию поля считывателя. Накопив необходимую энергию, метка начинает передачу. Дистанция регистрации подобных меток меньше, сильно зависит от мощности считывателя - в пределах 0,05 – 8 метров. Технология RFID востребована в тех отраслях, где требуется контроль перемещения объектов в реальном времени, интеллектуальные решения автоматизации, способность работать в жестких условиях эксплуатации, безошибочность, скорость и надежность.

На складе с помощью RFID в реальном времени отслеживается перемещение товаров, ускоряются процессы приема и отгрузки, повышается надежность и прозрачность операций и снижается влияние человеческого фактора.

На производстве с помощью RFID ведется учет сырья, контролируются технологические операции и качество продукта.

В индустрии потребительских товаров и розничных продаж RFID-системы отслеживают товар на этапах цепи поставки, от производителя до прилавка. Товар вовремя выставляется на полку, не залеживается на складе и отправляется в те магазины, где на него высокий спрос.

RFID-метки применяются в маркировке меховых изделий. Каждое изделие маркируется контрольным идентификационным знаком (КИЗ) со встроенной в него RFID-меткой.

RFID-метки – устройства, способные хранить и передавать данные. В памяти меток содержится уникальный идентификационный код. У некоторых RFID-меток перезаписываемая память

RFID-считыватели – приборы, которые читают информацию с меток и

записывают в них данные. Эти устройства подключаются к учетной системе, и работают автономно.

Современные учетные системы (программы семейства 1С, корпоративные информационные системы – MS Ахapta, R3Com) совместимы с RFID-технологией и не требуют специальной доработки.

Технология RFID востребована во многих областях. Чтобы системы, основанные на технологии RFID работали в любой среде, была разработана целая линейка RFID-меток. Условно RFID-метки делятся по следующим признакам.

По типу питания.

Активные – используют для передачи данных энергию встроенного элемента питания (зона чтения до 100 метров);

Пассивные – используют энергию, излучаемую считывателем (дальность до 8 метров).

По видам памяти.

"RO" (Read Only) – данные записываются только один раз, сразу при изготовлении. Такие метки пригодны только для идентификации. Никакую новую информацию в них записать нельзя, и их невозможно подделать;

"WORM" (Write Once Read Many) – кроме уникального идентификатора такие метки содержат блок однократно записываемой памяти, которую можно многократно считывать;

"RW" (Read and Write) – такие метки содержат идентификатор и блок памяти для чтения/записи информации. Данные в них могут перезаписываться.

По исполнению (определяется целями и условиями использования RFID-меток): самоклеящиеся бумажные или лавсановые метки; стандартные пластиковые карты; дисковые метки; брелоки; специальное исполнение для жестких условий эксплуатации.

Такое многообразие позволяет подобрать RFID-метки для любой задачи, в зависимости от нужд заказчика.

Приборы для считывания данных с меток бывают нескольких типов. По исполнению считыватели делятся на стационарные и переносные (мобильные).

В зависимости от частотного диапазона метки, дистанция устойчивого считывания и записи данных в них отличается.

Настольные считыватели применяются в библиотеках, розничной

торговле. RFID-считыватель используется как в точках продаж, так и на складе производителя.

Существуют также порталные считыватели.

Использование RFID-меток имеет следующие преимущества.

1. Перезапись. Данные RFID-метки перезаписываются и дополняются много раз, тогда как данные на штриховом коде неизменны – они записываются сразу при печати.

2. Нет необходимости в прямой видимости. RFID-считывателю не требуется прямая видимость метки, чтобы считать ее данные. Взаимная ориентация метки и считывателя не играет роли. Метки читаются через упаковку, что делает возможным скрытое размещение.

3. Большее расстояние чтения. RFID-метка считывается на значительно большем расстоянии, чем штриховой код. В зависимости от модели метки и считывателя радиус считывания составляет до нескольких десятков метров.

4. Большой объем хранения данных. RFID-метка может хранить больше информации, чем штрих-код.

5. Поддержка чтения нескольких меток. Промышленные ридеры могут одновременно считывать десятки RFID-меток в секунду. Устройство считывания штрих кода может единовременно сканировать только один штриховой код.

6. Считывание данных метки при любом расположении. Для автоматического считывания штрихового кода, комитетами по стандартам (в том числе EAN International) разработаны правила размещения штриховых меток на товарной и транспортной упаковке. К радиочастотным меткам эти требования не относятся. Единственное условие – нахождение метки в зоне действия сканера.

7. Устойчивость к воздействию окружающей среды. RFID-метки обладают повышенной прочностью и сопротивляемостью жестким условиям рабочей среды, а штриховой код легко повреждается. Пассивные RFID-метки имеют неограниченный срок эксплуатации.

8. Интеллектуальное поведение. RFID-метка используется и для выполнения других задач, кроме того, чтобы быть хранителем и переносчиком данных.

9. Безопасность. Неизменяемое число-идентификатор, присваиваемое

метке при производстве, гарантирует защиту меток от подделки. Данные на метке легко шифруются. Как цифровое устройство, радиочастотная метка при необходимости защищается паролем операции записи и считывания данных, и зашифровывается. В одной метке можно одновременно хранить открытые и закрытые данные.

Таким образом, RFID-метки являются более прогрессивным и надежным средством идентификации товаров, в Российской Федерации они обязательны для алкогольной и пушно-меховой продукции.

Список литературы

1. Клаус Финкенцеллер. Справочник по RFID / Финкенцеллер К. – Издательский дом «Додэка – XXI», 2008. – 496 с.
2. Комахин, М. О. Принципы построения системы радиочастотной идентификации / М. О. Комахин, А. С. Самаев // Молодой учёный. – 2016. – № 11. – С. 381-384.

УДК 38.3

Кныш Ю.А., Кувалдина Т.Б.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

В деятельности любого хозяйствующего субъекта всегда существует опасность денежных потерь, возникающая из особенностей тех или иных хозяйственных операций. Опасность таких потерь представляют собой финансовые риски. Число рисков, которые возникают в процессе ведения деятельности многих компаний, существенно увеличилось в последние годы. Данный факт можно объяснить появлением новых финансовых инструментов, активно используемых участниками рынка. Применение новых финансовых инструментов, с одной стороны, в некоторой степени позволяет снизить принимаемые на себя риски, с другой стороны их применение чревато рисками для участников финансового рынка. В связи с этим, для успешного функционирования компании в современных экономических условиях

приобретает осознание роли риска в деятельности компании и способность оперативно и адекватно реагировать на сложившуюся ситуацию, принять правильное решение в отношении образовавшегося риска. Для целей управления рисками существуют различные инструменты страхования и хеджирования от возможных потерь и убытков, набор которых в последние годы существенно расширился и включает в себя как стандартные системы страхования, так и современные методы хеджирования с использованием финансовых инструментов.

Последствия финансовых рисков оказывают влияние на итоговые результаты деятельности предприятия, они могут привести не только к определенным финансовым потерям, но и к банкротству предприятия. В связи с этим одной из основных задач финансового менеджера является выделение именно тех финансовых рисков, которые оказывают влияние на деятельность конкретного предприятия. Основопологающим в работе финансового менеджера является управление этими рисками или принятие необходимых мер, которые бы минимизировали воздействие финансовых рисков на деятельность предприятия.

От правильно подобранного инструмента управления финансовым риском будет зависеть в итоге эффективность функционирования данного предприятия.

Перед тем как раскрыть понятие «финансовый риск», рассмотрим характеристики, которые ему присущи (рис. 1).

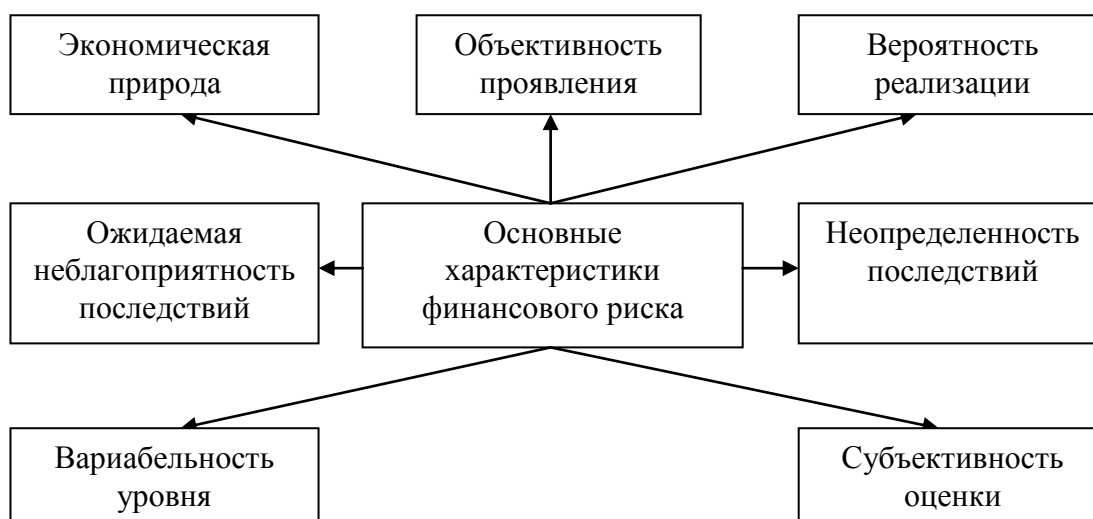


Рисунок 1 – Основные характеристики финансового риска

Финансовый риск проявляется в сфере экономической деятельности предприятия, прямо связан с формированием его прибыли и характеризуется возможными экономическими потерями в процессе осуществления финансовой деятельности. Перечисленные экономические формы проявления финансового риска позволяют отнести данный вид риска к экономической категории.

Финансовый риск является объективным явлением при функционировании любого предприятия, поскольку сопровождает все финансовые процессы, происходящие при осуществлении его деятельности.

Вероятность реализации финансового риска заключается в том, что событие, связанное с риском может произойти, а может и не произойти в процессе осуществления финансовой деятельности предприятия.

Неопределенность последствий финансовых рисков обуславливается неопределенностью его финансовых результатов, в первую очередь уровня доходности осуществляемых его финансовых операций. Финансовый риск может привести как к существенным потерям для предприятия, так и к формированию дополнительного дохода.

Риск в хозяйственной практике характеризуется и измеряется уровнем возможных неблагоприятных последствий. Данный факт объясняется тем, что финансовый риск несет в себе не только потерю дохода, но и капитала предприятия, что в свою очередь приводит к банкротству.

Уровень финансового риска может существенно меняться под воздействием факторов времени, а также иных объективных и субъективных факторов, которые находятся в постоянной динамике.

Основной оценочный показатель финансового риска – уровень риска, носит субъективный характер. Неравнозначность оценки данного объективного явления определяется следующими факторами: различным уровнем полноты и достоверности информационных источников, опыт и квалификации финансовых менеджеров в сфере риск-менеджмента.

Рассмотрим понятие «финансовый риск», используя различные источники (таблица 1).

У Н. Ряковой финансовый риск отождествляется с неблагоприятным финансовым последствием. Тогда как Проданова Н. А. в своем учебнике допускает, что финансовый риск может нести и потери в ходе совершения

операций в сфере финансов. Наиболее полно и объемно раскрывает смысл понятия «финансовый риск» Поляк Г.Б. в учебнике финансовый менеджмент. Автор конкретизирует субъект, относительно которого может возникнуть финансовый риск, причины возникновения риска и среда возникновения.

Таблица 1 – Определение понятия «финансовый риск»

Автор – Н. Ряскова	Автор – Проданова Н.А.	Автор – Поляк Г.Б.
Финансовый риск – вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери дохода и капитала в ситуации неопределенности условий осуществления его финансовой деятельности	Спекулятивные риски которые не исключают потери от ведения отдельных операций в финансово-кредитной и биржевых сферах	Возникает в процессе отношений предприятия с финансовыми институтами (банками, финансовыми, инвестиционными, страховыми компаниями, биржами и т.д.

Финансовые риски предприятия характеризуются большим разнообразием и в целях эффективного управления ими классифицируются по различным признакам. Классификационный признак – по видам является основополагающим параметром для разделения финансовых рисков в процессе управления. Основные виды финансовых рисков представлены на рисунке 2.

Виды финансовых рисков:
➤ риск финансовой устойчивости
➤ риск неплатежеспособности
➤ инвестиционный риск
➤ инфляционный риск
➤ процентный риск
➤ валютный риск
➤ депозитный риск
➤ кредитный риск
➤ налоговый риск
➤ криминогенный риск

Рисунок 2 – Классификация финансовых рисков по видам

Риск финансовой неустойчивости сопряжен с несовершенством структуры капитала (превышение доли заемных средств в валюте баланса),

которое способствует несбалансированности положительного и отрицательного денежного потоков.

Риск неплатежеспособности сопряжен со снижением уровня ликвидности оборотных активов, что в свою очередь порождает разбалансированность положительных и отрицательных денежных потоков предприятия.

Инвестиционный риск характеризует возможность возникновения финансовых потерь при ведении инвестиционной деятельности. Инвестиционный риск может подразделяться на риск реального инвестирования и риск финансового инвестирования.

Инфляционный риск характеризуется возможностью обесценения реальной стоимости капитала, а также ожидаемых доходов от осуществления финансовых операций в условиях инфляции.

Процентный риск состоит в непредвиденном изменении процентной ставки на финансовом рынке. Появление такого вида финансового риска объясняется изменением конъюнктуры финансового рынка под воздействием государственного регулирования, роста или снижения предложения свободных денежных средств.

Валютный риск характерен для предприятий, которые осуществляют внешнеэкономическую деятельность. Этот риск возникает в виде недополучения доходов в результате изменения обменного курса иностранной валюты, который оказывает воздействие на ожидаемые денежные потоки.

Депозитный риск отражает возможность невозврата депозитных вкладов.

Кредитный риск имеет место в финансовой деятельности предприятия при предоставлении товарного (коммерческого) кредита потребительского кредита покупателям.

Налоговый риск проявляется в следующих формах: вероятность введения новых видов налогов или сборов в отношении отдельных хозяйственных операций; изменение существующих налоговых ставок; вероятность отмены существующих налоговых льгот.

Структурный риск сопряжен с неэффективным финансированием текущих затрат предприятия, характеризующееся высоким удельным весом постоянных издержек в общей сумме.

Криминогенный риск в сфере деятельности предприятия проявляется в форме объявления его партнерами фиктивного банкротства; подделки

документов, в результате которой происходит незаконное присвоение сторонними лицами денежных средств и иных активов; хищение отдельных видов активов персоналом предприятия.

Одной из форм управления финансовым риском является страхование. Рассмотрим объемы страховых премий (взносов) и выплат по договорам страхования финансовых рисков за 2013 – 2015 гг., воспользовавшись официальными данными Государственной службы статистики РФ (табл. 2).

Таблица 2 – Объемы страховых премий (взносов) и выплат относительно страхования финансовых рисков в РФ за 2013 – 2015гг.

Страхование финансовых рисков	т.ч.	Добровольное страхование	2013 год				2014 год				2015 год			
			Страх. Премии, млн. руб.	Доля, %	Выплаты по д-рам страхования	Доля, %	Страх. Премии, млн. руб.	Доля, %	Выплаты по д-рам страхования	Доля, %	Страх. Премии, млн. руб.	Доля, %	Выплаты по д-рам страхования	Доля, %
21664,9		734212,6					805070,8				785751,9			
2,95		100,0			324390	100,0	100,0		363461,3	100,0	100,0		371313	100,0
1693,2														
0,52														
20199,8														
2,51														
3631,4														
1,00														
22317,7														
2,85														
15808,3														
4,26														

Объемы страховых взносов по страхованию финансовых рисков

увеличились за последние 3 года на 652,8 млн. руб. (или на 3,01 %), а объемы страховых выплат по тем же основаниям увеличились на 14 115,1 млн. руб., то есть почти в 9 раз по сравнению с базисным периодом. Такое изменение можно объяснить наступлением неблагоприятных финансовых последствий в хозяйственной деятельности застрахованных субъектов на фоне финансового кризиса в стране, что повлекло за собой существенное увеличение страховых выплат.

На долю страховых взносов относительно финансовых рисков в общем объеме страховых взносов добровольного страхования приходилось – 2,95 %, 2,51 % и 2,85 % в 2013, 2014 и 2015 гг. соответственно. Страховые выплаты при страховании финансовых рисков занимают в общем объеме страховых выплат добровольного страхования – 0,52 %, 1 % и 4,26 % в 2013, 2014 и 2015 гг. соответственно.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сказать, что рынок страхования финансовых рисков в РФ развивается и наращивает темпы. Вместе с тем следует отметить, что темп роста страховых выплат по договорам страхования финансовых рисков превышает темп роста страховых премий (выплат) по тем же основаниям, что является неблагоприятным для страховых компаний.

Финансовые риски в деятельности любого хозяйствующего субъекта играют огромную роль, с одной стороны, представляя опасность денежных потерь при совершении некоторых финансовых операций, и с другой стороны выступая объектом управления для финансовых менеджеров.

От правильно подобранного инструмента управления финансовым риском будет зависеть в итоге эффективность функционирования данного предприятия.

С целью эффективного управления финансовым риском на предприятии принято классифицировать финансовые риски по видам.

Одной из форм управления финансовым риском является страхование. За последние годы страховой рынок финансовых рисков расширяется, вместе с тем темп роста страховых выплат преобладает над темпом роста страховых взносов по договорам страхования финансовых рисков.

Список литературы

1. Ряскова, Н. Финансовые риски, их сущность и классификация // Российский бухгалтер. №12.2015
2. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов / Под ред. акад. Г. Б. Поляка. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006 – 527 с.
3. Проданова, Н. А. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Н. А. Проданова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 336 с.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: // <http://www.gks.ru/>

УДК 005.94

Ковшов М.А., Олюнина Л.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ

Каждая организация ставит цели по повышению результатов своей деятельности. Для достижения поставленных целей особая роль отводится персоналу организации, который должен уметь организовать свое рабочее время, применяя методы тайм-менеджмента, и обладать необходимыми компетенциями, определенными стандартом. Но любая компетенция подразумевает в своей основе владение необходимым набором знаний и умений. В этой связи организации обращаются к менеджменту знаний. Основными задачами организации в области менеджмента знаний являются [1]:

- оценка текущего уровня знаний;
- определение метода получения новых знаний;
- постоянная актуализация знаний.

В настоящее время на большинстве предприятий наблюдается крупный разрыв в плане обмена опытом и полезными знаниями между людьми предпенсионного возраста и только что принятыми молодыми сотрудниками. Этот разрыв можно объяснить отсутствием полноценно действующей системы наставничества на протяжении последних двадцати лет. Несомненно, это является серьезнейшей проблемой для предприятий, так

как накопленные знания, должны передаваться молодому поколению, быть базой знаний для дальнейшего развития, а не уноситься на «пенсию».

Современные стандарты ориентируются на повышение результативности и эффективности деятельности организации. Но для любых усовершенствований необходим прочный фундамент, коим и являются знания. Разработка серии стандартов «Менеджмент знаний» направлена на развитие знаний и их использование, что актуально для любой организации в нынешних реалиях.

Рассмотрим основные определения, приведенные в [2]:

- **знание (Knowledge)**: Набор данных и информации (с точки зрения некоторой определенной информационной технологии). Включает также различные комбинации новой технологии, производственного опыта, эмоций, верований, значений величин, идей, интуиции, любопытства, мотивации, стилей обучения, отношения, способности доверять, способности решать сложные проблемы, открытости, умения работать в компьютерной сети, коммуникабельности, отношения к риску, наличия духа предпринимательства. Использование знаний приводит к накоплению ценных активов, улучшает способность действовать и принимать эффективные решения. В отличие от формализованного знания существует знание неформализованное. Оно также может быть индивидуальным и коллективным.

- **менеджмент знаний (Knowledge Management)**: Плановое или текущее проведение отдельных мероприятий или непрерывное управление процессами для улучшения использования существующих или создания новых индивидуальных или коллективных ресурсов знаний с целью повышения конкурентоспособности предприятия.

Организация, разрабатывающая систему менеджмента знаний (СМЗ), согласно [3] должна руководствоваться концепцией на основе 3 компонентов:

- любая инициатива в области менеджмента знаний должна фокусироваться на производстве;
- основные виды деятельности в отношении знаний определены как: идентификация, создание, хранение, обмен знаниями и их применение
- средства обеспечения включают две категории, называемыми персональными и организационными способностями к знаниям.

Внедрение СМЗ можно осуществить по следующему алгоритму:

- 1) Разработка концепции СМЗ
- 2) Планирование работ по проектсоздания СМЗ
- 3) Разработка и оценка проектсоздания СМЗ
- 4) Внедрение проекта СМЗ
- 5) Сопровождение СМЗ

Для разработки и внедрения СМЗ рекомендуется использовать следующие инструменты МЗ: усвоенные уроки, опрос, факторы ноу-хау, технологические поиски, портфель знаний, карты знаний, брокер по знаниям, оценка патента и др. [4].

Выбор инструментов необходимо выполнять в соответствии с критериями, обеспечивающими надежную концептуальную основу, успешно прошедшими практические испытания и отражающими разнообразие производств и видов деятельности.

Внедрение СМЗ позволит обеспечить тесную связь между культурой организации и ее знаниями. В ходе внедрения СМЗ следует учитывать приведенные в [3] возможные барьеры, рассмотренные в таблице 1.

Таблица 1

Возможные барьеры

Возможные Барьеры для СМЗ	Замечания
Время и приоритетность	Приобретение знаний и обмен знаниями требуют времени. Все более активно официальные разрешения руководства и ожидания в связи с обменом знаниями становятся частью технических условий на выполнение работы (и оценок)
Различие между заявлениями руководства и действиями	Культура, ориентированная на знания, даст хорошие результаты, однако менеджеры, которые вели программу, затем быстро переключаются на другие области, в результате чего теряется эффективность и результативность, характерные для хорошего МЗ. Неспособность руководства высшего звена донести до сведения сотрудников значимость МЗ рассматривается как основное препятствие

Синдром «не изобретено здесь»	Люди нередко получают большее удовлетворение от изобретения чего-нибудь, чем от выполнения работы на основе чьей-то идеи, даже когда они знают, что это может сэкономить время и издержки. Для организаций функциональные факторы часто являются препятствием для обмена знаниями
Системы вознаграждения, которые ослабляют обмен знаниями	Отдельные системы вознаграждений и поощрений неумышленно способствуют утаиванию знаний. Даже если они созданы для поощрения обмена знаниями, они могут ограничивать изменения в культуре. Следовательно, не упускайте из виду дестимулирующую сторону любой системы вознаграждения
Знания передаются через язык	Без общего организационного языка, описывающего опыт, нельзя сообщить то, что известно
Организационная "амнезия"	Организации часто не могут сохранить приобретенные знания и уроки, усвоенные в прошлом
Развитие на основе "виртуальной" работы может как препятствовать, так и помогать	Учитывая, что инструменты сотрудничества могут иметь большое значение для программы по МЗ, налицо достаточно много фактов, подтверждающих наиболее эффективное познание посредством личного общения между людьми

В ходе внедрения СМЗ-данная таблица может быть дополнена.

Однако, если организация не «забросит» внедрение СМЗ, то она приобретет ряд преимуществ, основные из которых согласно[3] приведены в таблице 2.

Ядром СМЗ, очевидно, должна являться база знаний, представляющая собой иерархическую структуру. Известны подобные структуры, например, базы данных справочников «Консультант плюс», «Гарант» и т.д.

Преимущества организации

Культура организации с низкой степенью ориентации на знания	Культура, ориентируемая на знания
Ограниченное распространение информации	Широкое распространение информации
Много уровней менеджмента	Немного уровней менеджмента
Неравномерная ответственность	Разделенная ответственность
Формальная структура	Неформальная структура
Неспособность рисковать	Способность рисковать
Периодическая политика обучения	Непрерывная политика обучения
Низкая эмоциональная связь и культурная ориентация	Приветствуется влияние на организационную культуру сетей, в которых организация работает

Внедрение СМЗ является актуальным для любого предприятия. И является ключом к развитию и прогрессу деятельности. Ведь единственным «двигателем» в развитии производства является знание, а его накопление, обмен и правильное использование является ключом к успешной деятельности предприятия.

Список литературы

1. ГОСТ Р 53894 – 2010 Менеджмент знаний. Термины и определения
2. ГОСТ Р 54876 – 2011 Менеджмент знаний. Руководство по обеспечению взаимосвязи менеджмента знаний с культурой организации и другими организационными процессами
3. ГОСТ Р 54146 – 2010 Менеджмент знаний. Руководство для малых и средних предприятий

Комарова П.И., Супрунова Е.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ

Сегодня управленческий учет – это одно из новых направлений в системе менеджмента. Актуальность данной темы обусловлена тем, что учет – это одна из важнейших функций регулирования и координации деятельности предприятия. Именно благодаря управленческому учету предприятие движется к достижению цели. Цель данной работы – это определить, что такое управленческий учет и понять его важность для управления предприятием. Управленческий учет современные экономисты определяют, как науку, которая находится на стыке менеджмента и бухгалтерского учёта, бесспорно, что современное предприятие не может существовать без грамотно выстроенного менеджмента и четкой отчетности. Исследованиями в этой области занимались ученые-экономисты: М.А. Вахрушина, О.Е. Николаева, Е.А. Супрунова, Т.В. Шишкова.

В книге «Бухгалтерский управленческий учет» под редакцией М.А. Вахрушиной приводится определение, при анализе которого можно найти схожие позиции с определениями представленными выше: «Управленческий учет – самостоятельное направление бухгалтерского учета организации, которое обеспечивает ее управленческий аппарат информацией, используемой для планирования, управления, контроля и оценки организации в целом, а также ее структурных подразделений» [1].

«Учетно-информационную» направленность управленческого учета подчеркивают в своей работе Николаева О.Е. и Шишкова Т.В.: «Управленческий учет охватывает все виды учетной информации для внутреннего использования руководством на всех уровнях управления предприятием» [2].

Именно современный руководитель несёт ответственность за достижение целей, перед собственником. Результаты работы руководителя зависят от информации, которая представляется ему финансовыми службами. Именно

информацию, полученную с помощью управленческого учета руководитель предприятия использует для планирования, регулирования и контроля деятельности подразделений, а также для принятия решений.

Значение управленческого учета заключается в том, что он позволяет руководителю системно рассмотреть внутри компании вопросы, связанные с оперативным планированием, контролем и учётом всех видов деятельности. Главный критерий действенности данной системы – это эффективное управление людскими и финансовыми ресурсами, а управленческий учёт, в свою очередь обеспечивает необходимый управленческий механизм.

В условиях концентрации капитальных ресурсов, внутренней и внешней конкуренции, роста масштабов издержек производства, инфляции, методы, учёта которые были раньше, перестали соответствовать современным требованиям управления.

Управленческие решения, принимаемые руководителем на основании плановой, технологической, нормативной, аналитической и учётной информации. Регулирование и контроль – это основные управленческие функции, реализуемые в сопоставлении плановых и фактических данных, представленных с помощью оперативного учёта. Оценка результатов деятельности предприятия, эффективности управленческого решения и ответственность за исполнение производятся с помощью внутренней отчетности, которая формируется по средствам управленческого учета. Что касается планирования и координации будущего развития предприятия, то оно базируется на аналитических справках и расчетах, которые производятся с помощью специальных приемов управленческий учет.

Управленческий учёт – это особый метод учета, которых имеет отличительные методы, признаки, приёмы, принципы и в способы ведения. Стоит отметить, что управленческий и бухгалтерский учеты – это два разных учета. Бухгалтерский учет – это стандартизированный учет для всех предприятий, расположенных в стране, а управленческий учет определяется требованиями топ-менеджеров компании и служит для предоставления конкретной информации интересной для руководителя.

Каждый современный руководитель обязан представить управленческий учёт как механизм управления предпринимательской деятельностью предприятия, ориентированный на получение прибыли и достижение целей на

рынке товаров и услуг, иметь понятие об отличиях и сходстве финансового и управленческого учёта, дать обоснование на примере конкретного предприятия сущности и необходимости управленческого учёта.

Е.А. Супрунова отмечает, что «современная система повышения квалификации специалистов позволяет получить необходимые знания, умения и навыку в области управленческого учета и контроллинга, что вносит оптимистическую ноту на пути к повышению уровня практикующих специалистов» [2, с.30].

Стоит отметить, что тема управленческого учета в менеджменте – это не новая тема, которая до настоящего времени освящалась в достаточном количестве. Полноценный интерес к внедрению управленческого учёта на практике наблюдается среди средних и крупных промышленных предприятиях, которые дают максимальные налоги в бюджет, поэтому управленческий учет является стратегическим не только для конкретного предприятия, но и для экономики страны в целом.

Список литературы

1. Вахрушина, М. А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и пер. / М. А. Вахрушина. – М.: ИКФ Омега-Л; Высш. шк., 2002. – 528с.
2. Иванов, В. В. Управленческий учет для эффективного менеджмента / В. В. Иванов, О.К. Хан. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 208 с.
3. Николаева, О. Е. Управленческий учет / О. Е. Николаева, Т. В. Шишкова. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – 320 с.
4. Этрилл П. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов / П. Этрилл, Э. МакЛейни; Пер. с англ. В. Ионов. – М.: Альпина Пабл., 2012. – 648 с.
5. Супрунова, Е. А. Контроллинг и управленческий учет: расстановка приоритетов. Международный бухгалтерский учет / Е. А. Супрунова. – 2015. – №3,8 (380). – С.24 – 38.

Куркина Л.П., Ковалевич Л.С.

Донецкий институт железнодорожного транспорта, г. Донецк, ДНР

АУТСОРСИНГ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ НА ОПЛАТУ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В условиях экономического роста основными условиями результативной работы компании являются снижение собственных затрат, возможность удовлетворять возрастающие требования потребителей к качеству производимых товаров и услуг, гибко реагировать на изменение спроса и рост мотивации труда работников.

Решение проблемы повышения эффективности работы должно основываться на повышении производительности труда, снижении себестоимости производимых товаров и услуг.

Поскольку значительный удельный вес в расходах предприятия занимают затраты на оплату труда, анализ расходования средств на заработную плату имеет исключительно большое значение. В процессе анализа осуществляется выявление внутренних резервов в использовании трудовых ресурсов, рационального использования работников и их рабочего времени. Деятельность любого предприятия связана с выполнением многочисленных функций: управление, снабжение, производство, реклама, ремонт основных фондов, связь, ведение бухгалтерского, налогового, управленческого учета, правовое обеспечение финансово-хозяйственной деятельности, охрана имущества и т.д.

В связи с чем, перед многими компаниями возникает вопрос - выгодно ли содержать собственный штат персонала или передать часть вспомогательной деятельности сторонней компании, которая специализируется на выполнении данного вида услуг. Поэтому одним из эффективных методов снижения затрат на содержание персонала на предприятии выступает аутсорсинг.

Аутсорсинг - это способ оптимизации деятельности компании благодаря концентрации усилий на основной работе и передачи непрофильных, вспомогательных функций внешним специализированным организациям на

договорной основе с определенным сокращением персонала предприятия, занятым выполнением этих функций.

Расчет экономической эффективности внедрения аутсорсинга дает возможность руководству компании принять решение о целесообразности внедрения аутсорсингового проекта.

Одним из самых популярных методов оценки эффективности аутсорсинга является калькуляция или сопоставление затрат.

Эффективность аутсорсинга устанавливается путем сопоставления расходов на производство продукции или услуг собственными силами предприятия и затрат на производство сторонними организациями.

Ключевые причины экономического характера передачи отдельных функций на аутсорсинг представлены в виде схемы 1.



Рисунок 1. Основные причины перехода на аутсорсинг

Основным критерием ввода или вывода процессов на аутсорсинг является уровень затрат и обеспечения качества предоставления услуг.

Аутсорсинг эффективен в том случае, если затраты, связанные с передачей отдельных видов работ на аутсорсинг ниже затрат на выполнение этих работ силами предприятия. Эффект может быть достигнут за счет отсутствия затрат на социальное обеспечение штатных работников, оборудование, на мероприятия по охране труда, аренду производственных помещений. Все это переходит в ответственность аутсорсинговых компаний,

которые, в свою очередь, заинтересованы в получении прибыли и внедряют лучшие формы организации труда.

К основным собственным затратам компании относятся: затраты, связанные с производством продукции и услуг; расходы на оплату труда, единого социального взноса; расходы на подготовку и переподготовку кадров; затраты административно-управленческого характера; расходы на уплату налогов; расходы на закупку сырья, материалов; расходы на содержание зданий, помещений, сумму арендных платежей; расходы на ремонт оборудования и основных средств.

К затратам на аутсорсинг относятся: единовременные издержки на аутсорсинг (расходы внедрения проекта); дополнительные текущие издержки на аутсорсинг; непредвиденные затраты в связи с изменением условий.

При суммировании единовременных и текущих затрат по внедрению аутсорсингового проекта необходимо использовать коэффициент приведения. Сопоставление расходов прошлого года, до внедрения аутсорсингового решения, с расходами в следующем году, после введения аутсорсинг проекта, позволяет прийти к выводу об эффективности использования аутсорсинга на предприятии. Как правило, эффект сокращения затрат выступает основным и достаточным условием для передачи части вспомогательных функций компании сторонней организации.

Перевод постоянных затрат в переменные происходит, главным образом, за счет:

- использования готовой инфраструктуры другой организации приведет к сокращению накладных расходов;
- перераспределения рисков, которые частично переходят на организацию-аутсорсера.

Независимо от вида передаваемых услуг аутсорсер будет более профессионально, а, следовательно, и эффективно заниматься доверенным ей процессом. Следовательно снижение затрат будет обусловлено применением альтернативных подходов к организации такого процесса.

Высвобождение и перераспределение трудовых ресурсов (основных средств, помещений, денежных средств и т.д.) на предприятии позволяет маневрировать ими для решения более важных проблем.

Перечень работ, которые передаются на выполнение аутсорсерам может

меняться, как показывает практика, в сторону увеличения. Следствием этого станет повышение стоимости приобретаемых услуг. Однако увеличение перечня вспомогательных функций, переданных на сторону приведет к удешевлению элементарной работы в общем объеме.

Отображение в налоговом учете расходов, связанных с привлечением сторонней организации на выполнение вспомогательных функций, во многом зависит от тех услуг, которые она предоставляет. Основное требование - такие расходы должны быть подтверждены документально, обоснованы экономически и связаны с получением дохода.

В налоговом учете организации-заказчика затраты на услуги аутсорсинга, как правило, относятся к прочим расходам, которые связаны с производством и реализацией.

В бухгалтерском учете такие расходы могут относиться к производственным или управленческим расходам, которые формируют расходы по обычным видам деятельности.

Расходы, связанные с выполнением вспомогательных видов работ сторонней организацией (аутсорсером) принимаются к учету в сумме, указанной в договоре, заключенном с компанией-аутсорсером. Расходы принимаются в том отчетном периоде, в котором компанией-аутсорсером были оказаны услуги, независимо от времени фактической выплаты денежных средств.

Аутсорсинговое сотрудничество при правильном подходе будет отличным способом сократить расходы, улучшить качество выполнения некоторых функций предприятия и освободить много внутренних ресурсов.

Познакомившись с аутсорсингом, можно сделать вывод, что он является одним из методов оптимизации затрат на современном этапе развития предприятия, имея ряд достоинств и недостатков.

К основным достоинствам можно отнести:

1. Фокусирование на основном виде деятельности.
2. Снижение уровня себестоимости тех видов работ, которые передаются на аутсорсинг.
3. Повышение в связи с концентрацией предприятия на выполнении основных функций и, как следствие этого, более эффективным использованием трудовых ресурсов предприятия – повышение производительности труда.

4. Отсутствие зависимости от субъективных причин приостановки производственных процессов (болезнь сотрудников и т.д.).

5. Доступ к трудовым ресурсам, которых нет в наличии.

Основными недостатками, присущими аутсорсингу, являются потеря контроля над переданными функциями, утечка информации, появление зависимости от аутсорсера.

Однако, с экономической, бухгалтерской и управленческой точек зрения аутсорсинг, снижая издержки, является мощным инструментом повышения рентабельности, и позволяет не только сокращать затраты, но и привлекать новейшие управленческие и информационные технологии, позволяя компании решать масштабные задачи и успешно развиваться.

В результате того, что аутсорсером является специализированная на исследуемом виде деятельности организация, повышается качество продукции, происходит концентрация управленческих ресурсов за счет уменьшения объектов управления.

Список литературы

1. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 16 «Расходы» [<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>]: приказ Министерства финансов Украины от 31.12.1999 № 318.

2. Аверин, А. Н. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации: учебное пособие / А. Н. Аверин – 3-е изд. – М.: Флинта Варламова В.В. Организация бухгалтерского учета аутсорсинговой деятельности: теория и практика: автореферат дисс. кандидата экономических наук: Орел, 2008.

3. Двулит, З. П. Сущность та преимущества уровней аутсорсинга / З. П. Двулит, М. В. Матвейчук. // Сборник научных работ ДЕТУТ. Серия «Экономика и управление». – 2013. – №23. – С. 299-307.

4. Лишиленко, А. В. Бухгалтерский учет (3-е изд.) / А. В. Лишиленко; - Киев: Центр учебной литературы, 2011. – 736 с.

Легонький Ф.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА И КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Повышение эффективности, локализация и устранение слабых мест, сокращение издержек – с этими задачами сталкиваются организации любого масштаба, в не зависимости от отрасли и направления деятельности, а также региона и даже страны. Менеджеры по всему миру борются за каждую потраченную денежную единицу, которая пошла на организацию производства или осуществление деятельности, ведь именно из затрат складывается и конечная стоимость товаров и услуг для потребителя. Более низкая цена, в свою очередь, является уже конкурентным преимуществом и одним из важнейших условий выживания организации в свободной рыночной экономике.

Технологический прогресс не стоит на месте, что открывает все новые и новые возможности для оптимизации бизнес-процессов. Разработка, внедрение и использование специальных технических средств и программных комплексов уже не один десяток лет зарекомендовало себя в качестве эффективного инструмента для проведения учета, аудита, контроля и планирования операций с ресурсами, которыми оперирует та или иная организация.

Конечно, основными и повсеместно встречающимися являются время и денежные средства. Также, не стоит забывать об еще одном и очень важном ресурсе - информации. Натан Ротшильд, основатель банковской династии, еще в XIX веке отметил актуальным и по сей день высказыванием: «Кто владеет информацией, тот владеет миром». При поиске информации, и ее анализе мы все чаще обращаемся к вычислительной технике – это и персональные компьютеры с предустановленным специальным программным обеспечением, и смартфоны с доступом во всемирную сеть Интернет.

Система корпоративного управления должна базироваться на своевременно получаемой, достоверной информации, наличие которой в

значительной степени способствует повышению эффективности и качества управленческих решений, снижает возможность ошибок и позволяет минимизировать риски.

Источником получения такой информации являются материалы внутреннего контроля и аудита, которые кроме оценки финансово-экономического состояния организации дают анализ положения дел в динамике, а также позволяют выявлять тенденции, оценивать эффективность бизнес-процессов, выявлять отклонения от заданных направлений, определять причины нарушений, возможные финансовые, налоговые и иные риски.

Современные программные комплексы позволяют оперативно обрабатывать входящую информацию и производить на основе имеющихся данных аудиторско-вычислительные операции. Быстрота вычислений служит доводом в пользу интеграции таких комплексов в систему управления организацией.

Когда решение об автоматизации принято, организация определяет, какой именно программный продукт выбрать. Точнее, стоит ли приобретать готовый «пакетный» продукт, предлагаемый на рынке, или следует создавать новый, индивидуальный, по собственным требованиям.

Важно отметить, что даже если организация выберет «пакетную» версию, то ей необходимо будет пройти процесс адаптации данного продукта под особенности бизнес-процессов, технологий, структуры и действующей системы контроля и управления рисками, методологии проведения внутреннего аудита.

Основной целью автоматизации зачастую является повышение эффективности и качества внутреннего аудита и контроля. Постановка задачи разработчикам в сфере информационных технологий происходит с оформления технического задания, в котором должны быть четко описаны поставленные цели и задачи, для решения которых и создается конечный продукт.

В качестве основных можно выделить следующие параметры-задачи:

1. Стандартизация и унификация процесса (планирование деятельности, подготовка проверки, программа аудита, документирование, оформление отчетов, соблюдение сроков);
2. Контроль качества проводимых проверок на всех этапах и уровнях (от выполнения аудитором индивидуального задания до контроля качества);

3. Повышение оперативности (документооборота, обмена данными, коммуникаций, выполнения текущего контроля, доведения дополнительных заданий, изменений программы);

4. Обеспечение соблюдения режима безопасности при работе с документами, содержащими коммерческую тайну, и иной конфиденциальной информацией, разграничение прав доступа к хранимой и обрабатываемой служебной информации в подразделениях внутреннего контроля и аудита;

5. Автоматизация отчетности различных форм для демонстрации результатов и анализа деятельности (в том числе для определения ключевых показателей эффективности деятельности).

Однако создать систему – не самое сложное, главное – сделать ее рабочей, внедрить во все звенья контрольно-аудиторской функции. В коллективе служб внутреннего контроля и аудита необходима разъяснительная работа, разработка инструкций, а также обучение взаимодействию с новой системой.

Таким образом, автоматизированная система обеспечивает повышение эффективности и качества внутреннего аудита и контроля, оперативность получения стратегически важной информации и принятия управленческих решений, упорядочение делопроизводства и упрощение документооборота.

Список литературы

1. Иванов, О. Б. Роль внутреннего аудита в обеспечении эффективного функционирования системы управления [Текст] / О. Б. Иванов. – Москва: Экономика, 2014. – 72 с.

2. Соколов, Б. Н. Внутренний аудит и контроль бизнес-процессов [Текст] / Б. Н. Соколов. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2013. – 432 с.

3. Иванов, О. Б. Разработка и внедрение автоматизированной системы контроля и аудита [Текст] / О. Б. Иванов, И. А. Ленник, И. И. Балабанова. – Москва: [б.и.], 2015. – 17 с.

4. Суйц, В. П. Аудит эффективности бизнес-процессов как инструмент контроля [Электронный ресурс] / В. П. Суйц, Д. А. Волошин. – Москва: [б.и.], 2014. - URL: <http://elibrary.ru/material/company-audit.html>.

Лимаренко Д.Г., Чепцов М.Н.

Донецкий институт железнодорожного транспорта, г. Донецк, ДНР

АНАЛИЗ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКАЗАМИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В современных условиях товарного производства невозможно найти предприятие, которое бы могло самостоятельно производить все материалы, которые оно использует в своем производственном цикле. Такие материалы каждое предприятие получает после того, как они проходят через ряд организаций, осуществляющих последовательные закупки друг у друга, с целью дальнейшей их перепродажи или переработки.

Переход к рыночной экономике определяет роль и растущее значение закупочной логистики в общественном производстве. Рыночные условия определили ряд существенных изменений в сфере материально-технического обеспечения производства.

Решению практических задач управления запасами посвящены научные труды многих зарубежных и отечественных экономистов. Аналитические методы, разработанные в частности Ф. Харрисом, позволяют рассчитать оптимальный размер партии поставки. Данный метод получил свое развитие в теории управления запасами, разработанной Т. Уилсоном и позволяющей оптимизировать величину заказа на основе сопоставления издержек по выполнению заказа и затрат на хранение единицы заказа. Позже всестороннее развитие получила стохастическая и динамическая модели со случайным изменением спроса [1, с. 126].

В последние годы в практике работы промышленных предприятий получил распространение новый подход к управлению запасами – логистический, предполагающий осуществление функций управления материальными запасами в течение всего производственного цикла: от поставщика до конечного потребителя. Логистический подход к управлению материальными ресурсами предполагает не только замену запасов материалов информацией о возможностях их своевременного приобретения, но и наличие свободных мощностей для

оперативного реагирования при изменении спроса [3, 4].

Согласно данному методу к функциям управления материальными запасами относятся: планирование, организация, управление, контроль и регулирование. Целью управления материальными запасами является удовлетворение сложившегося спроса на выпускаемую продукцию при минимальной величине совокупных затрат на хранение запасов и возврат заказа. Реализация указанной цели может быть осуществлена в условиях равномерного потребления запасов материалов и при существенных колебаниях спроса. В условиях равномерного потребления запасов основными регулируемыми параметрами являются размер заказа и интервал между ними. На основе фиксации одного из двух параметров осуществляется, соответственно, одна из двух возможных моделей управления запасами: система управления запасами с фиксированным размером заказа и система управления запасами с фиксированным интервалом между заказами [2, с. 217].

Контроль состояния запасов по системе с фиксированной периодичностью заказа осуществляется через равные промежутки времени посредством проведения инвентаризации остатков. По результатам проверки осуществляется заказ на поставку новой партии товаров.

Размер заказываемой партии товара определяется разностью предусмотренного нормой максимального товарного запаса и фактического запаса. Поскольку для исполнения заказа требуется определенный период времени, то величина заказываемой партии увеличивается на размер ожидаемого расхода на этот период.

В системах с фиксированным количеством постоянно контролируют уровень запасов. Когда количество падает ниже установленного уровня, выдается заказ на восполнение запасов. Заказывается всегда одно и то же количество. Таким образом, фиксированными величинами в этой системе являются уровень, при котором повторяется заказ, и заказываемое количество. Системы с фиксированными количествами являются наиболее подходящими для запасов со следующими характеристиками:

- высокая удельная стоимость предметов снабжения;
- высокие издержки хранения материально-технических запасов;
- высокий уровень ущерба, возникающего в случае отсутствия запасов;

- скидка с цены в зависимости от заказываемого количества;
- относительно непредсказуемый или случайный характер спроса.

Сделав анализ систем управления запасами, можно сделать выводы о наличии у них взаимных недостатков и преимуществ. Система с фиксированным размером заказа требует непрерывного учета текущего запаса на складе. Система с фиксированным интервалом времени между заказами требует лишь периодического контроля количества запаса. Необходимость постоянного учёта запаса в системе с фиксированным размером заказа можно рассматривать как основной ее недостаток. Напротив, отсутствие постоянного контроля за текущим запасом в системе с фиксированным интервалом времени между заказами является ее основным преимуществом перед первой системой. Недостатком системы с фиксированным интервалом времени между заказами является то, что в системе с фиксированным размером заказа максимальный запас всегда имеет меньший размер, чем в первой системе. Это приводит к экономии на затратах по содержанию запасов на складе за счет сокращения площадей под запасами [2, с. 187].

Для построения эффективных систем управления заказами и движением товарно-материальных запасов, наряду с использованием системы с фиксированным размером заказа и с фиксированным интервалом времени между заказами на предприятии необходимо использовать систему ABC.

В реальных рыночных условиях существует необходимость разработки более гибких систем управления запасами. К их числу можно отнести: систему с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня и систему "минимум – максимум". В системе "Минимум – максимум" заказы производятся не через каждый заданный интервал времени, а только при условии, что запасы на складе в этот момент оказались равными или меньше установленного минимального уровня.

Список литературы

1. Окландер, М. А. Промышленная логистика: Учеб. пособие. / М. А. Окландер. – К.: Центр учебной литературы, 2004. – 222 с.
2. Пономарева, Ю. В. Логистика: Учебн. Пособие. / Ю. В. Пономарева. – К.: Центр учебной литературы, 2005. – 328 с.

3. Савченко, Л. В. Оптимизация решений в логистике: теория и практика: Учебно-практическое пособие / Л. В. Савченко. – К.: РИО НТУ, 2007. – 248 с.

4. Саркисов, С. В. Управление логистикой: Учеб. пособие. / С. В. Саркисов. – М.: Дело, 2005. – 368 с.

УДК 620.9

Лимаренко Д.Г., Чепцов М.Н.

Донецкий институт железнодорожного транспорта, г. Донецк, ДНР

РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ В СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ

Анализ ситуации в экономике государства в целом показывает, что есть колоссальные неиспользованные потенциальные возможности сбережения дорогостоящего органического топлива и снижения загрязнения окружающей среды.

Для экономии энергетических ресурсов в структурных подразделениях железной дороги предлагается замена существующей системы отопления на новую прогрессивную систему подземного аккумулирования тепла и холода (тепловой насос) в водоносных и грунтовых пластах. За счет использования теплового насоса (ТН) планируется уменьшение суммы расходов на отопление на 30% [3, с. 155].

Аккумуляция тепловой энергии в подземных водоносных пластах – это новая нетрадиционная энергосберегающая технология. Эта система позволяет использовать тепло, рассеянное в окружающей среде, при этом повышает его потенциал до уровня достаточного для нужд отопления и передает в систему теплоснабжения здания.

В качестве источников теплоты используются атмосферный воздух или различные вентиляционные выбросы, вода природных водоемов, грунт [1, с. 28].

Потребители энергии в рамках структурных подразделениях железной дороги – системы отопления и горячего водоснабжения жилых, административных, социальных и промышленных зданий, системы поддержания оптимального микроклимата в спортивных комплексах,

технологические промышленные процессы сушки и другие.

Рынок тепловых насосных установок растет постоянно, и эта тенденция сохранится, поскольку это оборудование имеет существенные экономические преимущества. Сегодня в мире успешно эксплуатируется более 130 млн. теплонасосных установок различного функционального назначения. Общий объем продаж выпускаемых за рубежом ТН составляет 125 млрд. долларов США.

Согласно данным Международного Энергетического Агентства (IEA) до 2020г. в развитых странах мира доля отопления и горячего водоснабжения с помощью тепловых насосов должна составить 75%.

Сегодня тепловые насосы выпускаются с мощностью от 2 кВт до 200 МВт.

Основными достоинствами применения теплонасосных технологий преобразования теплоты являются:

1. Экономичность. Низкое энергопотребление достигается за счет высокого КПД системы (от 300% до 700%). Система долговечна, срок эксплуатации от 25 до 50 лет.

2. Гибкость. Одиночный модуль контролирует отопление, охлаждение и нагрев воды.

3. Комфорт. Система работает устойчиво, колебания температуры в помещении минимальны. Отсутствует шум. Применяется климатический контроль.

4. Дизайн. Установка не нарушает целостность интерьера и концепцию фасада здания, так как нет внешнего блока, и занимает минимум площади.

5. Экология. Экологически чистый метод отопления и кондиционирования, поскольку используется возобновляемая энергия земли.

6. Надежность. Содержит минимум подвижных частей, отсутствует внешнее оборудование. Практически не требуется обслуживание.

7. Безопасность. Нет открытого пламени, выхлопа, сажи.

8. Эффективность. Более чем в четыре раза эффективнее традиционных систем.

К недостаткам следует отнести высокую стоимость самого насоса и процедуры его монтажа.

Ресурсосбережение тесно связано с экологической эффективностью. Экологическая эффективность обеспечивается, главным образом, за счет

энергосбережения и повышения энергоэффективности [2, с. 79].

Использование нетрадиционных и возобновляемых источников энергии на государственных предприятиях ДНР должно рассматриваться как один из наиболее перспективных путей решения растущих проблем энергообеспечения и главных факторов достижения энергетической безопасности и независимости республики.

Список литературы

1. Скорук, О. П. Альтернативна енергетика України: перспективи розвитку [текст] / О. П. Скорук // Економіка АПК. – 2012. - №9. – С.28-32.
2. Франчук, І. А. Особливості механізму державного регулювання енергетики як природної монополії [текст] / І. А. Франчук // Економіка та держава. – 2009. - №2. – С. 79-81.
3. Шевченко, Д. С. Регіональне управління розвитком нетрадиційної і відновлювальної енергетики в Україні. Механізми і методи управління соціально-економічним розвитком підприємств і галузей економіки: Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція: матеріали конференції, м. Донецьк, 3 квітня 2012 р., ДонДУУ / під ред. О. С. Поважного – Донецьк: ТОВ «Технопак», 2012. – С. 155 – 158.

УДК 657

Погосян Л.А., Супрунова Е.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОБЛЕМА НЕВОСТРЕБОВАННОСТИ МЕНЕДЖЕРАМИ ДАННЫХ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

В современных условиях рыночная экономика выдвигает новые требования к менеджерам новой формации. В связи с этим возникает множество вопросов к их знаниям, умениям и навыкам.

Зачем нужен бухгалтерский учет менеджерам? Почему работодатели требуют наличие знаний, умений и навыков в этой области?

Успех менеджеров различных уровней управления зависит от множества факторов, одним из которых является знание бухгалтерского учета, что дает

ему преимущества сразу в нескольких направлениях, а именно:

Во-первых, одной из главных задач менеджера любого предприятия является планирование. Составление бизнес-планов и контроль за выполнением поставленных задач и показателей будет неполноценным и практически неверным без знаний бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет дает возможность правильно оптимизировать уплату налогов, рассчитать будущие поступления средств от дебиторов, зарезервировать расходы на расчеты с поставщиками, просчитать плановые уплаты процентов по кредитам (если таковые есть), правильно определить фонд заработной платы, рентабельность, ожидаемый чистый доход и другие части бизнес-плана, которые зависят уже от специфики работы предприятия.

Во-вторых, важным пунктом для менеджера является ценообразование, которое невозможно осуществить без знаний бухгалтерского учета. Для того, чтобы правильно составить прайс для покупателей товаров, работ (услуг), менеджер должен быть знаком со структурой себестоимости и знать счета, на которых она формируется.

К примеру, если предприятие занимается оптовой торговлей, то по обороту счёта 90/2 «Себестоимость реализованных товаров» отражается учетная цена (цена приобретения) реализуемого товара. При этом руководитель обязан знать, что для ценообразования необходимо учесть все расходы, расходы на продажу, амортизацию основных средств и прочие расходы. И только при исчислении всех расходов, которые распределяются на количество товара, можно сделать наценку, формирующую в результате чистый доход предприятия. В случае, если менеджер не имеет достаточных знаний бухгалтерского учета, есть риск не учесть какую-либо статью расходов (оборот по счету, где учитываются расходы). Это может привести к тому, что запланированная менеджером чистая прибыль будет значительно меньше, либо её не будет вообще, поскольку доход уменьшится в результате на сумму не учтенных в ценообразовании расходов. Такие ошибки просто недопустимы, особенно если на предприятии прайс утверждается на длительный срок и подписывается двумя сторонами в виде дополнительного соглашения к договору или спецификации. В данном случае, даже при быстром обнаружении бухгалтером ошибки, оперативно поменять и переподписать спецификацию, как правило, не удастся – этот процесс может занять некоторое время. И всё это время предприятие будет недополучать запланированную прибыль.

Третья причина, по которой менеджеру необходимо знать бухгалтерский

учет – его ответственность перед контролирующими органами. Как известно, менеджер ставит первую подпись на всех бухгалтерских, налоговых, статистических и других отчетах предприятия, которые подаются в Федеральную службу государственной статистики, Федеральную налоговую службу, фонды и другие контролирующие органы.

За подачу неверных данных предприятие несёт ответственность. Если в результате проверок контролирующими органами обнаружено, что данные отчетности не соответствуют данным бухгалтерского учета, предприятию могут быть начислены штрафы, а также административный штраф при этом начисляется самому менеджеру.

Знающий бухгалтерский учет руководитель, прежде чем поставить свою подпись, сможет потребовать расшифровки всех статей бухгалтерского баланса, провести их инвентаризацию и соответственно проверить достоверность данных всех видов отчетности. Кроме этого, менеджер сможет проконтролировать работу бухгалтера, проверить правильность отображения информации в бухгалтерском учете, а также сможет проверить оборотно-сальдовую ведомость по каждому счету, в котором возникает необходимость сверки.

Соответственно, знания бухгалтерского учета для менеджера всех уровней управления являются очень важными не только по причине грамотного управления и принятия управленческих решений, ответственности, но и контроля работы бухгалтерского коллектива и предприятия в целом.

Знания и умения ведения бухучета для руководителя представляются основополагающими в развитии и производительности предприятия. Менеджер, не владеющий такими знаниями, не сможет управлять рабочим процессом самостоятельно. Грамотный руководитель – пример для своего коллектива [1, с.13].

Но, однако, многие менеджеры не оказывают должного внимания ведению бухгалтерского учета.

В работе «Общая теория учета: естественный, бухгалтерский и компьютерный методы» М.Ю. Медведев пишет: «Чтобы оценить, какую реальную помощь оказывать учет менеджерам, достаточно поинтересоваться у последних: многие ли пользуются в практической работе официальными формами бухгалтерской отчетности, хотя бы бухгалтерским балансом? Ответы если окажутся честными, должны впечатлить – никто» [1].

Ситуацию с востребованностью в процессе принятия решений на предприятии данных его бухгалтерской отчетности не смогли изменить

никакие усилия ученых, отводящих целую часть в своих книгах с лейтмотивом «что должен знать менеджер о бухгалтерском учете». Например, Я.В. Соколов и М.Л. Пятов в книге «Бухгалтерский учет для руководителя» отводят целую часть под названием «Данные бухгалтерской отчетности как основа принятия управленческих решений» [2].

По мнению К.Ю. Цыганкова, ликвидация бухгалтерского учета становится возможной потому, что его функции на себя берет оперативный учет, то есть бухгалтерский учет заменяется ведением записных книжек, ежедневников и т.д. [3, с. 166]. По нашему же мнению, эта ликвидация становится возможной, прежде всего, потому, что процесс принятия решений менеджерами в значительной мере вообще обходится без учетной информации, располагая для этого собственными сведениями.

Анкетирование для студентов было представлено следующими вопросами, по результатам которых составлен рис. 1.

1. Как вы считаете в полном ли объеме вы получили знания по бухгалтерскому учету, т.е. на уровне достаточном для менеджеров? (Да, нет).

2. Как вы считаете, пригодятся ли полученные вами знания в будущем? (Да, нет).

Студент ОмГУПС по направлению «Менеджмент», профиль «Менеджмент организации» изучают бухгалтерский учет на 3 курсе и по результатам сдают зачет (см. табл. 1).

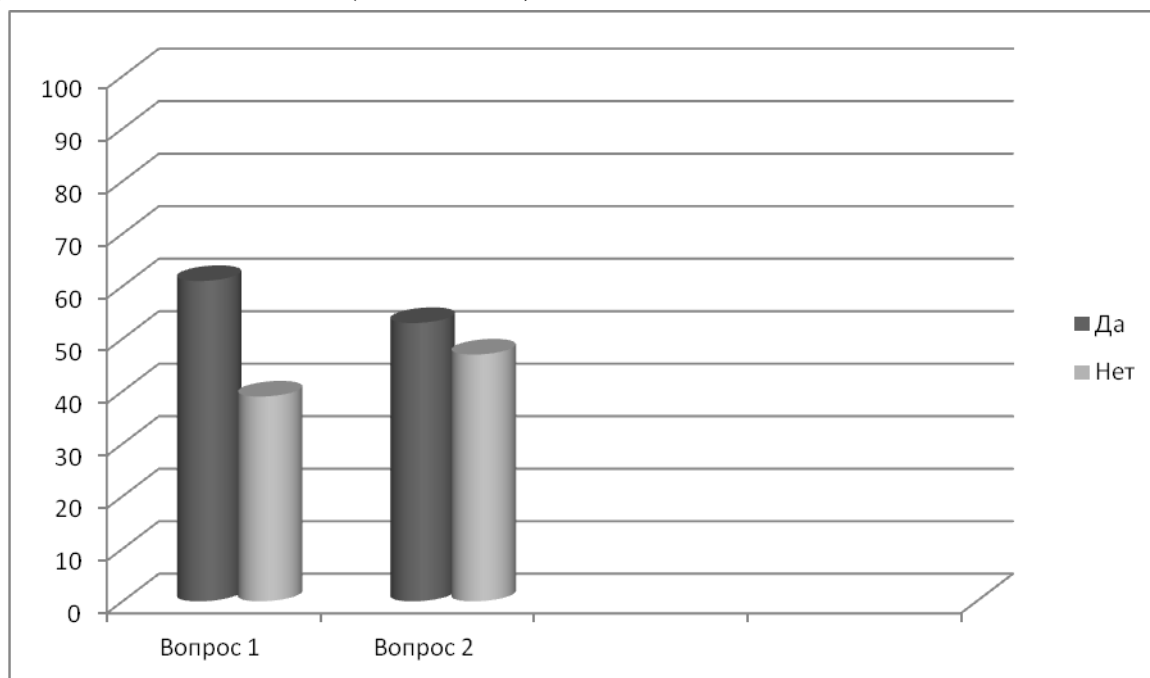


Рисунок 1 – Исследование анкетирования студентов

Таблица 1 – Учебно-тематический план изучения дисциплины «Учет и анализ» [4,5]

Номер и название темы лекций и практический занятий	Профиль подготовки 38.03.02 – «Менеджмент организации»		
	«Менеджмент организации»		
	Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы
Тема 1. Основы методологии организации и ведения бухгалтерского учета в России	8	10	4
Тема 2. Бухгалтерский учет внеоборотных активов	4	2	2
Тема 3. Бухгалтерский учет оборотных активов	6	2	2
Тема 4. Бухгалтерский учет капитала организаций, резервов и обязательств	4	2	2
Тема 5. Бухгалтерский учет затрат на производство продукции, продаж и финансовых результатов	4		2
Тема 6. Бухгалтерская (финансовая) отчетность организации	4	2	6
Тема 7. Основы управленческого учета	6	2	4
ИТОГО	3	18	18
Форма контроля	Зачет		

Из соответствующего понимания причины невостребованности среди менеджеров предприятий учетной информации следует, что усилия автоматизаторов управленческой деятельности на предприятиях должны быть направлены не на обеспечение аналитическими программными продуктами бухгалтерского и оперативного видов учета, а на формирование адекватных процессов текущего наблюдения за средой деятельности предприятия и принятия решений.

Список литературы

1. Медведев, М. Ю. Общая теория учета: естественный, бухгалтерский и компьютерный методы / М. Ю. Медведева. – М.: Дело и Сервис, 2001. – 752 с.
2. Соколов, Я. В. Бухгалтерский учет для руководителя / Я. В. Соколов, М. Л.Пятов. – М.: Велби, 2009. – 232 с.
3. Цыганков, К.Ю. Очерки теории и истории бухгалтерского учета / К. Ю. Цыганкова. – М.: Магистр, 2008. 462 с.

4. Супрунова, Е. А. Учебно-методическое пособие к изучению дисциплины «Учет и анализ» Часть 1 / Е. А. Супрунова. – Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2014. – 32с.

5. Супрунова Е.А. Учебно-методическое пособие к изучению дисциплины «Учет и анализ» Часть 2 / Е. А. Супрунова. – Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2015. – 35с.

УДК 336.6

Сальников И.Д., Кувалдина Т.Б.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

НАЛОГОВЫЕ РИСКИ: СУЩНОСТЬ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Осуществление любой предпринимательской деятельности экономическими субъектами сопряжено с риском, в том числе налоговым. Данная тема в последнее время получила чрезвычайную актуальность и активно обсуждается на научно-практических конференциях, в публикациях ученых-экономистов. Так, например, вопросы выявления и оценки налоговых рисков при налоговом аудите рассматриваются в трудах Н.С. Щербаковой и Е.В. Поповой [5]. С.А. Филин изучает феномен налогового риска как одну из составляющих финансового риска [4]. Достаточно много работ, где раскрываются сущность и критерии оценки налогового риска (Л.И. Гончаренко [1], М.Р. Пинская [2], Е.В. Попова [3] и др.).

В ходе исследования, было изучено большое количество литературы, посвященной налоговому риску. Выявлено, что в настоящее время идут дискуссии по поводу его сущности. В табл. 1 обобщены и представлены понятия этой дефиниции.

В целях нашего исследования под налоговым риском будем понимать возможность потерь, связанных с исчислением и уплатой налогов и сборов, установленных ст. 13-15 Налогового Кодекса Российской Федерации. При этом потери могут возникнуть в результате:

- доначисления налогов, сборов, штрафов и пени по результатам налоговых проверок;

- отказа в предоставлении налогового вычета по НДС;
- назначения выездной проверки вследствие сотрудничества с недобросовестными контрагентами, низкой налоговой нагрузкой, отражения в отчетности на протяжении двух и более лет убытков, низкой рентабельностью.

Таблица 1 – Понятие налогового риска

Ф.И.О. автора	Понятие
Гончаренко Л.И. [1]	Налоговый риск – это возможное наступление неблагоприятных материальных (прежде всего финансовых) и иных последствий для налогоплательщика или государства в результате действий (или бездействия) участников налоговых правоотношений
Пинская М.Р. [2]	Налоговый риск – это вероятность (угроза) доначисления налогов (сборов), пеней и штрафов в ходе налоговой проверки из-за возникших разногласий между налогоплательщиками и налоговиками в трактовке налогового законодательства, которая может обернуться для хозяйствующего субъекта действительным возрастанием налогового бремени
Попова Е.В. [3]	Налоговый риск – это вероятность финансовых и иных потерь в случае проведения проверки налоговыми органами
Филин С.А. [4]	Налоговый риск – это вероятность потерь, связанных с неблагоприятными изменениями налогового законодательства или с ошибками, допущенными при исчислении налоговых платежей

В работе исследованы основные тенденции в области налогообложения коммерческих организаций с точки зрения наступления налогового риска через анкетирование профессиональных бухгалтеров, проходивших обучение по программам повышения квалификации ИПБ России.

В опросе были задействованы экономические субъекты различных организационно-правовых форм собственности. Большая часть коммерческих организаций (82,4%), представители которых принимали участие в опросе, имеют организационно-правовую форму Общества с ограниченной ответственностью, доля Акционерных обществ составляла около 6,0%, другие формы – 11,6% (рис. 1).

Полученные результаты свидетельствуют, что у 64,7% коммерческих организаций производились начисления налогов, пеней и штрафов по итогам камеральной или выездной проверки, около 27% респондентов сталкивались с

отказом ИФНС в возмещении НДС, 37,5% опрошенных констатировали, что они подвергались назначению выездной налоговой проверки вследствие наличия у организации признаков недобросовестного налогоплательщика. Только около 44% бухгалтеров просчитывают налоговую нагрузку на предприятие, т.е. процентное отношение суммы уплачиваемых организацией налогов к сумме выручки по данным бухгалтерской отчетности. При этом, как было сказано, ранее низкая налоговая нагрузка организации – это повод включить организацию-налогоплательщика в план выездных проверок.



Рисунок 1 – Данные о количестве экономических субъектов, принимавших участие в опросе, %

Около 88% бухгалтеров указали, что производят проверку своих контрагентов на добросовестность. При этом они активно используют сервисы на сайте ФНС, выписки из ЕГРЮЛ.

Практика свидетельствует, что налоговые органы проявляют большой интерес к деятельности налогоплательщика с высоким налоговым риском, т.е. деятельности, в отношении которой есть основания полагать, что она направлена на получение необоснованной налоговой выгоды. Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 12.10.2006 № 53 под налоговой выгодой понимается уменьшение размера налоговых обязательств за счет, в частности, уменьшения налоговой базы, получения налогового вычета, налоговой льготы, применения более низкой налоговой ставки, а также получение права на возврат (зачет) или возмещение налога из бюджета. Необоснованной такая налоговая выгода признается, если для ее получения налогоплательщики:

- исказили действительный экономический смысл совершенной хозяйственной операции;

- специально осуществили операцию, которая не обусловлена разумными экономическими или иными причинами (целями делового характера);

- отразили в учете и отчетности хозяйственную операцию, которой не было в действительности (мнимые и притворные сделки).

Считаем, что в целях снижения налогового риска организации-налогоплательщики должны подвергать свою финансово-хозяйственную деятельность самостоятельной проверке на соответствие следующим критериям оценки рисков:

- сравнение налоговой нагрузки предприятия со средним уровнем по хозяйствующим субъектам в конкретной отрасли;

- наличие в бухгалтерской и налоговой отчетности на протяжении нескольких отчетных периодов убытков;

- наличие в налоговой отчетности больших сумм налоговых вычетов, особенно по НДС;

- опережающий темп роста расходов над темпом роста доходов по обычным видам деятельности;

- средняя заработная плата на одного работника ниже среднего уровня по виду экономической деятельности в субъекте РФ;

- наличие договорных отношений с контрагентами-перекупщиками и посредниками, а также фирмами-однодневниками;

- существенное отклонение уровня рентабельности по данным бухгалтерской отчетности от уровня рентабельности для данной сферы деятельности по данным статистического учета.

В заключение необходимо отметить, что снизить налоговый риск можно также через проявление должной осмотрительности при выборе контрагента, т.е. проведения мероприятий, позволяющих убедиться в том, что контрагент, с которым заключен договор действующее юридическое лицо и не является фирмой-однодневкой.

Список литературы

1. Гончаренко, Л. И. Налоговые риски: теоретический взгляд на содержание понятия и факторы возникновения / Л. И. Гончаренко // Налоги и налогообложение. 2009. – № 1. – С. 17 - 24.

2. Пинская, М. Р. Налоговый риск: сущность и проявления / М. Р. Пинская // Финансы. – 2009. – № 2 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 15.04.2017).

3. Попова, Е. В. Налоговые риски: экономическая сущность и методологические подходы к их оценке / Е. В. Попова // Аудитор. 2014. – № 7. – С. 72 - 77.

4. Филин, С. А. Финансовый риск и его составляющие для обеспечения процесса оценки и эффективного управления финансовыми рисками при принятии финансовых управленческих решений / С. А. Филин // Финансы и кредит. 2002. – №№ 3, 4. – С. 21 – 31.

5. Щербакова, Н. С. Налоговые риски, их сущность и оценка / Н.С. Щербакова Е.В., Попова // Аудиторские ведомости. 2014. – № 7. – С. 62 - 69.

УДК 338.534

Скуднова Е.Л., Щербинина А.А., Юдина М.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВАРИАНТЫ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Эффективное управление ценовой политики является важным инструментом сохранения устойчивости организации в период экономического кризиса, когда наблюдается общее снижение объема платежеспособного спроса. В данной статье рассматриваются вопросы адаптации ценовой политики к кризисным явлениям на потребительском рынке.

Понятие «ценовая политика» в экономической литературе имеет несколько трактовок. Например, Тарасевич В. М., автор учебника «Ценовая политика предприятия», считает, что ценовая политика – это составная часть политики предприятия на рынке. Данный автор соотносит понятие «ценовая политика» с понятием «ценообразование», под которым понимается искусство установления цен, поскольку оно осуществляется в условиях высокой степени неопределенности. «Политика цен на предприятии – это деятельность, направленная на максимальное извлечение и использование возможностей, заложенных в сфере ценообразования, для создания успешного потенциала, с

которым предприятие может долго преодолевать конкуренцию за покупателя и достигать своих целей» [1, с. 176]. Грачёв А. В., автор книги «Эффективный руководитель», в понятие «ценовая политика» включает кредитную политику, и определяет её как основной фактор, сказывающийся на доходности предприятия [2, с. 192]. В целом на основании изучения литературы можно сказать, что ценовая политика – это механизм принятия руководителем определенных решений относительно поведения на рынке с целью сохранения и увеличения доходности организации [1 – 4].

Экономическая теория говорит нам о том, что выбор ценовой политики зависит, прежде всего, от типа рынка (рынок чистой конкуренции, рынок монополистической конкуренции, олигополистический и рынок чистой монополии). Тип рынка, в свою очередь, определяется на основе комплексной характеристики следующих параметров:

- тип продукта (однородный или дифференцированный);
- наличие или отсутствие контроля цен;
- сложность вхождения на рынок новичков;
- количество участников;
- значимость маркетинговой деятельности.

Сравнительный анализ основных типов рынка представлен в таблице 1.

На рынке чистой конкуренции складывается единая рыночная цена с небольшими отклонениями. В кризисный период цены опускаются солидарно. Рынок монополистической конкуренции отличается от предыдущего типа тем, что продукция дифференцированная, неоднородная, поэтому и цены будут разными, поскольку каждый продукт «ищет» своего конкретного потребителя. Возможно, некоторым производителям не придётся менять свою ценовую политику в кризисный период, так как на данном рынке вероятно наличие верных покупателей. Олигополистический рынок отличается тем, что количество участников небольшое, а значит проникнуть на такой рынок очень тяжело. Если один участник значительно снизит цену, то может начаться «ценовая война», которая, если затянется, принесёт большие потери всем участникам рынка, особенно в период кризиса. Рынок чистой монополии – рынок одного производителя, который и устанавливает цену. Даже в период кризиса монополист может позволить себе не снижать цену товара, так как отсутствуют полные аналоги. Однако под влиянием общего снижения спроса,

возможно, понадобится снизить объем производства.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика основных типов рынка.

Параметры анализа	Типы рынка			
	Чистая конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополистическая конкуренция	Чистая монополия
Число фирм	50	До 20	5-3	Одна
Тип продукта	Стандартизованный	Дифференцированный	Стандартизованный или дифференцированный	Стандартизованный, дифференцированный, уникальный
Контроль над ценами	Отсутствует	В узких рамках	Значительный	Максимальный
Вступление в отрасль	Нет ограничений	Серьезные барьеры отсутствуют	Ограничено комплексом барьеров	Блокировано
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Значительный	Присутствует в ограниченных пределах	Отсутствует
Значимость маркетинга	Минимальное	Большое	Значительное	Минимальное

Рассмотрим, какие приемы корректировки ценовой политики рекомендуются организациям ведущими практиками ценообразования в кризисных условиях.

Организация, которая продавала товары по более высоким ценам, в период экономического кризиса должна искать альтернативы своей ценовой политики. Альтернативы ценовой политики и последствия их использования описаны в табл. 2.

Таблица 2 – Альтернативные варианты ценовой политики в условиях кризиса

Вариант ценовой политики	Рекомендуемый тип рынка	Последствия применения
1. Удерживать цену и потребительскую оценку, но потерять часть потребителей	Все рынки, кроме рынка совершенной конкуренции	Сокращение доли рынка, снижение прибыли
2. Поднять цену и потребительскую оценку, улучшив продукт и его рекламу	Для рынка монополистической конкуренции, но в пределах контроля цен	Сокращение доли рынка, сохранение прибыли
3. Удерживать цену и улучшить отношение потребителя к товару	Олигополия и монополия	Сокращение доли рынка, краткосрочное снижение прибыли, затем подъем

4. Немного снизить цену, но повысить потребительскую оценку	Рынок совершенной конкуренции, рынок монополистической конкуренции	Сохранение доли рынка, краткосрочное снижение прибыли, далее рост за счет увеличения выпуска
5. Снизить цену до цены конкурента, но сохранить высокую полезность	Рынок совершенной конкуренции, рынок монополистической конкуренции	Доля рынка сохраняется при краткосрочном снижении прибыли
6. Снизить и цену, и полезность до уровня конкурента	Рынок совершенной конкуренции, рынок монополистической конкуренции	Доля рынка и прибыль сохраняются, но в дальнейшем падают
7. Удерживать цену и снижать полезность за счет снижения качества товара	Рынок совершенной конкуренции, монополия	Сокращение доли рынка, прибыль сохраняется, далее прибыль снижается

По словам Натальи Самойловой, директора «Мастерской эффективного репутационного менеджмента», главное для любой организации в период кризиса – не увеличение продаж, а удержание их текущего нормального состояния [5]. По ее мнению, во время общего спада спроса нелогично работать над выпуском новой линейки товара. Если существует насущная необходимость привлечения покупателей, то необходимо выяснить, какими рычагами воздействия это лучше сделать. Как правило, первая мысль, которая приходит в голову менеджерам – снизить цену, привлекая внимание с помощью системы скидок. Это своего рода канал связи по работе с покупателями. Однако здесь стоит быть аккуратными, чтобы сбрасывая цены, не вызвать у потребителей подозрения о том, что товар некачественный. Основным источником снижения цен – уменьшение издержек. Возможно, стоит поработать над качественными характеристиками, сократить издержки, сэкономить на объеме продукции, сократить персонал, сэкономить на рекламе. Несомненно, в ценообразовании значительную роль играют знания маркетинга. Если пересмотреть внешний вид упаковки, то вполне возможно обнаружатся статьи сокращения затрат. Например, можно уменьшить расходы на количество цветной печати или сменить материал упаковки на более дешевый.

Таким образом, мы выяснили, что ценовая политика – важный элемент в управлении организацией, особенно в период кризиса. В значительной степени выбор ценовой политики ограничивается параметрами типа рынка, на котором действует организация. Реакция покупателя на ценовые изменения зависит главным образом от того, какую часть своих совокупных расходов он считает

возможным направить на покупку данного товара. Увеличение цен воспринимается им особенно болезненно на такие товары, которые либо стоят очень дорого, либо, напротив, часто покупаются. В кризисных условиях для устойчивой работы организации большое значение имеет не столько абсолютной изменение цен, сколько изменение общего объема продаж и сохранение доли рынка, поэтому практики ценообразования рекомендуют использовать активный подход к управлению ценовой политикой.

Список литературы

1. Борисова, О. В. Ценообразование в коммерческой деятельности / О. В. Борисова. – М.: Академия, 2012. – 176 с.
2. Грачев, А. В. Система ценообразования: анализ, оценка и управление: Учебно-практическое пособие / А. В. Грачев – М.: Дело и сервис, 2011. – 192 с.
3. Савелов, С. А. Особенности ценовой политики предприятия в условиях экономического кризиса / С. А. Савелов // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 12 [Электронный ресурс]. URL – <http://ekonomika.snauka.ru/2016/12/13386> (дата обращения: 09.03.2017).
4. Шаховская, Л. С. Ценообразование / Л. С. Шаховская, Н. В. Чигиринская, Ю. Л. Чигиринский. – М.: КноРус, 2014. – 258 с.
5. Официальный сайт «Мастерской репутационного менеджмента» Натальи Самойловой. [Электронный ресурс]. URL. – <http://merm.ru/> (дата обращения: 01.03.2017).

УДК 657

Шумакова Т.В., Кирюшина М.А., Супрунова Е.А.
Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ИССЛЕДОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ ЦЕНТРОВ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ООО «КЭАГРО»

В рыночных условиях при организации учета затрат на производство сельхозпродукции особое внимание уделяется формированию центров ответственности. Учет по центрам ответственности представляет собой систему

сбора, отражения и обобщения информации о деятельности отдельных структурных подразделений организации. На базе формирования информации по центрам ответственности организуется контроль и регулирование расходов организации. В первую очередь целесообразно рассмотреть вопросы связанные с публикационной активностью научного сообщества по вопросам освещенности концепции центров ответственности в периодических изданиях, анализ которых представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Публикационная активность по вопросам концепции центров ответственности

Периодические издания	Количество статей за год	Количество статей по концепции центров ответственности	Удельный вес статей по концепции центров ответственности в общем количестве статей, %
Управленческий учет	1379	36	2,61
Управленческий учет и финансы	348	7	2,01
Международный бухгалтерский учет	2866	37	1,29

Таким образом, в исследуемых журналах очень скромно представлены статьи по проблемам исследования, не смотря на то, что журналы является профильными именно по управленческому учету.

Формирование центров ответственности представляет собой многоуровневую процедуру, которая должна учитывать все индивидуальные особенности предприятия. Примером могут служить технологии, способы организации производства, уровень технического оснащения и т.д.

По мнению М. А. Вахрушиной «под центром ответственности понимается структурное подразделение организации, во главе которого стоит руководитель (менеджер), контролирующий в определенной для данного подразделения степени затраты, доходы и средства, инвестируемые в этот сегмент бизнеса» [2, с.90].

Н. П. Кондраков считает, что «центр ответственности – это часть организации, выделяемая в учете для контроля за ее деятельностью» [3, с.309].

Миерманова С. Т., Попова Е. А. под центрами ответственности понимают обобщенное определение к любой части организации, по которой обособленно формируется информация о результатах деятельности [5, с.16].

Согласно Г. Н. Ливенской, к центрам ответственности предъявляются

следующие требования:

Во-первых, при делении на центры учитывается структура предприятия, как организационная, так и производственная.

Во-вторых, каждый центр ответственности имеет своего начальника, ответственного за выполнение необходимых заданий.

В-третьих, каждый центр ответственности разрабатывает свои показатели для оценки.

В-четвертых, четко формируются обязанности ответственных по центрам.

В-пятых, каждый центр ответственности разрабатывает и устанавливает свои формы внутренней отчетности [1].

Таким образом, целесообразно рассмотреть выделяемые в экономической литературе виды центров ответственности, а именно центр доходов, центр прибыли, центр затрат и центр инвестиций.

Центр затрат – это структурное подразделение или группа подразделений предприятия, руководители которых контролируют только затраты (например, производственный участок, производственный цех).

Целесообразно рассмотреть формирование центров ответственности на примере ООО «КЭАгро», основным видом деятельности которого является производство и реализация сельскохозяйственной продукции. Структура центров ответственности в ООО «КЭАгро» представлена в табл. 2.

Таблица 2 – Структура центров ответственности в ООО «КЭАгро»

Центры ответственности	Доходы	Затраты	Прибыль	Инвестиции	Подразделения
Центр прибыли	Доход	Затраты	Прибыль	Отсутствует	Администрация
Центр доходов	Доход	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Торговые точки, касса
Центр затрат	Отсутствует	Затраты	Отсутствует	Отсутствует	Бухгалтерия, отдел кадров, главный инженер, главный электрик, машинно-тракторная мастерская, гараж, энергоучасток, стройотдел, ферма, агрономы структурных подразделений, учетчики, бригада
Центр инвестиций	Доход	Затраты	Прибыль	Инвестиции	Администрация

Центры доходов (продаж) включают подразделения маркетинго-сбытовой деятельности, руководители которых отвечают только за доходы (выручку) от реализации продукции, товаров, услуг, за затраты, связанные с их сбытом. Им предоставляется информация о наиболее рентабельных в производстве или закупках товарах, но результаты деятельности оценивают главным образом по объему и структуре продаж в натуральном и стоимостном выражении и величине издержек обращения.

Центр инвестиции – это подразделение, руководитель которого отвечает за затраты и результаты инвестиционного процесса и эффективность использования капитальных вложений. Задача центра инвестиций – достижение максимальной рентабельности вложенного капитала, быстрая его окупаемость, увеличение рыночной стоимости предприятия. Центры инвестиций представляют собой и центры затрат, и центры доходов, и центры прибыли.

Центры прибыли – представляют собой подразделения, руководители которых ответственны не только за затраты, но и за финансовые результаты своей деятельности (доходы). Это могут быть отдельные предприятия в составе крупного объединения, филиалы, дочерние организации (торговые представительства, магазины, фирмы и т.п.). Их руководители имеют возможность контролировать все компоненты деятельности, от которых зависит величина прибыли: объемы производства и продаж, цены, затраты [4].

Анализируя данные статьи, можно сделать следующие выводы:

Во-первых, в исследуемых журналах очень скромно представлены статьи по проблемам исследования, не смотря на то, что журналы являются профильными именно по управленческому учету.

Во-вторых, выделяется четыре типа центров ответственности: центр прибыли, центр доходов, центр затрат и центр инвестиций.

В-третьих, внедрение системы управленческого учета в сельскохозяйственных предприятиях также следует начинать с определения центров ответственности за идентифицируемые показатели, с целью оптимизации организационной структуры предприятия.

Список литературы

1. Алборов, Р. А., Управленческий учет затрат по центрам ответственности в производственных организациях: монография / Р. А. Алборов, Г. Н. Ливенская // Ижевск: Удмуртский университет, 2013. – С.108.

2. Вахрушина, М. А. Бухгалтерский управленческий учет / М. А. Вахрушина // Учебник для вузов 8-е изд., доп. и пер. М. – 2013. – С. 672.
3. Кондраков, Н. П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: учеб. / Н. П. Кондраков. – М.: Проспект, 2013. – С. 681.
4. Погорелова, М. Я. Бухгалтерский (финансовый) учет: Теория и практика: Учебное пособие / М. Я. Погорелова // ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – С.331.
5. Миерманова, С. Т. Организация управленческого учета по центрам ответственности на предприятиях пассажирского автомобильного транспорта / С. Т. Миерманова, Е. А. Попова // Сибирский торгово-экономический журнал. 2005. – №1. – С. 16 – 18.

УДК 339.138

Юраш М.Ю.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ КОМПАНИИ «АСГ»

В условиях современного рынка алкогольной продукции одним из ключевых факторов, влияющих на конкурентоспособность производителя в отрасли, становится формирование положительного имиджа продукции компании и активность продвижения товара по каналам поставки конечному потребителю. Для реализации задачи по продвижению компаниями-участниками реализуются мероприятия бренд-маркетинга и трейд-маркетинга.

Бренд-маркетинг отличается долгосрочным периодом проведения и теряет смысл без планомерных последовательных финансовых вложений. При этом объективно оценить экономический эффект проведения бренд-маркетинга отдельно от иных мероприятий не представляется возможным, поскольку у компании отсутствуют инструменты для однозначного определения, насколько данный фактор способствовал достижению прироста продаж и сформировал лояльность потребителя конкретному бренду. К тому же, законодательством РФ запрещена реклама алкогольной продукции в СМИ и в Интернете [3; 27].

Трейд-маркетинг направлен непосредственно на стимулирование торговых посредников и розничных точек на увеличение представленности

продукции компании в ассортименте и общих объемах реализации. Трейд-маркетинг проводится как долговременно (по отношению к ключевым партнерам – оформляется контрактами), так и периодически. Результативность проводимых маркетинговых мероприятий определяется соотношением между затратами на их проведение и полученным приростом продаж в сравнении с прогнозом на основе краткосрочной тенденции [4; 19].

Компания «Алкогольная сибирская группа» за прошедшие с момента ребрендинга 9 лет сумела совершить качественный рывок и из регионального производителя трансформироваться в одного из ведущих представителей алкогольной отрасли. Успех компании во многом обусловлен результативной маркетинговой политикой, в связи со спецификой отрасли имеющей ряд отличительных черт.

Общие подходы к реализации маркетинговых активностей в компании «АСГ» зафиксированы в «Положении о порядке проведения маркетинговых мероприятий» (далее – ММ).

Для каждого канала (ModernTrade (далее – МТ) – современная торговля (сети), TraditionalTrade (далее – ТТ) – традиционная торговля (розничные точки), on-trade (HoReCa – ХоРеКа– отели, рестораны, кафе) в компании руководством каналов и дирекцией по маркетингу поквартально устанавливаются стандарты проведения ММ, которые транслируются в подразделения в виде презентации для дальнейшего доведения до дистрибьюторов и торговых точек.

Выделяют два направления ММ: продвижение конечному покупателю и продвижение в каналы сбыта.

В продвижении конечному покупателю используются следующие группы ММ.

Скидочные акции:

- «желтые ценники» (далее – ЖЦ) – снижение цены на полке на процент, установленный стандартами компании для данной торговой марки /SKU;
- скидки – стоимость участия: сопровождение ЖЦ включением акционных позиций в периодические рекламные каталоги сетей, выделение на полке при помощи специальных средств [2; 39].

Мерчендайзинг (влияние на расположение продукции компании в торговой точке):

- дополнительные места продаж (далее – ДМП) – размещение дополнительных единиц продукции в местах, изначально не предусмотренных для выкладки продукции;

- выкуп полок –долгосрочное размещение продукции на определенном полочном пространстве (на уровне глаз покупателя и т.п.);

- акция на выкладку (целевой блок) – стимулирование точки закупить и разместить определенные SKU продукции в установленном стандартами компании порядке на определенном месте [1; 79].

BTL-маркетинг – включает различные нестандартные акции на конечного потребителя: промо-мероприятия, спонсорство, сувенирная фирменная продукция, оформление торговой точки в фирменном стиле с использованием ассоциативных элементов и наименования бренда, форма для персонала и прочее; преимущественно характерны для канала on-trade [4; 42].

Постоянные ретробонусы (в канале on-trade) – оформляемая контрактами плата за включение торговых марок на постоянной основе в меню с оформлением по стандартам компании и разработка коктейлей на основе продукции «АСГ», реализацию за установленный период оговоренного количества продукции установленных торговых марок, проведение в период контракта согласованных промо-мероприятий на территории заведения с активным привлечением его сотрудников.

Для продвижения в каналах сбыта используются иные инструменты.

Постоянные ретробонусы (в каналах МТ и ТТ) – оформляемая долгосрочными контрактами фиксированная плата за включение определенных торговых марок в ассортимент, закуп определенного количества продукции установленных торговых марок или достижение установленной контрактом суммы товарооборота за период (общего или по торговой марке).

Переменные ретробонусы (в каналах МТ и ТТ) – оформляемое долгосрочными контрактами стимулирование сетей и точек на достижение определенных показателей приобретения продукции «АСГ» за период; бонус представлен в виде процента от товарооборота и выплачивается по его достижении.

Стимулирование каналов сбыта (направлено на область, определяемую как отношения дистрибьютора и торговой точки – охватывает каналы ТТ и on-trade):

- акции на закуп – стимулирование торговой точки на приобретение определенного количества или ассортимента продукции в одной накладной;

- стимулирование на рост реализации сотрудника дистрибьютора, непосредственно доставляющего и реализующего продукцию компании в торговые точки;

- повышение лояльности лиц, непосредственно отвечающих за формирование текущего ассортимента или находящихся в прямом контакте с потребителем и могущих оказать влияние на его выбор;

- презентация – ознакомление сотрудника торговой точки или сотрудника дистрибьютора с продукцией компании, сопровождаемая, как правило, дегустацией.

Необходимо отметить, что, помимо продвижения в конечных каналах сбыта и потребителям, важнейшим направлением маркетинга является неценовое повышение лояльности официальных дистрибьюторов. Для этих целей компания «АСГ» разработала эффективную схему взаимодействия, которая за последние несколько лет позволила не только унифицировать подход к оценке результата работы партнеров и увеличить их удовлетворенность сотрудничеством, но улучшить платежную дисциплину.

В Коммерческой политике компании на 2016-2017 годы зафиксирован единый подход к начислению дистрибьюторам ежемесячной ретро-премии по коммерческой политике. Ретро-премия выплачивается за:

- своевременную оплату;
- выполнение общего месячного плана закупа;
- выполнение месячного плана закупа по группам торговых марок;
- выполнение месячного плана реализации по зоне дистрибьюторских торговых команд (ДТК) – то есть тех, которые реализуют продукцию как компании «АСГ», так и иных производителей, с которыми сотрудничает дистрибьютор).

Для целей исчисления ретро-премии все торговые марки «АСГ» поделены на группы. Ретро-премия не только выплачивается в суммарном выражении, но и возвращается дистрибьютору в виде скидки по итогам отчетного периода на следующий (только в каналах on-trade и ТТ, поскольку в канале МТ дистрибьютор не влияет на объем реализации). Условия ее предоставления оформляются в приложениях к договорам поставки с

дистрибьютором.

Таким образом, возможность предоставления ретро-премии по коммерческой политике на постоянной основе стимулирует дистрибьюторов не только на выполнение планов отгрузок в торговые точки каналов on-trade и ТТ, но и на соблюдение сроков погашения дебиторской задолженности, что способствует повышению финансовой устойчивости предприятия и более эффективному использованию оборотных активов.

По итогам 2016 года компания «АСГ» смогла увеличить долю рынка по стоимостным (на 0,85%) и количественным (на 1,12%) объемам реализации алкогольной продукции на территории РФ. В целом прирост реализации составил 10,23% и 3,27% к 2015 году соответственно (из которых прирост на 6,81% стоимостной реализации был достигнут за счет повышения цен во всех каналах). Ключевой бренд «Пять озёр» третий год подряд стал вторым в России по объемам розничных продаж, вместе с тем, на рынок был запущен новый бренд – линейка сибирских специалитетов «Сиббиттер», проведен ребрендинг ряда торговых марок с уже сформировавшимся имиджем. Удалось добиться значительного прорыва по реализации экспортируемой продукции – элитного алкоголя Diageo (прирост продаж в целом по каналам на 9,6%, в канале on-trade – на 16,2%), итальянских игристых вин Beatrice (в целом по каналам на 8,9%). Активная клиентская база увеличилась в канале МТ на 4,5%, в канале ТТ – на 7,8%, в канале on-trade – на 7,5%. Таким образом, положительная динамика реализации и развития подтверждает результативность проводимой компанией маркетинговой политики. При этом за 2016 года затраты на маркетинг в компании выросли не столь существенно – на 3,5%.

В 2017 году компания «АСГ» планирует увеличить маркетинговые расходы и количество проводимых маркетинговых мероприятий во всех каналах на алкогольном рынке. Руководство компании рассчитывает, что это позволит совершить рывок и выйти на первое место в России по общим объемам реализации алкогольной продукции крепостью свыше 28 градусов. Результаты последних лет доказывают, что в компании умеют проводить качественный маркетинг, поэтому столь амбициозные планы выглядят вполне осуществимыми.

**Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика»
Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.**

Список литературы

1. Ключкова, Н. С. Мерчандайзинг : учеб.-практ. пособие / Н. С. Ключкова, Е. Ю. Логинова, А. С.Якорева. – М.: Дашков и К, 2009. – 268 с.
2. Идрисов, Ш. А. Маркетинг: Учебное пособие. 3-е изд., доп. и исправленное: Допущено УМО в качестве учебного пособия для вузов / Ш. А. Идрисов., Л. А.Волкова. – М.: Перо, 2015. – 266 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
3. Мазилкина, Е. И. Брендинг: учебник [текст] / Е. И. Мазилкина. – М.: «Дашков и К», 2008. – 224 с.
4. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 284 с.

ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА

UDK 378

Isagalieva Z.K., Mikhaylova G
Siberian Transport University, Novosibirsk.

BEING A STUDENT IN THE USA AND RUSSIA

Being a student in the U.S. is different in a lot of ways than in Russia. Classes are taught differently, schools are run differently, and grades are doled out differently – some for the good and some for the bad.

Relevance:

The relevance of my research is determined by the lack of awareness of most students about the differences of colleges' or universities' educational processes of the USA and Russia. Nowadays, there is an opportunity for students to study abroad and this information could help them to make a decision in what country to study, the USA or Russia. Moreover, by identifying the differences between the processes, we could find out their advantages and disadvantages, and try to develop some recommendations how to improve them by adopting each other's experience.

Goal:

to investigate the differences between the educational processes of colleges or universities of the USA and Russia.

Objectives:

- to research the grade systems;
- to compare the attitudes to privacy of students' academic performance;
- to process the choice of classes;
- to identify the possible improvements for the systems.

The typical grades awarded for participation in a course are A, B, C, D, and F. In colleges and universities, a D is considered to be an unsatisfactory passing grade. Students will usually still earn credit for the class if they get a D.

1. Grading systems

This is the most used grading system in America.

Letter grade	Percentage	GPA
A	90-100	4.0
B	80-89	3.0
C	70-79	2.0
D	60-69	1.0
F	0-59	0.0

This is an academic grading system in Russia.

Number grade	Meaning
5	Excellent
4	Good
3	Satisfactory
2	Unsatisfactory
1	Very Poor

In higher education, most subjects are graded «Pass/No pass» and the rest are graded on the five-point scale. The 'Pass/No Pass' grades have no official numeric representation and simply represent a student's good/poor knowledge of a subject.

Exams in Russia are certainly more stressful than in the U.S., because in many cases a final exam is worth about 75% of the grade. The exam format is similar for all majors and class years. During the exam, a student receives a few random questions based on the content of the entire course, and often has to answer the questions orally in a one-to-one conversation with the professor.

In the USA the final grade for a class/course is not based just on the final exam. The final grade is also the result of the following:

- class participation and attendance;
- weekly quizzes/tests;
- assignments/study projects;
- midterm exam;
- final exam.
- Each element has a certain percentage (between 10% and 40% of the final grade for a class/course), they are added up and the overall number is converted into a letter grade from A to F.

- A final exam in American colleges is typically conducted as a test.

2. Privacy of students' academic performance

While in the U.S. students' grades are not revealed to the whole class, in Russia it is different. It is common for a Russian professor to announce students' grades publicly in the presence of the whole class. It is also common for Russian professors to put a list of students' names and grades next to their office door, so everyone at the university can see the students' grades.

Another policy in line with the previous point is the habit of colleges in Russia to call or write letters to students' parents if students do not do well academically. This is what American students would probably take as a violation of their privacy.

3. Choice of classes

In the U.S., academic advisors play a crucial role in helping students make all kinds of academic decisions. Academic advisors provide guidance on academic policies and regulations, post-graduate opportunities, and other resources available on-campus that offer academic and personal support.

American students do not have to make a firm decision about what subjects to study before beginning their college career. The students can often select courses from other departments that are not required to pass for getting their major. They can spend several semesters or even several years at a college before they choose, or declare, a major. This opportunity allows students the time to really think about what they want to study before making a long-term commitment to a single topic.

In Russian universities, there are no academic advisors, simply because there is no need for them. Russian students cannot choose what courses to take. Colleges together with the government develop a program of study for each major compulsory for all students pursuing that major.

The average number of courses Russian students take each semester is about twice as big as the normal course load in American colleges.

4. Possible improvements for the systems

I consider that there should not be any pass/no pass exams in Russian universities because they do not fully and appropriately estimate a student's knowledge of a class.

Russian assessment system for an exam should not be based mainly on the final exam, but it should consider all the other aspects of a student's work during a semester equally.

From my point of view, students' grades have to be private. Some students don't like when everyone in the class knows their grades, if they are low.

I agree with Americans that informing students' parents about their unsatisfactory academic performance is a violation of privacy. It's up to parents to get to know by themselves about whether their children do well academically or not.

In my opinion, Russian universities should adopt flexibility in the educational process from American colleges. It will give the opportunity to the students to make an informed decision when choosing a major. Russian students also would be able to get to know subjects that they are interested in, but not connected with their major.

Conclusions

1. the assessment system in the USA is more adequate than in Russia;
2. privacy is on the first place for American students and publicity is more important for Russian students;
3. the American system of choice of classes gives more freedom to choose than the Russian one.
4. the Russian educational process in universities has more drawbacks in comparison with American one.

References

1. Voice of America <http://blogs.voanews.com/student-union/2012/02/08/10-ways-being-a-student-in-the-us-is-different-than-in-russia/>.
2. MastersPortal <http://www.mastersportal.eu/articles/764/how-are-grades-different-in-the-netherlands-compared-to-the-us.html>.
3. LiveJournal <http://mechanismone.livejournal.com/26051.html>.
4. Tarasyuk L. N., Tseykovich K. N. / Socio-political magazine «Education in the USA»/ Tarasyuk L. N., Tseykovich K. – 2013. – Pages. 15-17.

УДК 338.48(574)

Борбасова З.Н., Омарова А.С.

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,
г. Караганды, Республика Казахстан

НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Туризм играет важную роль в мировой экономике. Каждое 11 рабочее место в мире создается туризмом. Доля туризма в мировом ВВП составляет свыше 9,4%, что эквивалентно 6,8 трлн. долл. [1, с.5]. Количество

международных туристских прибытий увеличивается с каждым годом и в 2013 году достигло почти 1,1 млрд. человек (рис. 1).



Рисунок 1 – Развитие туризма в мире

Туризм превращается в ключевой двигатель социально-экономического развития посредством создания рабочих мест и занятости работников с низкой и средней квалификацией, диверсификации экономики, мультипликативного эффекта, создающего предпосылки роста в смежных отраслях экономики. На сегодняшний день динамичному развитию туристской индустрии Казахстана препятствует ряд проблемных вопросов, которые являются основными для развития отрасли.

В первую очередь, это высокие цены на туристские услуги, недостаточное развитие инфраструктуры туризма, недостаточно высокий уровень предоставляемых услуг, сложная система визовых и миграционных формальностей и т.д.

Тем не менее, у Казахстана есть свои перспективы вхождения на рынок международного туризма. Необходимо отметить, что две трети роста мирового туризма обеспечиваются соседними с нами странами – это порядка 200 млн. туристов. Наши потенциальные рынки – это, прежде всего, растущий внутренний рынок, а также Россия, Китай, Европа и Ближний Восток (рис. 2).

Структура туристского рынка в 2016 году – 3,0 млн.прибытий



Рисунок 2 – Потенциальные рынки сбыта

В целом, Концепцией предусматривается развитие пяти туристских кластеров страны: Астана, Алматы, Восточный, Южный и Западный Казахстан. Северная и южная столицы позиционируются как центры делового туризма, Алматы также как центр международного горного туризма. Кластер Восточный Казахстан - центр развития экологического туризма. Кластер Южный Казахстан - культурный туризм [2, с.3]. Кластер Западный Казахстан – культурный и пляжный туризм. В данных кластерах предусмотрена реализация национальных проектов: Бурабай в кластере Астана, горнолыжный курорт Южный Каскелен и Кок Жайлау в кластере Алматы, Бухтарма и Катон-Карагай в кластере Восточный Казахстан, Кендерли в кластере Западный Казахстан.

Создание курортной зоны предполагает три элемента капитальных затрат – внешняя магистральная инфраструктура, внутренняя инженерная и туристская инфраструктура и коммерческие объекты.

Для дальнейшего развития туризма, в первую очередь необходимо расширение аэропортов в Астане, Алматы и Шымкенте, а также сооружение аэропортов в курортной зоне отдыха Кендерли Каракиянского района Мангистауской области и поселке Улькен Нарын Катон-Карагайского района Восточно-Казахстанской области, усовершенствование аэропортов в Усть-Каменогорске и Актау.

Немаловажным является и развитие железнодорожного транспорта. В рамках разработанного проекта концепции предложено усовершенствование инфраструктуры существующих железнодорожных вокзалов в Астане, Алматы, Актау, Усть-Каменогорске, Шымкенте, Кызылорде, Шу, Щучинске, Капшагае,

Байконуре, поселке Жанаозен, а также пограничных станций, пунктов пропуска через Государственную границу Республики Казахстан и в других кластерных центрах и ключевых местах туристического интереса [3, с.54].

Предполагается, что развитие внешней инфраструктуры будет обеспечено за счет государства, а возврат инвестиций в экономику будет обеспечен за счет новых рабочих мест и поступлений в бюджет. Доля данных затрат в общей структуре составит порядка 15-25%.

Внутренняя инженерная и туристская инфраструктура, в связи с низкой доходностью и долгосрочным возвратом потребует инвестиций в формате ГЧП. Доля затрат составит порядка 25-35%.

В структуре затрат недвижимость составит порядка 50-60%.(рис. 3).

К мерам развития мягкой инфраструктуры относятся создание:

- визит-центров, предоставляющих бесплатную туристическую информацию о возможности бронирования, приобретения сувениров, книг и карт;

- туристических указателей в основных местах достопримечательностей, в гостиницах и других местах размещения, аэропортах, на железнодорожных вокзалах, центральных автовокзалах, в портах;

- карт дестинации, предлагающих пакет туристских достопримечательностей, услуг и продуктов дестинации и др.

В концепции предлагаются меры по созданию привлекательного инвестиционного климата в Казахстане посредством создания специальных туристических зон (СТЗ) по примеру специальных экономических зон с особым правовым режимом, применяемым для реализации туристических проектов, обеспечения механизма эффективного управления СТЗ и обслуживания инвесторов по принципу «одного окна» и иных мер [4, с.73].

Для реализации проекта концепции можно предложить создание национальной компании по развитию туризма. В примерах с такими условиями государство решало активно создавать новое предложение в туризме путем централизованного создания курорта «с нуля». Как правило, государство создавало для этих целей национальную компанию, деятельность которой носила квази-коммерческий характер. Например:

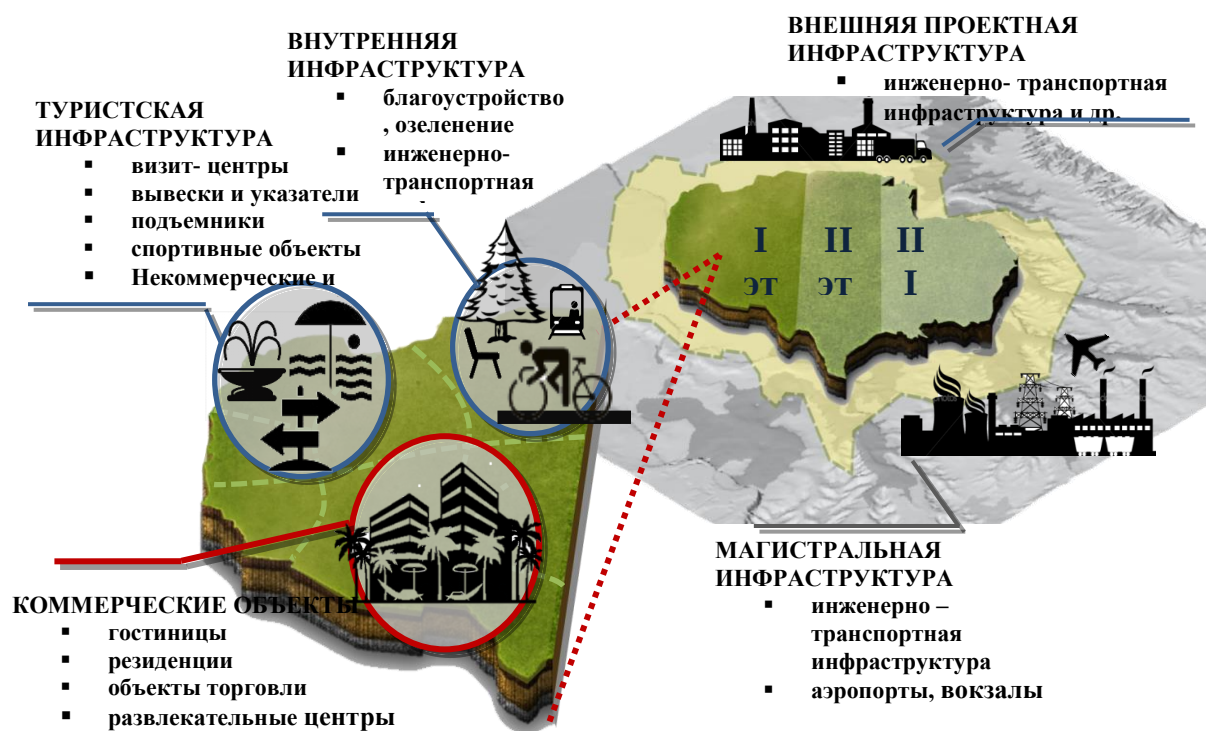


Рисунок 3 – Инвестиционная модель развития туристического кластера

С учетом данных проектов общий объем инвестиций до 2020 года в туризм ожидается на уровне 10 млрд. долларов США (включая транспортную инфраструктуру), из которых от 30 до 40% необходимо профинансировать из государственных источников. При этом 50% от вложенных государственных средств будет осуществляться на возвратной основе.

Согласно проведенным исследованиям текущей ситуации и потенциала развития туризма в Казахстане, к 2020 году ожидается увеличение потока иностранных и местных туристов, и доходов от туристской деятельности в 3 раза. Это около 8,2 млн. туристов и \$9,9 млрд. доходов [5, с.193].

При полноценной поддержке со стороны государства отрасль может дать 3% ВВП к 2020 году, привлечь порядка 6,5 млрд. долл. частных инвестиций и создать до 300 тыс. новых рабочих мест. Необходимо отметить, что одно рабочее место в туризме обходится в 10 раз дешевле, чем в промышленности, и создается занятость работников преимущественно с низкой и средней квалификацией, особенно молодежи и женщин. Очевидно, что с учетом сегодняшних структурных вызовов туризм может и должен стать стратегически важной отраслью для страны.

Список литературы

1. What tourism managers need to know: a practical guide to the development and use of indicators of sustainable tourism. – Madrid: WTO, 1997.
2. Workshop on sustainable tourism indicators for South American Countries. Villa Gesell. Argentina: final report. – Madrid: WTO, 2001.
3. Горелов, И. Н. Перспективы реализации кластерных инициатив в регионах / И. Н. Горелов // Региональная экономика: теория и практика. 2012. – № 12. – С. 54-57.
4. Гуриева, Л. К. Туристский кластер региона: проблемы и перспективы создания / Л. К. Гуриева // Региональная экономика: теория и практика. 2012. – № 22. – С. 72-80.
5. Котлер, Ф. Привлечение инвесторов: маркетинговый подход к поиску источников финансирования [Текст] / Ф. Котлер. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – С. 193.

УДК 316.723

Габов С.В., Кочнев М.С., Федоров В.Е.

Мурманский филиал Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I, г. Мурманск

СИМВОЛИКА И ФОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЕ

Субкультура – это часть общей культуры со своими отличительными признаками. Каждая неформальная организация имеет свои правила, которым подчиняются все ее участники. Субкультуры молодежи – это определенные отклонения от общепринятой, традиционной культуры. Хотя многие люди негативно относятся к панкам, хиппи, Эмо и остальным представителям неформальных групп, далеко не все они опасны для общества.

Каждая социальная группа или поколение имеет определенные взгляды на жизнь. Точно так же и подростковая субкультура – это всего лишь неформальное поведение тинэйджеров. Таким образом, подростки убегают от проблем взросления, конфликтов дома и в школе, не желают решать реальные

проблемы. За определенной маской они прячут свою растерянность перед будущим, не реализуют собственные стремления, а лишь подражают кумирам.

Субкультура молодежи, список самых распространенных движений: панки, хиппи, скинхеды, эмо, готы, растаманы, геймеры, гопники.

Знаки и символы молодежи – предметы, изображения, жесты, слова (словосочетания) и другие средства коммуникации, закрепляющие в данной социокультурной среде или фиксирующие в отдельной ситуации дифференциацию молодежи от других социальных групп. Знаки и символы такого рода читаются молодыми как «свои», а представителями других групп – как принадлежащие молодежи («чужие»). В истории, в частности, многократно менялась мода на прическу: то длинные, то короткие волосы были вызовом молодых патерналистскому давлению взрослых.

В традиционных культурах знаки и символы молодежи нередко предписаны установленным обычаем и не являются произвольно присвоенными себе самой молодежью.

Общее назначение знаков и символов молодежи – ориентация в отношениях по модели «свой-чужие». Характерными для современного общества европейско-американского цивилизационного типа (к нему в определенной мере приближается и цивилизационный тип России) являются знаковые отличия молодежи в: 1) одежде и особенностях ее ношения; 2) прическах и макияже; 3) украшениях; 4) привычных вещах, предметах обихода; 5) предпочтениях в еде; 6) способах проведения досуга; 7) избирательности публичной информации; 8) использовании в межличностной коммуникации определенных языковых и технических средств; 9) музыкальных вкусах;

Молодежная одежда отличается яркостью, для молодежи считается нормальным оголение тех или иных частей тела. На этом общем фоне особыми чертами в самом составе предметов одежды и обуви, а также в их конфигурации, цветовой гамме, фурнитуре и т. д. обладают различные молодежные субкультуры, придающие отличию в одежде знаковый характер.

Прически могут становиться почти нормативными для значительной части молодежи, и по молодежным прическам нетрудно отличить 1940-е гг. от 1960-х или 2000-х. В прическах и макияже (или его отсутствии) нередко отражается позитивный образ у значительной части молодежи тех или иных субкультур или культурных стилей, которые становятся основой

социокультурного поколения (например, ориентация на прически «Битлз»).

Общая характеристика украшений как знаков молодежи вряд ли возможна (в том числе в силу стратификации молодежи по признакам богатства-престижа-власти), но заметна распространенность в молодежной среде яркой бижутерии, ориентации на традиционные народы (украшения с проколом ноздрей, губ, практика пирсинга).

Молодежью быстрее, чем старшим поколением, осваиваются не только сами вещи, рождаемые научно-техническим прогрессом и отвечающие на новые потребности людей (нередко порождающие новые потребности), – быстрее и шире осваиваются многообразные функции таких вещей. Таково, в частности, массовое овладение молодежью компьютерами, видео- и аудиотехникой, мобильными телефонами и т. д. со всем комплексом их коммуникативных, информативных, развлекательных и других возможностей. Именно в молодежной среде знаковыми фигурами становятся хакеры, популярны произведения в стиле фэнтези.

В сфере досуга с молодежью ассоциируются различные телесно ориентированные практики, в частности спорт, танцы, бодибилдинг. Нередко они приобретают субкультурный характер или входят в состав сложных субкультурных образований (например, брейк-данс в составе хип-хоп культуры). Немаловажно, что досуг молодежи все чаще реализуется в экстремальных формах (экстремальные виды спорта, сознательно агрессивное поведение в общественных местах, нелегальное производство граффити и т. п.). В обыденном сознании с молодежью нередко связывается общая ориентация на развлечения (в том числе опасные – вроде экспериментов с наркотиками).

Знаки, создаваемые молодежью для самоидентификации, находят отражение в ее языковом арсенале, прежде всего в лексике и фразеологии.

Музыка – один из наиболее точных знаковых маркеров молодежи, точнее, определенных молодежных сообществ.

К знаковым характеристикам молодежи может быть отнесена и сфера сексуального поведения. Особо важная для молодежи, эта часть жизни символизирует молодость, ориентирована на ценности молодости. В то же время в сексуальном поведении молодежи часто усматривается избыток аморализма, разврат, отход от социальной нормы.

Символами, признаваемыми молодежью за «свои», могут становиться различные жесты, выражающие солидарность по какому-либо поводу. В 1930-е

гг. поднятый вверх кулак выражал сплоченность антифашистской молодежи (впрочем, как и всех антифашистов, независимо от возраста). В 1960-е гг. пальцы в форме латинской буквы «V» (начальная буква слова victory – победа) стали символом студенческого бунта, а позже этот жест в целом стал применяться молодежью как обозначение солидарности со «своими»

Специфика знаков и символов молодежи в отношении молодых сельских жителей, армейской молодежи, молодежной части профессиональных сообществ в литературе по социологии молодежи представлена в небольшом числе исследований (Луков, Агранат, 2005) и остается почти не изученной.

Список литературы

1. Гуревич, П. К. Культурология / П. С. Гуревич. – М.: Гардарики, 1999. – 278 с.
2. Культурология. XX век: энциклопедия. Т. 2. М – Я. – СПб, 1998. – 446 с.
3. Культурология. XX век: словарь. – СПб, 1997. – 389 с.
4. Луков, В. А. Особенности молодежных субкультур в России / В. А. Луков // Социологические Исследования. 2002. – №10. – С. 79-87.
5. Молодежный Петербург: движения, организации, субкультуры. Вып. 1. / под. ред. В. В. Костюшева. – СПб, 1997. – 111 с.
6. Молодежный Петербург: движения, организации, субкультуры. Вып. 2. / под. ред. В. В. Костюшева. – СПб, 1999 – 134 с.

УДК 38.3

Горбач К.А.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

Инвестиции играют значительную роль в развитии, как всей экономики страны, так и различных её отраслей, в том числе и рынка туристических услуг. Вообще, инвестиции различают частные, государственные и иностранные. Частные инвестиции осуществляют туроператоры. Они вкладывают средства в развитие гостиничных комплексов в те места, куда отправляют своих клиентов.

Но особая роль в финансировании и создании инфраструктуры туризма принадлежит государству в виде субсидий, льготных займов, налоговых льгот и др. Однако, государственные инвестиции недостаточны при отсутствии частных инвестиций.

Наибольший интерес представляют государственные инвестиции, осуществляемые через федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)». Данная программа была принята 19 июля 2010 г. по инициативе Федерального агентства по туризму. Главной целью программы является – повышение конкурентоспособности туристского рынка РФ, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах. Цель программы раскрывается в 3 задачах [1]:

- 1) развитие туристско-рекреационного комплекса РФ (путем создания автотуристских кластеров);
- 2) повышение качества туристских услуг (путем подготовки квалифицированных кадров);
- 3) продвижение туристского продукта РФ на мировом и внутреннем туристских рынках.

Программа осуществляется в 2 этапа: первый этап с 2011 по 2014 гг. и второй этап с 2015 по 2018 гг. Общий объем финансирования Программы составляет 338,9 млрд. руб., в том числе за счет средств федерального бюджета – 95,7 млрд. руб. (28%); за счет средств консолидированных бюджетов субъектов РФ – 25,3 млрд. руб. (8%); за счет средств внебюджетных источников – 217,9 млрд. руб. (64%) [1].

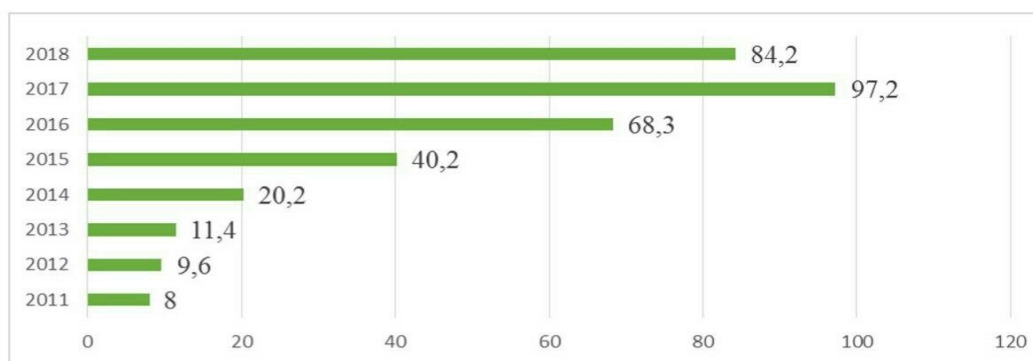


Рисунок 1 – Финансирование Программы 2011 – 2018 гг., млрд. руб. [1]

Значительные государственные инвестиции для развития туристических

услуг направляются в недавно присоединенную Республику Крым. Здесь действует Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015 – 2017 гг., целью которой является формирование Республики Крым как современного международного туристского центра, соответствующего 3 главным критериям: круглогодичности, востребованности и конкурентоспособности. Цель программы планируется достичь с помощью следующих задач [2]:

- 1) обеспечение комплексного развития туристских территорий Республики Крым;
- 2) диверсификация туристского продукта Республики Крым, ориентированного на различные сегменты туристского рынка, с развитием различных видов туризма;
- 3) повышение качества туристских услуг;
- 4) продвижение туристского продукта Республики Крым на международном и внутреннем туристских рынках.

Общий объем финансирования Программы составляет 9 389,4 млн. руб., в том числе за счет средств федерального бюджета – 9 246,0 млн. руб. (98,4%); за счет средств бюджета Республики Крым – 137,6 млн. руб. (1,5%); за счет средств местных бюджетов – 5,8 млн. руб. (0,1%) (табл. 1).

Таблица 1 – Объем и источники финансирования Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015 – 2017 гг. [2]

Общий объем финансирования, млн. руб	Всего	2015	2016	2017
Всего	9 389,4	2 097, 0	3 188, 2	4 104, 2
Федеральный бюджет	9 246,0	2 049, 0	3 140, 0	4 047, 0
Бюджет Республики Крым	137, 6	46, 0	46, 2	45, 4
Местные бюджеты	5, 8	2, 0	2, 0	1, 8

Взаимодействие государства и частного бизнеса проявляется в следующих проектах: во Владимирской области было подписано трёхстороннее соглашение с администрацией области, ООО «Ювелирный завод Адамант» и ОАО «Сбербанк России» о строительстве во Владимире гостиничного комплекса Hilton. Участники проекта включены в действующие федеральные и региональные программы, направленные на поддержку инвестиционных проектов региона, в

том числе туристической отрасли. В 2015 г. был сдан туркомплекс «Золотое кольцо» в Ярославской области. Он включен в Федеральную Целевую программу (ФЦП) развития туризма, состоит из отелей разного уровня, автокемпинга, киноконцертного комплекса, торговых центров, фитнес и спа-центра, спортивных сооружений. Необходимо расширить спектр услуг, связанных с общественной безопасностью, дорожным движением, медицинским обслуживанием и т. д. Например, Центр активного отдыха и туризма "Y.E.S" в Вологодском районе (открытый в 2013 г.). В 2014 г. в Санкт-Петербурге открылись два капсульных отеля рядом с Невским проспектом. Проект называется Simple Hostel, суть которого в том что, постояльцам предложат комнаты 3 на 3 метра, с вентиляцией и wi-fi. На создание одного капсульного отеля потребуется порядка 12 млн. руб., срок окупаемости – 3-4 года [3, с. 244].

Современные достижения в телекоммуникациях, обработке данных и электронном маркетинге обеспечивают много новых возможностей для бизнеса туризма. Информационно-коммуникативные технологии (ICT) предоставляют информацию о местах назначения, договоренности, транспортировке, об отдыхе по путевке и услугах и показывает фактический процесс и доступность таких услуг. Один из самых удобных способов для туриста выбрать оптимальный вариант – это компьютерные системы резервирования (CRSs). CRS, по существу, база данных, состоящая из туристических предложений. С помощью CRSs потребители могут совершить резервирование. Изначально CRSs использовали только авиакомпании, сейчас CRSs развивают гостиничные сети и туроператоры. CRSs уменьшает коммуникационные затраты, обеспечивая разведывательную информацию положения партнеров и конкурентов [4, с. 100 - 102].

Еще одной инновацией в туризме является услуга «Электронный билет». Электронный авиабилет или e-ticket – это электронная форма авиабилета, предлагаемая взамен обычного билетного бланка. Бронирование мест на рейс осуществляется стандартным образом, но информация о путешествии, не печатается на бланке, а хранится в специальной базе данных авиакомпании в электронном виде.

К инновациям в гостиничной сфере можно отнести следующие [5, с. 129 – 130]:

1. Портативная сигнализация. Часто путешествующим людям, переживающим по поводу сохранности своего имущества и собственной безопасности в гостинице, поможет портативная дверная сигнализация. Это устройство вставляется в щель между дверью номера и полом изнутри комнаты. Если злоумышленники захотят проникнуть в номер и попытаются открыть дверь, ее тут же заклинит, и прозвучит сигнал тревоги. Устройство питается от 12-вольтовых батареек и стоит от \$4.

2. Интерактивная система контроля внутренних служб отеля. Serviator представляет собой интерактивную систему контроля внутренних служб отеля. Serviator – мобильная система для гостиниц, которая позволяет увидеть полную информацию о работе инженерно-хозяйственных служб в режиме реального времени. Serviator становится мощным инструментом контроля и управления благодаря возможности интеграции с различными PMS (система управления отелем). Система функционирует посредством интернет-браузера, сотрудники могут использовать как популярные КПК, так и мобильные телефоны.

3. «Экологическая вовлеченность». Данная система позволяет сократить потребление энергии до 25%. Суть ее заключается в отмене подачи электроэнергии при длительном использовании. Чаще всего применяется в гостиницах при использовании фена. Система запущена в гостиницах семи брендов IHG, включая Holiday Inn, Crowne Plaza и InterContinental.

В настоящее время в качестве примера инноваций в туризме можно привести создание нового направления – психологический туризм. В РФ психотуризм еще считается «ноу-хау». Вместе с тем, несколько турагенств в России уже предлагают психотуры: «Мир фантазий» г. Москва, туристическое агентство и тренинговый центр «НИКс», г. Омск, Центр психотерапии «Поддержка», психологический консультативный и тренинговый центр «Возрождение», а также центр тренингов и путешествий в г. Киев. Психологический туризм следует рассматривать как отдых с целью физического или психологического восстановления организма. При этом важно данный вид туризма не смешивать с рекреационным туризмом. При психотуризме речь идет о восстановлении психологических ресурсов человека, т.е. о восстановлении внутренних сил, а при рекреационном туризме – о лечении, оздоровлении человека, страдающего неким заболеванием и

выступающего в роли пациента, т.е. психологический туризм призван удовлетворять потребности психически и физически здорового человека. Целью психологического туризма является достижение внутренней целостности и гармонии личности (лучшее понимание и принятие человеком себя, большей наполненности и осмысленности жизни, улучшение контактов с внешним миром) посредством специально организованной туристской деятельности. Сейчас разработано три психотура «Познай и пойми себя», «Гармония» и «Антистресс», в разработке которых принимало ООО «Тайм Трэвэл» [5, с. 129 – 130].

Таким образом, инвестиции являются локомотивом развития любой отрасли, особенно рынка туристических услуг в России. Но они не могут быть эффективными без активной государственной поддержки. Во все сегменты рынка туристических услуг должны внедряться инновации, которые вместе с инвестициями создадут синергетический эффект и приведут к росту отрасли в стране.

Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Экономика» Е.В. Севостьянова, Омский государственный университет путей сообщения.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 N 644 (ред. от 18.12.2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс [Официальный сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118424/ (Дата обращения 12.04.2016).

2. Постановление Совета министров Республики Крым от 9 декабря 2014 г. N 501 «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015 - 2017 годы» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] // Правительство Республики Крым [Официальный сайт]. URL: http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub_236291.pdf (Дата обращения 14.04.2016).

3. Романова, М. М. Инвестирование в индустрию туризма в России и других странах / М. М. Романова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2014. – № 34. С. 241 – 245.

4. Коновалова, Е. В. Инновации на предприятиях туризма и сервиса / Е. В. Коновалова // Сервис в России и за рубежом. 2014. – № 3. С. 96 – 105.

5. Ушаков, Р. Н. Теория и практика инноваций в туризме / Р. Н. Ушаков // Сервис в России и за рубежом . 2011. – № 2. С. 123 – 133.

УДК 316.624

Миронова Ю.С., Федоров В.Е.

Мурманский филиал Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I, г. Мурманск

ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ЕГО ПРОФИЛАКТИКА

В России проявление девиантного поведения среди молодежи приобретает масштабы национальной трагедии. По мнению некоторых специалистов, такая тенденция через несколько лет может привести к необратимому процессу – уничтожению генофонда.

- Девиантное поведение (*deviatio* (лат.) – отклонение) - это поведение отклоняющихся от норм права и морали, принятых в том или ином обществе и ведущее к совершению преступлений и правонарушений.

Девиантное поведение подразделяется на две группы:

1. Поведение, отклоняющееся от нормы психического здоровья, т.е. наличие у человека явной или скрытой психопатологии, эту группу составляют лица: астеники, шизоиды, эпилептоиды и лица с акцентуированным характером.

2. Поведение, отклоняющееся от морально-нравственных норм человеческого общежития и проявляется, в разных формах социальной патологии.

Формами девиантного поведения являются:

1. Все виды правонарушений;
2. Суицид;
3. Агрессивное поведение;
4. Наркомания, алкоголизм, курение, игромания;
5. Отрицание норм;

6. Творческие, нестандартно мыслящие;
7. Сверх интеллектуальные;
8. Социопаты;
9. Проституция, гомосексуализм.

Часто в психолого-педагогической литературе наряду с термином «девиантное поведение» используются такие понятия как «патологическое поведение», «аморальное поведение» «асоциальное поведение» и т. д.

Факторы возникновения и развитие девиантного поведения в подростковом возрасте:

1) психо-биологические факторы:

- действия пренатальных, натальных и ранних постнатальных негативных воздействий (тяжелые токсикозы беременности, родовые травмы, внутриутробные и ранние мозговые инфекции, соматические заболевания);
- неблагоприятная наследственность (алкоголизм или наркомания родителей);
- органические повреждения головного мозга (черепно-мозговые травмы, мозговые инфекции и т. д.);
- «пубертатный кризис» (неравномерность развития сердечно-сосудистой и костно-мышечной системы, повышенная активность эндокринной системы, гормональные нарушения).

2) социально-психологические, педагогические факторы:

- нарушения воспитательных норм подростка в семье (гиперопека, попустительство, авторитаризм и т. д.);
- школьная дезадаптация (депрессивное состояние, тревожность, эмоциональное напряжение и т. п.);
- подростковый кризис (усиленное развитие самосознания, стремление к самоутверждению, наличие межличностных и внутриличностных конфликтов);
- психические травмы (конфликты с родителями, друзьями, учителями, неконтролируемое эмоциональное состояние, вызванное влюбленностью, переживанием семейных разладов и т. д.).

Индивидуальная девиация в ряде случаев трансформируется в коллективную. Распространение последней обычно связано с влиянием криминальной субкультуры, носителями которой являются деклассированные слои общества.

Выделяют следующие причины, приводящие к девиантному поведению:

I. Внешние (общественные):

- Социальное неравенство, низкий уровень жизни большей части населения, в первую очередь молодежи; расслоение общества на богатых и бедных; безработица, инфляция, коррупция и т.д.
- Морально-этический фактор: падение морально-нравственных уровень общества, бездуховность.
- Окружающая социальная среда, которая нейтрально-благоклонно относится к девиантному поведению; недостатки социально-культурной сферы, неустроенный досуг.

II. Внутренние (личностные):

- сниженная переносимость трудностей повседневной жизни;
- неудачи в учебе или на работе, разочарование в людях;
- низкий уровень умственного развития, препятствующий правильному самоанализу поведения и прогнозированию его последствий;
- низкая познавательная активность, обеднение духовных потребностей;

Можно выделить такие разновидности девиантного поведения:

- преступность - наиболее опасное отклонение от социальных норм, приобретает особенное распространение именно в молодежной среде.
- пьянство и алкоголизм приобрели значительное распространение среди молодежи. По данным исследований, 70-80% опрошенных уже пробовали употреблять алкоголь в возрасте 13-15 лет.
- самоубийства, уровень совершения которых, как показывают исследования, повышается в период экономических и социальных кризисов. Подростки и молодые люди совершают самоубийства из-за недоразумений, конфликтов в семье, несчастливую любовь и т.д. Много самоубийств связаны с асоциальным поведением личности (игромания, наркоманией, алкоголизмом, проституцией и др.).

Проблемы

Разрушение института семьи, неполные семьи, ранняя беременность, безнадзорность, попустительство со стороны родителей, ослабление социального контроля являются внешними условиями, допускающими возможность бесконтрольного поведения, которое переходит во внутреннюю неспособность личности к самоограничению.

Таким образом, к девиантному поведению прибегает отклоненная

социумом личность; слабые связи «семья-ребенок», «школа-ребенок» способствуют ориентации молодежи на группы сверстников, которые являются преимущественно источником девиантных норм.

Остается открытым вопрос о том, стремится ли личность перестроить отношения и поведение, которые противоречат нормам социума. Одним из факторов возможных отклонений в поведении подростков является неразвитое логическое, конкретное мышление.

Пути решения

Основные факторы социального контроля:

1) Методы и средства социального контроля должны быть адекватны конкретным видам девиантного поведения. Так, научное, техническое и другие виды творчества, привлечение к занятию спортом, общественно- полезной деятельностью могут служить серьезной альтернативой разным формам противоправного, и аморального поведения.

2) Существенное сужение репрессивных мер воздействия. Лишение свободы приводит личность к социальной и нравственной деградации и может использоваться лишь как крайняя мера воздействия.

3) Создание гибкой и разветвленной системы социальной помощи, включающие государственные, общественные, благотворительные и иные структурные звенья.

4) Нравственное вознаграждение и духовное развитие граждан на принципах общечеловеческой морали и духовных ценностей, свободы совести и слова, индивидуального поиска смысла жизни (кризис духа или утрата смысла жизни - важный фактор девиантного поведения).

5) Жесткий контроль над посещением социальных сетей, прослушивания музыки, потоком видеозаписей, содержащих сцены насилия, жестокости и натурального секса.

6) Изменение менталитета граждан, выросших в условиях тоталитаризма (социальные рекламы, просветительские программы).

7) Подготовка и переподготовка кадров, которые были бы способны работать с представителями «социального дна»: учителей и преподавателей, работников правоохранительных органов; социальных педагогов и социальных психологов; врачей-наркологов и социальных работников - всех тех, кто уже сегодня работает в контактной зоне с девиантами.

8) Психологическая адаптация и помощь родителям и другим членам семьи подростка.

Подводя итоги

В период перехода к рыночной экономике изменилось материальное положение многих слоев населения. Большинство живет за чертой бедности, увеличилось количество безработных. Кто забывается в бутылке, кто забывается в наркотическом дурмане, а кто послабее, сводит счеты с жизнью. Единственный способ как-то изменить сложившееся положение - улучшить жизнь, помочь людям преодолеть их проблемы, укрепить институт семьи, для этого и создаются теперь социальные службы и другие организации. Но если их деятельность не будет поддерживаться государством рост преступности, наркомании, алкоголизма и т. д. будет только расти.

Список литературы

1. Смагулова, К. Б. Проявление девиантного поведения в подростковом возрасте / К. Б. Смагулова // Молодой ученый, 2016. – №26. – С. 607 – 610.
2. Бобнева, М. И. Социальные нормы и регуляция поведения / М. И. Бобнева. – М.: Наука, 1987. – 309 с.
3. Актуальные проблемы девиантного поведения: борьба с социальными болезнями. – М.: Просвещение, 1995. –124 с.
4. Ганнушкин, П. Б. Клиника психопатий, их статика, динамика, систематика / П. Б. Ганнушкин. – М.: Наука, 2003. – 348 с.
5. Воспитание трудного ребенка: Дети с девиантным поведением: учебно-метод. пособие / Под ред. М. И. Рожкова. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2013. – 240 с.
6. Пресс-служба УМВД России по Мурманской области (по информации ОДУУП и ПДН УМВД России по Мурманской области)
http://vkkkcom.ru/kdm_51

УДК 338.54

Несипов Р.Е., Улаков С.Н.

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,
г. Караганды, Республика Казахстан

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ ВБЛИЗИ ГОРОДСКИХ АГЛОМЕРАЦИИ

Сельскохозяйственное производство на сегодняшний день в развитых странах становится все более и более наукоемким, что вызывает резкое сокращение рабочих мест и ведет к повышению безработицы в сельской местности. К тому же постоянно возрастает опасность возникновения кризиса перепроизводства сельскохозяйственной продукции. Все это требует вовлечение людей в сопутствующие индустрии. И здесь огромные возможности получает малый и средний бизнес, где может проявить себя молодежь с ее гибкостью, креативностью и мобильностью.

Однако для массового отдыха основной части горожан Казахстана агротуризм в своем традиционном виде, как показали наши исследования, трудно реализуем, что связано со спецификой территориального расселения населения страны. Сегодня, в числе наиболее важных глобальных социально-экономических процессов современности особо следует отметить урбанизацию. Этот процесс, начавшийся во второй половине XX века, сопровождается образованием скоплений населенных пунктов и городов, сливающихся друг с другом и названных агломерациями. Как характеризуют это явление ученые-урбанисты, городская агломерация – компактная территориальная группа городских и сельских поселений, объединенных в сложную динамичную локальную систему многообразными интенсивными связями производственными, коммунально-хозяйственными, трудовыми, культурно-бытовыми, рекреационными, а также совместным использованием данного ареала и его ресурсов. Часть городской среды, предназначенную, для отдыха и восстановления физического и психического здоровья, обозначают как рекреационные зоны (селитебно-рекреационная, рекреационно-сельскохозяйственная). Таким образом, городская среда включает все пространство агломерации. Каждый человек нуждается в отдыхе и развлечениях (рекреациях) и данный факт не может быть поставлен под сомнение. Обычно, подобное расслабление происходит ежедневно (перерыв, прогулка, смена занятий, сон), каждую неделю (в выходные и праздничные дни) и ежегодно (каникулы, отпуск). Во время отдыха люди обычно предпочитают занятия не повторяющие их повседневные действия. Таким образом, человеческий организм освобождается от стресса и монотонности жизни. К сожалению, развитие городских агломерационных процессов приводит все большему сужению селитебно-рекреационных зон, что снижает

качества жизни городского населения.

Ключевыми факторами создания агротуристских кластеров для рекреации населения городских агломераций Казахстана являются следующие.

Первый фактор – разрастание городских агломераций и сужение в них селитебно-рекреационных зон. В своем Послании (2014 г.) Президент страны сделал четкий акцент на вопросе развития агломераций. В ней отмечено: государство будет содействовать концентрации населения в долгосрочных центрах экономического роста, коими являются формирующиеся агломерации [1]. Это возможно только в случае проведения системной политики по территориальной концентрации людей, знаний и капитала в долгосрочных точках роста. Если конкретнее, то в сфере территориальной политики необходимо повысить к 2050 году долю городского населения страны до 70 процентов (от нынешних 55%), при этом более 35 процентов населения должны жить в городах с населением свыше 2 млн. чел. (по прогнозам, это будут города Алматы, Астана, Шымкент). По самым умеренным прогнозам численность населения в Казахстане к 2050 году превысит 20 млн. человек. Соответственно, 35 процентов населения страны будут жить в городах с численностью населения более 2 млн. человек – это Алматы (свыше 3,5 млн. чел.), Астана (свыше 2 млн. чел.) и Шымкент (свыше 2 млн. чел.) [3]. В настоящее время в этих городах проживают соответственно 1,5 млн., 1,0 млн. и 0,8 млн. человек. Правительством утверждена программа развития регионов до 2020 «Прогнозная схема территориально-пространственного развития страны до 2020 года» (в дальнейшем ППР). В ней особая роль отводится городам, которые всегда являлись «локомотивами» в развитии экономики, науки, техники, культуры государства [3]. При этом учитываются современные тенденции взаимосвязанного развития поселений в составе городских агломераций, которые согласно ППР, подразделены на агломерации первого уровня – Алматы, Шымкент, Астана, и агломерации второго уровня – Актобе. Определенным потенциалом агломерирования в долгосрочном периоде обладают также города Караганда (в связке с г. Астана), Усть-Каменогорск (в связке с г. Семей). Таким образом, агломерация – это стратегический инструмент комплексного развития территории, от которого выигрывает и город ядро (решение городских проблем: создание объектов транспортной и коммунально-хозяйственной инфраструктуры, развитие рекреационных баз и

т.п.), и пригородное окружение (более высокий уровень инженерно-технического, социально-культурного обслуживания и качества жизни). Создание агротуристских комплексов в пригородных окружениях будет способствовать решению проблемы развития рекреационных баз крупных агломераций.

Экологическая обстановка в большинстве промышленных городов становится менее благоприятной для проживания и их жителям необходим отдых на природе, особенно в них нуждаются дети. В таком аспекте аграрный туризм с использованием местных природных и культурно-исторических ресурсов сельской местности региона может являться альтернативным видом организованного кратковременного отдыха горожан. Сегодня в ряде регионов наблюдается увеличение потока неорганизованных туристов в выходные дни в пригороды, и около 30% потенциальных потребителей туристского продукта, предъявляют повышенные требования к уровню проживания и обслуживания, которые отчасти совпадают с качеством того обслуживания, которое может предоставить сегодня региональные объекты агротуристской индустрии.

Карагандинская городская агломерация – одна из первых в Казахстане еще с советских времен. О том, что она была в союзные времена, доказывает факт внесения ее в официальный список мегаполисов СССР. В «Демографическом энциклопедическом словаре» (1985 г.) в статье о Казахстане сказано: «Самые большие агломерации сложились вокруг Караганды и Алматы». Здесь следует обратить внимание на то, что Карагандинская была упомянута первой, потому что в то время вполне конкурировала с Алматы и была второй по численности населения. Караганда как город, после 90-х годов долгое время находилась в стадии стагнации, и за это время опережающими темпами стали прогрессировать такие региональные центры, как Шымкент и Актобе. Большой отток населения из Карагандинской области в 90-е годы сильно подорвал сложившуюся структуру этой агломерации, но своего статуса она не потеряла. Хотя на сегодняшний день Караганда (485 тыс. чел. 2015 г.) имеет меньшие перспективы по дальнейшему агломерационному росту, т.к. демографические ресурсы окружающей территории сокращаются, и большинство населения уже сконцентрировано в областном центре. В нее входит ряд крупных городов и городских поселений - Темиртау, Шахтинск, практически сросшиеся с городом 40-тысячный г. Абай, Сарань и посёлки

Актас, Топар и Шахан; близлежащие населённые пункты Бухаржырауского, Абайского и Шетского районов. Препятствием для дальнейшей концентрации населения в регионе, как показала практика последних лет, стала более привлекательная и перспективная для мигрантов г. Астана, став стольным городом страны – символом независимого государства. В рамках особого статуса развития столицы предусматривается создать Астанинскую агломерацию путем присоединения к ней г. Караганды с прилегающими поселениями. В то же время, необходимо отметить, что сам город Караганда, несмотря на относительно небольшую численность (по сравнению с более масштабными городами мира – менее полмиллиона чел. По раскладам ученых, в его агломерации сейчас проживает около 920 тысяч человек.), до сегодняшнего дня сохранил все структурные признаки агломерации [7, 8]. Важно учитывать, что расстояние от Астаны до Караганды – около 180 км. То есть их границы лежат за пределами одночасовой изохроны. Даже после ввода в действие с 2017 года четырехполосной автомагистрали Астана-Караганда поездка между ними займет не менее двух часов. Соответственно возникает вопрос о сроках реализации агломерации Астана-Караганда и целесообразности подобного решения на сегодняшнем этапе развития обоих городов. При административном, «силовом», решении этого вопроса могут возникнуть серьезные проблемы с пространственной организацией территорий. В мировой практике для агломерации принято пределы двухчасовой изохроны, но они по территории и численности населения в десятки раз превышают существующие и планируемые в Казахстане городские агломерации. Для сравнения – крупнейшая в мире по площади Нью-Йоркская агломерация (30 671 км²) имеет максимальный линейный размер чуть больше 180 км при населении в 24 млн. человек (2012 г.). Таким образом Карагандинская агломерация, по всей вероятности, в ближайшее десятилетие будет развиваться как самостоятельная.

В целом основной задачей развития агломераций в Казахстане предлагается определить формирование их как долгосрочных центров роста, интегрированных с мировыми и региональными рынками. При этом определены приоритетные экономические специализации каждой агломерации. Так, Астанинскую предлагается позиционировать как центр высоких технологий и инноваций. Причем она рассматривается как сетевая «зона роста» с учетом близости и перспектив развития Караганды и Щучинско-Боровской

курортной зоны. Астанинская агломерация служит межрегиональным центром социально-экономического развития и притяжения всего Казахстана.

Второй фактор – возможность участия агротуркомплексов в развитии внутреннего и международного туризма.

Очевидно, что в современных условиях Казахстана, основная ориентация сектора агротуризма, прежде всего, должна быть направлена на внутренний туристский рынок. В связи с резким ростом цен на туристские услуги и падением платежеспособности 70% населения страны проводит отпуск в своем регионе. Максимум, что могут себе пока позволить граждане, входящие в этот сегмент потребительского рынка, экоотдых в деревне у родственников и знакомых, отдых в выходные дни на дачных участках, а также отдых детей в летнее время в лагерях, при условии платежеспособности предприятия, на котором они работают. В настоящее время в динамике международных туристических потоков наблюдаются тенденции, благоприятные для сельского туризма. Агротуристские направления становятся все популярнее, а сельский туристический бизнес регистрирует из года в год все больший объем продаж, привлекая все большее количество бизнесменов в эту сферу деятельности.

Агротуристские комплексы предоставляют своим клиентам возможность заниматься различными видами спорта, совершать конные и пешие прогулки, организуют экскурсии для осмотра местных достопримечательностей и окрестных городов. И, наконец, все более важную роль начинает играть кухня. Агротуризм предоставляет возможность не только вкусно и качественно поесть, но и увезти с собой в качестве сувениров редкие напитки (медовухи) или особые продукты (курт, иримшик, жент и т.д.).

Город Астана как ядро агломерации, а Караганда, как город, входящая в его сетевую «зону роста», несомненно, будут концентрировать в себе экономическую активность в стране. Данный тандем двух агломерации имеет возможность выступить в качестве зоны интеграции страны вместе с агломерациями г. Алматы и Шымкента с региональными и глобальными рынками. Близость столицы станет дополнительным аргументом для ее зарубежных гостей для посещения г. Караганды и возможности отдыха, носящий культурно-познавательный характер, будет несомненно для них интересен. Объекты и программа обслуживания агротуристского комплекса, разработанных для гостей ЭКСПО, может быть продолжен и после 2017 г.,

станет постоянным, что сделает привлекательным для кратковременного отдыха не только для зарубежных туристов.

Третий фактор – возможность расширения рекреационно-селитебной зоны городской агломерации за счет дополнительного включения сельскохозяйственных зон для отдыха горожан. Перегруженность транспортных магистралей города, увеличение выбросов промышленных предприятий негативно влияют на здоровье жителей города. Наблюдается увеличение темпа жизни, частоты миграции населения, продолжительности рабочего дня. Увеличивается количество стрессовых ситуаций, что сказывается на здоровье населения. Поэтому отдых в системе рекреационных сельскохозяйственных зонах за счет дополнительного включения их в городскую агломерацию – это не просто свободное времяпрепровождение, а самый эффективный отдых, обеспечивающийся при изменении рода деятельности, а также при смене привычной среды, становиться все менее доступным для населения.

Четвертый фактор – специфика территориального расселения населения Казахстана, что особенно заметна в Центральном и Западном Казахстане, где слабо развиты сельские территории, что не благоприятствуют агротуризму в классическом варианте. Так, удаленность городской агломерации Караганды, главного города Центрально – Казахстанского региона, от возможных рекреационно-курортных мест отдыха населения на природе (Каркаралинский оазис - 200 км, Баян-Аульский-270 км, Кызыл-Арайский -250 км) и отсутствие в других сельских местностях соответствующей инфраструктуры для отдыха и приема туристов является проблемой для получения ими рекреационных услуг на природе.

Спрос постепенно изменяет саму концепцию агротуризма, который превращается для многих сельских жителей не в побочный, а в основной вид деятельности со всеми необходимыми для турбизнеса атрибутами: рекламой, маркетингом, ценовой политикой, квалифицированными кадрами и т.п. Объекты размещения преобразились и потребовали серьезных инвестиций, приближаясь к месту постоянного проживания туриста, включаясь в городские агломерации, выполняя рекреационные функции. Поиск наиболее приемлемой для современных социально-экономических условиях Казахстана модели агротуризма является актуальным для становления и развития данного вида туризма. В мире существует несколько значительно отличающихся модели

агротуризма, преследующих разные цели и ориентированных на разные задачи, выработанных в соответствии с конкретными условиями и практикуемых в разных группах стран. Анализируя и обобщая опыт их становления и развития с учетом национальных особенностей, мы пришли к выводу, что среди четырех основных моделей организации агротурбизнеса в мире, для нас более приемлемой является европейская (как симбиоз западно-европейской и восточно-европейской модели). Однако различие в географических и природно-климатических условиях, о чем мы отмечали выше, не позволяет прямого перенятия их опыта для организации агротурбизнеса [1].

Концептуальные особенности создания агротуристского комплекса заключается в кластерной стратегии развития агроэкологического туризма в условиях городской агломерации. Она основана на наличие региональных и местных агропромышленных предприятий и хозяйств, объединяя их бизнес-интересы на наиболее эффективное достижение конечных результатов через сотрудничества в составе агротуркомплекса.

Список литературы

1. Нұрлы Жол - путь в будущее. Послание Президента Республики Казахстан от 11 ноября 2014 года.
2. Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. 17 января 2014 года.
3. Материалы международной научно-практической конференции: Пространство. Время. Архитектура, 2015. – № 32. – С. 10 – 14.
4. Борбасова, З. Н. Туризм в Казахстане: проблемы и перспективы развития. Монография / З. Н. Борбасова, С. Н. Улаков. – КЭУ, Караганда, 2015. – 186с.

УДК 316.723

Рубцов А.А., Никифоров О.А.

Мурманский филиал Петербургского государственного университета путей
сообщения Императора Александра I, г. Мурманск

ЯЗЫК И АНТУРАЖ МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

В этой теме мы решили рассмотреть две субкультуры «гопники и

геймеры», в которых, как нам показалось, существует большое количество языковых изменений. И так рассмотрим их по порядку.

Гопники

Страна, к счастью, развивается, но многие продолжают жить по «законам улиц», как было распространено при упадке в 90-е годы, когда начинают появляться так называемые гопники. Общей и главной чертой гопов является отсутствие моральных ценностей, культуры, образования. Гопники ведут себя грубо и высокомерно. Условно гопников можно разделить на несколько групп, каждая из которых обладает своими языковыми особенностями:

Группа-1 ШЕЛУХА (Минигопы):

дети до 16-ти лет с ярко выраженными гоповскими наклонностями. Обычно из неблагополучных семей. Пристрастия: материться, принимать спиртное, курить.

Язык «Шелухи»:

«Вася» неумный человек, гопник. Имя, которым определённая группа людей называют всех подряд, в том числе и себя.

«Пацан» любой гопник.

«Пацанчик» маленький гопник, младше по возрасту.

«Бабосы, бабло, Лаве» деньги.

«Быковать» отбирать бабосы.

«Децл» мало.

«Лох» Вася, у которого можно набыковать бабосов.

«Семки» семечки.

«Тапки» кроссовки.

«Фанарь» отрицание, неодобрение.

«Фрегал» Вася, который меньше тебя.

«Быдло» как это ни странно, этим словом гопники называют себе подобных.

Группа-2 ГОПНИК-ОБЫКНОВЕННЫЙ:

Можно условно разделить на два типа: те, которые придерживаются неких «понятий» и те, которые их нарушают. Нарушителей называют «лохмачами», такие на улице могут неожиданно атаковать не «перетерев по фене».

Внешний вид: кожаная куртка по колено, спортивные штаны, ботинки лакированные с острым носом или кроссовки (тапки) с рынка с надписью «abidas», на голове кепка. Любимая музыка: шансон, русская попса.

Особенности: держатся районами, а гопники из чужого района – враги. Иногда собираются подраться район на район. Один из атрибутов – шапка на макушке с надписью Россия, BMW и Adidas.

Язык «Гопника-обыкновенного»:

Нармос – нормально.

Чикса – симпатичная девушка.

Ну чо там? – как дела?

Рабочий пацан – Вася, который добился признания среди гопов.

Дела под горку – все хорошо.

Мууу! – универсальное междометие. Чаще всего произносится, когда через толпу гопников в подъезде пробирается человек.

В натуре, конкретно, реально – попытка убедить собеседника, доказать свою правоту.

Слышь, ты! – универсальное обращение к любому человеку.

Группа-3 КОЛБАСНЫЙ ГОПНИК:

«Прогрессивный» вид гопника-обыкновенного. Любимая музыка: русская попса, хип-хоп, хотя вообще им всё равно под что «колбасить» (танцевать). Во время колбасни принято раздеваться по пояс и махать руками как получится.

Язык «Колбасных гопников»:

Мазёвый – превосходная степень понятия «чёткий»

Кент - дружбан, кореш, братуха.

Кентовать – тусоваться, общаться.

Шо там? !! – как дела?

Дядя – синоним ВАСЯ или ПАЦАН

Грибы – деньги,

Исполнения – когда человек делает что-то тупое, по мнению гопника.

Группа-4 ФУТБОЛЬНЫЕ ГОПОВСКИЕ ФАНАТЫ:

Отличается от гопника-обыкновенного пристрастием к футболу. Внешне отличается ношением шарфа любимой команды. Хороший гоп-фанат должен громко орать и уметь быстро отрывать стулья на стадионе(по мнению самих гопников!). Особенности: фанаты чужой команды – враги, устроить драку можно прямо на стадионе во время матча, а также до матча и после матча.

Язык «Футбольных гопников»:

Осади – прекрати

Внедрить – выпить или съесть что-либо

Тип – молодой парень

Наплыв – приход

Движения – когда много человек что-нибудь «исполняют»

Рамсить – разбираться

Вымораживает – бесит, выводит из себя.

Общение гопников между собой:

«Слышь, пацан, дай закурить» «Не куришь? Чё, спортсмен, шоль?»

«Слышь, чувак, мелочь есть?» «Слышь, ты ваще с какого раёна?» «А Макса «Косова» с раёна знаешь, шоль?» «Слышь, а ты чё такой дерзкий?» «А ты ваще по жизни кто?» «Слышь, ты понятия соблюдаешь, шоль?» «Ты не прав щас!»

Геймеры

Кто же такие геймеры? В словаре компьютерного сленга слово «геймер» – означает «игрок», человек, постоянно играющий в компьютерные игры.

Это – ярые сторонники компьютерных игр. В жизни они совершенно разные. У них разные работы, хобби, характеры. Объединяет их одно – запустив любимую игру, они меняются: превращаются в Десантников, действующих на вражеских планетах, Магов и Волшебников, Императоров народов или планет. За свою любимую игру они будут спорить до хрипоты, переубедить их практически невозможно. Они учатся думать мыслями их персонажей, учатся жить в мире игры! Все они подвижны игрой.

Субкультура геймеров зародилась недавно. С появлением компьютерных игр, а позже и Интернета молодежь стала активно общаться в сети. Компьютерные сетевые игры для них – это возможность общаться в действии вместе с другими игроками, зачастую иностранными, сверстниками проходить задания и побеждать врагов

Существует система деления геймеров по уровню игровой активности:

«казуалы» – редкий гость в играх

«геймеры-общественники»

«настоящие геймеры»

«увлечённые геймеры»

«хардкорщики» – игроки проводящие большую часть реального времени в играх (живущие в игре).

Геймеры гордятся своей принадлежностью к этой субкультуре. Они даже пытались выработать свою моду: «хлам» на голове, всегда рюкзак за спиной, напульсники, наушники на шее, широкие штаны, футболки и т.п.

Словарь геймера состоит из более 150 слов и около 40 аббревиатур:

ЛВЛ – уровень;

Го – пошли;
АП – повышение;
Бижа – бижутерия;
Гамать – играть в компьютерную игру;
Точка – усовершенствование;
Ваншот – смерть от одного удара;
Нуб – начинающий, неопытный игрок.
Пример в предложении:

Го сегодня гамать, я лвл апнул и бижу точнул можно будет нубов ваншотить.

Пошли сегодня играть, я уровень поднял и бижутерию усовершенствовал, можно будет с одного удара убивать новичков.

Данная языковая форма естественно короче в употреблении, но не стоит забывать про истинный язык речи, который доступен всем, а иначе мы сможем позабыть со временем как правильно произносится то или иное слово и что оно означает.

Список литературы

1. Апсаямов, Р. Г. Особенности социализации и адаптации «непонятой» молодежи как категории граждан, создающей «благодатную почву для социальных противоречий и конфликтов в современной России [Текст] / Р. Г. Апсаямов // Научное обозрение. – 2009. – № 1. – С. 104-111.

2. Беляев, Г. Ю. Молодежные субкультурные общности в новой парадигме социализации и воспитания подростков [Текст] / Г. Ю. Беляев // Наука и практика воспитания и дополнительного образования. – 2009. – № 3. – С. 82-90.

3. Бокарев, В. А. Виртуальные социальные сети как пространство для удовлетворения потребностей молодежи [Текст] / В. А. Бокарев // Вопросы культурологии. – 2009. – № 8. – С. 56-59.

4. Борисова, Т. Семья - активный субъект формирования социальной ответственности молодежи [Текст] / Т. Борисова // Воспитание школьников. – 2009. – № 5. – С. 49-51.

Тараскина А.О., Калина Ю.В., Коновальчук А.А.,

Абрамчикова Л.В., Румеус Н.А., Тэттэр А.Ю.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

**МЕЖДУНАРОДНАЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ ПРАКТИКА
СТУДЕНТОВ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ:
ОТ ПЛАНИРОВАНИЯ ДО РЕАЛИЗАЦИИ (2000 – 2017)**

Цели проекта:

- знакомство студентов ОмГУПСа с передовым зарубежным опытом в области производства и эксплуатации транспортной техники, организации учебного процесса;
- улучшение знания иностранных языков участников практики; знакомство их с зарубежной культурой и достопримечательностями;
- организация общения с зарубежными сверстниками, в том числе на совместных семинарах по проблемам транспорта.
- реклама ОмГУПСа и его возможностей;
- повышение студенческой и преподавательской мобильности;
- увеличение числа вузов-партнеров;
- определение оптимального перечня зарубежных вузов и предприятий для проведения практики студентов железнодорожных специальностей ОмГУПСа;
- привлечение студентов ОмГУПСа к организации практики студентов зарубежных вузов в Омске.

Страны-участницы проекта: Австрия, Германия, Казахстан, Китайская Народная Республика, Республика Корея, Россия.

Вузы-участники:

1. Технический университет Вены;
2. Технический университет Дрездена;
3. Университет прикладных наук Эрфурта;

4. Технический университет Берлина;
5. Университет Брауншвейга;
6. Казахская академия транспорта и коммуникаций им. М. Тынышпаева;
7. Павлодарский государственный университет им. С. Торайгырова;
8. Государственный университет им. Шакарима города Семей;
9. Нанкинский университет железнодорожной техники;
10. Национальный университет транспорта Республики Корея;
11. Омский государственный университет путей сообщения.

Кол-во студентов-участников: 316.

Кол-во вовлеченных ППС и сотрудников международных отделов:
ОмГУПС – 21, из иностранных вузов – 10.

Длительность проекта: планирование и организация: 2-6 месяцев, реализация: 10-15 дней, ежегодный.

Финансирование: бюджеты вузов и собственные средства студентов.

Краткое содержание практики: посещение вузов-партнеров, транспортных предприятий, знакомство с организацией учебного процесса, проведение совместных семинаров по проблемам транспорта, культурная программа.

Международная практика студентов в 2000 – 2017гг.

Годы	Зарубежные студенты / преподаватели в Омске				Студенты / преподаватели из ОмГУПС за рубежом	
	Австрия	Германия	Казахстан	Республика Корея	ОмГУПС	Страна
2000					7/2	Германия
2001		13/0			7/1	Германия
2002	20/3	13/0			16/4	Австрия Германия
2003		14/3			8/2	Германия
2004		13/0				
2005					12/1	Германия
2006		28/3			8/1	Германия
2007					7/2	Германия
2008		8/0			2/0	Германия
2009					1/0	Германия
2010						

2011		12/0				
2012					8/1	Германия
2013		12/0	7/0			
2014			10/0	8/1	14/2	Германия
2015		13/0	10/0		11/1	Германия
2016			10/0		10/2	Германия
2017			7/0		7/2	Китай
Итого	20/3	126/6	44/0	8/1	118/21	
Всего	198/10					

Результаты реализации проекта:

Для студентов:

- получение новых знаний и профессиональных компетенций;
- улучшение языковой подготовки;
- приобретение опыта межкультурной коммуникации, адаптации в иноязычной среде;
- знакомство с культурными особенностями и достопримечательностями страны;
- приобретение чувства уверенности в любой обстановке и умения себя презентовать;
- установление дружественных связей между российскими и зарубежными участниками практики.

Для преподавателей и сотрудников международных отделов:

- повышение квалификации;
- установление личных контактов в области профессиональной деятельности.

Для ОмГУПС:

- увеличение числа зарубежных вузов-партнеров (в 2000 году – 1 вуз, в 2017 году – 10 вузов);
- интеграция в мировое образовательное сообщество;
- формирование и поддержание положительной репутации в мировом образовательном пространстве;
- определены вузы и предприятия Германии для проведения практики студентов ОмГУПС:

– для специальности «Системы обеспечения движения поездов» - это Дрезденский технический университет, Университет прикладных наук Эрфурта, Университет Брауншвейга, предприятие «Сименс» в Брауншвейге, ведущее разработку и производство систем железнодорожной автоматики и телемеханики;

– для специальности «Подвижной состав железных дорог» - Дрезденский технический университет, Технический университет Берлина, предприятие «Сименс» в Крефельде, производящее высокоскоростной подвижной состав.

Для межвузовского сотрудничества:

- при содействии ОмГУПСа установлены связь и посещение студентами Технического университета Дрездена вузов Казахстана и Киргизии – партнеров ОмГУПСа: Казахской академии транспорта и коммуникаций им. М. Тынышпаева и Киргизского государственного технического университета им. И. Раззакова.

УДК 379.85

Френцель Е.А., Френцель А.Л.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

УЛУЧШЕНИЕ ЖИЗНИ РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН ЗА СЧЁТ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА

В настоящее время развитие туризма играет очень важную роль в мире. Он является одной из ведущих отраслей мировой экономики. Туризм стимулирует развитие таких отраслей, как: транспорт, средства размещения, торговля, производство сувенирной и иной продукции, питание, сельское хозяйство, строительство и другие отрасли, тем самым выступая аспектом социально-экономического развития регионов страны. Туризм позволяет лучше узнать культуру и традиции разных народов, расширить личный кругозор и эрудицию. Это происходит через посещение разных стран со своими особенностями культуры, традициями, со своей историей. Так, например, приезжая в Таиланд, туристы соприкасаются с многовековой религией –

Буддизмом, тем самым, узнают особенности этой религии, правила и устои буддистских стран через контакт с местным населением, носителями данной религии и культуры. Это может происходить с первых минут пребывания в стране, а именно: общаясь с работниками аэропорта, заселяясь в гостиницу, посещая предприятия общественного питания. Приезжая, например, в арабские страны – ОАЭ, Египет, Марокко, Тунис, туристы наблюдают строгий уклад жизни мусульманского народа, даже по их внешнему виду; заселяясь в гостиницу, знакомятся с внутренними правилами страны, посещая экскурсии, узнают об истории и культуре страны уже более подробно. Всё это способствует расширению кругозора и знаний людей.

На развитие туризма, в любом регионе, влияет наличие туристских ресурсов и туристской инфраструктуры, которая складывается из имеющихся в регионе средств размещения и обслуживания туристов – гостиниц, туристских баз, пансионатов и профилакториев, санаториев, ресторанов, кафе, а также специализированных туристских фирм, обеспечивающих информационное и справочное сопровождение и обслуживание туристов.

Говоря о туристской инфраструктуре, следует дать более подробное определение данному термину. Туристская инфраструктура – это комплекс действующих сооружений и сетей производственного, социального и рекреационного назначения, предназначенный для функционирования сферы туризма, обеспечивающий нормальный доступ туристов к турресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма.

Исходя из закона «О Туризме», инфраструктура туризма – это «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, представляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков».

Объекты познавательного назначения включают в себя музеи, театры, кинотеатры, развлекательные центры. При наличии в стране всех необходимых составляющих, инфраструктура туризма и гостеприимства обеспечивает стабильные потоки туристов. Если же в стране отсутствует необходимая для

путешественников туристская инфраструктура, то вероятность становления популярной дестинацией для туристов очень низка.

Подтверждение вышесказанному можно проследить в следующих городах: так, например, в Сочи, городе, который и так имеет необходимые ресурсы для привлечения потока туристов, так как он находится на побережье Чёрного моря и имеет благоприятные климатические условия для пляжного отдыха в период с мая по октябрь, Сочи стал еще более привлекательным для туристов после проведения в этом городе олимпиады в 2014 году, так как после этого события возросло количество гостиниц разных уровней, объектов для посещения и осмотра туристами, связанных с олимпиадой, а так же развитие горнолыжных курортов таких как «Красная поляна», «Роза хутор», которые приобрели огромную популярность в настоящее время. Благодаря такому активному росту и развитию инфраструктуры Сочи, повысился уровень развития туризма в масштабах всей страны, улучшился уровень жизни населения, а так же появилось большое количество новых рабочих мест, это, в свою очередь способствовало притоку молодых специалистов в области туризма.

Обращаясь к статистическим данным, можно заметить, что за последние три года количество туристов, отдыхающих в Сочи, возросло на 40%, с 3,9 миллиона человек в 2013 году до 6,5 миллиона – в 2016-м. Такие данные обнародованы правительством России. При этом, если три года назад количество отдыхающих в зимнее время составляло около 100 тысяч человек, то в прошлом году зимой в Сочи отдохнуло уже более 1,1 миллиона туристов.

Загрузка гостиниц за это же время возросла с 62 до 82%. И это при том, что во время подготовки к Олимпиаде-2014 на курорте было построено 42 новых отеля и реконструировано ещё 28. Количество номеров составляет 73 тысячи, они могут одновременно принять 200 тысяч отдыхающих. В 2014 – 2016 годах в Сочи проведено 549 мероприятий, в том числе 324 спортивных, 129 культурно-массовых и 96 конгрессов и форумов. Динамика увеличения количества туристов в Сочи указывает, что спортивные и культурно-массовые мероприятия, проводимые на спортивных и туристических объектах, построенных к Олимпиаде и Паралимпиаде, а также инфраструктура постолимпийского наследия обеспечивает устойчивый поток туристов.

Другим ярким примером является Санкт-Петербург, город с великой историей, с огромным количеством памятников, красивейшей архитектурой,

музеями, театрами, дворцами. Санкт-Петербург привлекателен и интересен для совершенно разной возрастной категории туристов, в этот город ездят как группы школьников, студентов, так и представители третьего возраста. В городе есть все виды размещения, на любой кошелек, начиная от недорогих хостелов, которыми могут воспользоваться, например, студенты, до фешенебельных гостиниц для более состоятельных туристов. Статистические данные показывают, что туристский поток постепенно возрастает с каждым годом, этому способствует, как уже было отмечено ранее, наличие туристской инфраструктуры, а так же постепенное её развитие и усовершенствование.

Таблица 1 – Туристический поток

2005 год	3,7 мил. чел.	2011 год	5,5 мил. чел.
2006 год	3,9 мил. чел.	2012 год	5,7 мил. чел.
2007 год	4,3 мил. чел.	2013 год	6,2 мил. чел.
2008 год	4,8 мил. чел.	2014 год	6,3 мил. чел.
2009 год	4,8 мил. чел.	2015 год	6,5 мил. чел.
2010 год	5,1 мил. чел.	2016 год	6,9 мил. чел.

С развитием туристской инфраструктуры связано большое количество положительных факторов, имеющих влияние не только на экономику стран, но и на людей, в частности. Если в том или ином регионе достаточно туристских ресурсов, имеющих привлекательность и популярность, а так же развитую инфраструктуру, следовательно, поток туристов направляется именно туда. Происходит коммуникационные связи, новые знакомства, общение. Если говорить о зарубежных странах, то не стоит забывать о том, что туристы, попадая в иную языковую среду, могут получать хорошую практику. Примером могут послужить образовательные туры в европейские страны, в которых развит туризм и необходимая инфраструктура для студентов и просто туристов среднего возраста, желающих совместить приятный отдых с изучением иностранного языка.

Хотелось бы выделить ещё один важный фактор развития туристской инфраструктуры – это положительное влияние на здоровье населения, за счёт строительства и развития санаториев, профилакториев, здравниц в местах с особо благоприятными климатическими условиями. За счёт этого, у людей появляется больше возможности восстановления сил, поправления здоровья. Всё это может привести к увеличению средней продолжительности населения.

Так, например, здравницы Северного Кавказа, а именно: Минеральные воды, Кисловодск, Ессентуки – города, специализирующиеся на санаторном лечении-оздоровлении, предлагающие все необходимые условия для отдыха и восстановления сил. Ещё во времена СССР курорты Северного Кавказа имели огромную популярность среди туристов, такая тенденция сохранилась и до настоящего времени, этому способствует развитие инфраструктуры данного курорта, инновации в области медицины. Но так же существует и отрицательный наглядный пример того, как из-за отсутствия необходимой инфраструктуры, настоящий курорт-здравница может лишиться туристов. Речь идёт об Абхазии, месте с прекрасными природными ресурсами, живописной природой, благоприятным климатом, большим количеством озёр, природных парков. Такие города Абхазии как Гагры, Пицунда, Сухум, Новый Афон, имевшие ранее огромную популярность среди туристов, потеряли почти весь туристский поток, так как в Абхазии не происходят инвестиции в развитие туристской инфраструктуры, большинство кафе, ресторанов, средств размещения сохранились со времен Советского Союза. Санатории, гостиницы требуют полной реконструкции, а так же необходима постройка новых, современных средств размещения и, конечно, есть большая потребность в квалифицированном персонале в области сервиса и туризма. Как показывает практика, одних лишь природных ресурсов и выгодного географического положения для развития туризма недостаточно.

Помимо всего вышеперечисленного, есть ещё не менее важный и положительный фактор развития туристской инфраструктуры. Он заключается в решении социальных задач, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест для населения, рост занятости и повышение благосостояния населения страны. Происходит развитие отраслей, выпускающих предметы потребления, а так же содействие увеличению налоговых поступлений в бюджеты разных уровней.

Обратимся к официальной статистике, которая отражает рост процентных показателей работающих в сфере оптовой и розничной торговли, гостиничного и ресторанного бизнеса, имеющих непосредственное отношение к туризму. 2005 г. – 17,1%, а уже в 2015 г. – 18,4%. Таким образом, за последние 10 лет произошёл рост работающих в данной сфере на 1,3%. Данный показатель можно увеличить, за счёт развития туристской инфраструктуры, а именно, этому будут способствовать строительство новых гостиниц, ресторанов,

открытие музейно-выставочных центров, магазинов сувенирной продукции, строительство санаториев и загородных туристских баз. Всё это будет способствовать значительному росту рабочих мест и занятости населения.

Подводя итог всему сказанному, стоит отметить, что индустрия туризма, являясь одной из доходных и интенсивно развивающихся отраслей, имеет важное социальное и экономическое значение. А именно: увеличивает местный доход, создает новые рабочие места, развивает все отрасли, связанные с производством и реализацией туристских услуг, развивает социальную и производственную инфраструктуру в туристских центрах, обеспечивает рост уровня жизни местного населения, а так же увеличивает валютные поступления.

Список литературы

1. Можаяева, Н. Г. Туризм: учебник для студентов системы СПО / Н. Г. Можаяева, Е. В. Богинская / под ред. А.А. Скамницкого. – М.: Гардарики, 2007. – 270 с.

2. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. – 384 с.

УДК 338.48

Чулова Е.С., Самойлик Е.Н.

Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА

Если откинуть всю эмоциональную составляющую данного вопроса и взглянуть на факты, то вывод приходит очень быстро и очень четкий. По данным Всемирной туристической организации за 2014 год Россия занимает 9 место в мире по самым популярным туристическим направлениям. Более 28 миллионов иностранных туристов приняла страна в 2014 года, что на 11% больше чем в 2012 году. Но разве это предел?

По различным причинам Россия – как туристическое направление было скрыто от зарубежных туристов (холодная война, железный занавес), а в какой-

то момент перестало быть и интересно и гражданам самой России (90-ые годы, открытие запада для россиян). Но со временем эту проблему удалось решить и нормализовать ситуацию, Россия снова становится привлекательным местом для отдыха. Сейчас туризм в России считается развивающейся отраслью, что не является чем-то удивительным. Заслуженно и уверенно Российский туризм с каждым годом всё больше и больше привлекает к себе внимание. И международная обстановка дает стимул и основания для резкого скачка роста и дальнейшего процветания данной сферы. Экономические, социальные, политические мировые кризисы стимулируют оставаться россиян в стране, а зарубежных туристов – посетить достаточно стабильное и безопасное туристическое направление.

Но, несмотря на возросшую долю въездных туристов, на территорию РФ, одной из важных проблем является замедление внутреннего туризма, самой России. Из-за кризисных провалов в сфере выездного туризма в 2014 году, банкротства множества туристических фирм, девальвации рубля важность внутреннего туризма для России многократно возросла.

Российская Федерация: является самым большим государством на планете; сочетает в себе уникальные климатические и географические особенности, омывается двумя океанами, имеет выход к трем морям; по России проходят четыре климатических пояса; флора и фауна поражает своим количеством и разнообразием; несколько сотен объектов культурного наследия страны соседствуют с 28-ми объектами ЮНЕСКО; уникальная и особенная русская архитектура; неповторимые природные и антропогенные памятники; многонациональный народ и мирное существование множеств конфессий. По нашему мнению это более чем достаточно, для того чтобы хотя бы задуматься о путешествиях по бескрайним просторам России.

Рассматривая и разбирая предпосылки для развития и роста российского туризма мы должны разделить их на внутренние и внешние. Говоря о внешних причинных и предпосылках, затронем ситуации в большей части не зависящие от России, но дающие большое преимущество перед другими странами:

- Международные конфликты и кризисные обстановки. Уезжая в другую страну турист, в первую очередь, должен задумываться о сохранности своей жизни, своего здоровья и защите его прав. Глядя на события, освещаемые в СМИ, турист начинает выбирать место своего отдыха более требовательно и с

новыми приоритетами. Нестабильные политические и социальные настроения в Египте, напряженные отношения с Турцией – стали основными причинами прекращения официального сотрудничества российских турфирм с этими туристическими направлениями, что привело к отсутствию продажи туров в эти страны. Но и сами туристы после таких инцидентов не стремились провести свой отдых в этих регионах. Другой причиной отказа от выездного туризма российских граждан стало: заполнение беженцами Европейских государств и их неконтролируемое девиантное поведение. В этот момент на рынок «безопасного туризма» выходит Россия, которая может предоставить аналогичные туристические объекты на любой вкус.

Эпидемическое состояние. Совершенно не секрет, что туристические посещения многих стран могут закончиться довольно печально. Начиная от банальных отравлений, аллергических реакции, добавим сюда малярию и лихорадку (которая в последние годы охватывает всё большие зоны поражения), приобретенные паразитирующие организмы и заканчивая относительно новыми опасными заболеваниями, таких как вирус Эбола и Зика. Благо наша страна не является центром развития и распространения серьезных недугов, связанных с туристическими визитами. Другой момент, что источниками распространения той или иной болезни может стать иностранный турист (главный метод предотвращения этой проблемы является медицинский контроль туристов из опасных и потенциально опасных регионов мира).

Главной внутренней причиной является – возросшая популярность России. Невозможно отрицать, что Россия находится на растущей волне своей популяризации. Прошедшая олимпиада в Сочи, присоединение Крыма, устанавливаемая политическая независимость, растущий экономический потенциал страны, эффективная борьба против террористов и т.д. вызывает интерес к стране у иностранных граждан, да и самих россиян в том числе.

Несомненно, стоит, и перечислить все положительные тенденции, к которым приведет увеличение въездного и внутреннего туризма России. В первую очередь возросший приток туристов отразится на ВВП страны. По данным государственного анализа можно считать, что количество иностранцев, которые приезжают в РФ, должно вырасти с 30,5 млн. человек (2015 год) до 40 млн. (2020 год). Гостиницы же через шесть лет, по прогнозу, станут обслуживать почти вдвое больше людей с 48 млн. человек (2015 год) до

77 млн. (2020 год), а объем платных услуг, оказанных гостиницами, достигнет 228 млрд. рублей (2020 год) при 161 млрд. рублей в 2015 году.

Так же разница в стоимости товаров и услуг, Россия по сравнению с другими странами выигрывает. На данный момент проезд, проживание и питание в России стоит дешевле, чем в Европе. Этот фактор дает стимул тратить больше. Возросшая прибыль позволяет вкладывать больше средств в восстановление, поддержание, создание, развитие и популяризацию туристических объектов, направлений и проектов на территории РФ.

Из-за политической, социальной и военной нестабильности во многих регионах мира вызывает беспокойство нарушение сохранности жизни, здоровья и неприкосновенности прав граждан России. Развитие внутреннего туризма решает ряд проблем связанных с такой ситуацией:

- Отсутствие угрозы жизни и здоровья наших граждан на территории других стран. Примеры угроз: теракты, акты захвата заложников, попадания в область военных действий, расовая дискриминация и ненависть и т.д;
- Отсутствие проблем с возвратом российских туристов на родину;
- Отсутствие проблем в оказании медицинской или иной помощи российским туристам, так как они не являются гражданами той или иной страны;
- Отсутствие проблемы невозможности связаться с Российским посольством за границей по различным причинам. и др.

Что бы на примере показать и доказать конкурентоспособность российского туризма, сравним отечественные и аналогичные зарубежные туристические объекты. Мы выделили пять различных туристических направлений: Объекты активного зимнего отдыха (табл. 1); Объекты с доступом к морю (табл. 2); Объекты семейного отдыха (табл. 3); Объекты культурного наследия (табл. 4); Объекты для путешествия в одиночку (табл. 5);

Приведенные примеры направлены на граждан России, то есть будет сравниваться выездной туризм с внутренним. Все туристические направления будут рассчитаны на одного человека и на 4 дня, кроме семейного отдыха, его будем рассчитывать на семью из 4 человек (2 взрослых и 2 ребенка). В данном анализе мы сравнивали 5 обязательных критериев, которым касаются каждого туристического направления:

1. Трансфер из Москвы (на прямую/ с пересадками; самолет/поезд/автомобиль);
2. Проезд (туда/обратно, на 1-ого человека/ на семью из 4-ех человек);
(Цены на билеты (от Москвы), питание и проживание были рассчитаны в соответствии с ценами на период с 22.02.16 г. по 25.02.16 г.)
3. Проживание (1 сутки, на 1-ого человека/ на семью из 4-ех человек);
4. Питание (трехразовое за 1 день, на одного человека/ на семью из 4-ех человек);
5. Страховка (на одного человека/ на семью из 4-ех человек).

Таблица 1 – Активный зимний отдых

№	Критерий сравнения	Российский туристический объект	Зарубежный аналог
		Горнолыжные курорты Сочи	Альпы (Австрия, Инсбург)
1	Трансфер	Самолет, прямой	Самолет, 1 пересадка
2	Проезд	13 780 руб.	35 786 руб.
3	Проживание	7 000 руб.	13 500 руб.
4	Питание	Завтрак включен в стоимость за проживание	Завтрак включен в стоимость за проживание
5	Страховка	350 руб.	899 руб.
6	Итого	20 830 руб.	50 185 руб.

Начиная с 2009 года, правительством было принято множество политических, экономических и социальных мер по развитию Российского туризма. Но из-за наступившего в тот момент кризиса, многие принятые меры и решения пошатнулись и не принесли положительного результата. Но если сейчас начать усиленно вкладываться в развитие туристической отрасли страны, то это принесет большую выгоду и прибыль.

Таблица 2 – Отдых с доступом к морю

№	Критерий сравнения	Российский туристический объект	Зарубежный аналог
		Крым	Греция, Афины
1	Трансфер	Самолет, прямой	Самолет, 1 пересадка
2	Проезд	4 278 руб.	15 846 руб.
3	Проживание	8 400 руб.	11 850 руб.
4	Питание	Завтрак включен в стоимость за проживание	Завтрак включен в стоимость за проживание
5	Страховка	195 руб.	238 руб.
6	Итого	12 873 руб.	27 934 руб.

Одной из возможной меры контролирования туристического развития может стать: создание единой государственной туристической организации (холдинга) по всей территории России, наряду с уже существующими компаниями. Перестраивать работу турфирм с выездного туризма, на въездной туризм и внутренний туризм. Однозначно необходимо проводить с работниками турфирм ознакомительную работу с курортно-туристическим потенциалом России, что бы в дальнейшем они могли использовать приобретенные навыки для работы с клиентами.

Таблица 3 – Семейный отдых

№	Критерий сравнения	Российский туристический объект	Зарубежный аналог
		Камчатка	Норвегия
1	Трансфер	Самолет, прямой	Самолет, 1 пересадка
2	Проезд	18 500 руб.	28 350 руб.
3	Проживание	8 800 руб.	18 304 руб.
4	Питание	Завтрак включен в стоимость за проживание	Завтрак включен в стоимость за проживание
5	Страховка	950 руб.	1 226 руб.
6	Итого	28 250 руб.	47 800 руб.

Таблица 4 – Путешествия по местам культурного наследия

№	Критерий сравнения	Российский туристический объект	Зарубежный аналог
		Санкт-Петербург	Рим
1	Трансфер	Поезд	Самолет, 1 пересадка
2	Проезд	4 216 руб.	16 310 руб.
3	Проживание	8 800 руб.	9 001 руб.
4	Питание	Завтрак включен в стоимость за проживание	Завтрак включен в стоимость за проживание
5	Страховка	280 руб.	256 руб.
6	Итого	13 296 руб.	25 567 руб.

Начать повсеместное возрождение и создание по всей России туристических кружков, секций, детских лагерей. Продолжить поддержку молодежных форумов, съездов, проектов проводимых на территории России (в частности проводимых на восточной территории страны), так как именно молодежь – основной источник доходов туристических организаций. Осуществлять государственную поддержку развития российского туризма при помощи выделения грантов, разрешения частичного перехода молодым

туристическим организациям на упрощенную систему налогообложения, выдачи долгосрочных кредитов и т.п. Запускать различные проекты связанные с популяризацией российского туризма (например: конкурсы фотографий, эссе, детского рисунка, инстаграмм-эстафеты и т.п.).

Таблица 5 – Одиночный отдых

№	Критерий сравнения	Российский туристический объект	Зарубежный аналог
		<i>Карелия</i>	<i>Норвегия</i>
1	Трансфер	Самолет, прямой	Самолет, 1 пересадка
2	Проезд	11 860 руб.	26 910 руб.
3	Проживание	10 300 руб.	17 032 руб.
4	Питание	Завтрак включен в стоимость за проживание	Завтрак включен в стоимость за проживание
5	Страховка	300 руб.	310 руб.
6	Итого	22 460 руб.	44 252 руб.

Несомненно, на пути развития российского туризма стоит множество проблем, с которыми предстоит столкнуться. Первые две проблемы: Возросшее число мошенников из-за возникновения выгодных экономических условий в данной сфере Создание туристических фирм – пустышек. И некачественные и несоответствующие условия отдыха, портящие престиж российского туризма. Решение: Введение специальных органов надзора в отдельных субъектах РФ и создание комиссии по проверки ведения деятельности тур. фирм.

Вторая проблема: Дефицит средств необходимых для финансирования и развития туристической отрасли в стране. Решение: Благовременное рассмотрение этой статьи расхода в бюджете России и поиск альтернативных источников пополнения для нее. Привлечение инвесторов и меценатов. Возможное введение нового налога, направленного именно на финансирование и развития туристической сферы.

Третья проблема: Слишком много молодых турфирм и организаций, рассчитывающих на помощь государства, часть из которых может оказаться мошенниками. Решение: Проведение жесткой конкурсной программы-отбора «достойных» помощи государства. Четвертая проблема: Отсутствие или очень маленькое количество желающих фирм и организаций работать в данной сфере. Решение: Проведение обширных конкурсных программ, дающих в дальнейшем привилегии участникам и победителям этих конкурсов.

«Большой простор для мечты и для жизни» - именно с такими строчками должна ассоциироваться Россия в сознании людей. В мире множества чудесных мест, которые стоит посетить и которые так рядом – тут, у нас, в России. На конкретных примерах было доказано, что российское туристическое направление является конкурентно способным и перспективным. Еще долгие годы Россия будет оставаться привлекательной как для иностранных туристов, так и для своих граждан. Человеческий, природный, экономический и политический потенциал страны не дает в этом усомниться.

Список литературы

1. Дронов, В. П. География России. Население и хозяйство.: учеб. для общеобразоват. учреждений / В. П. Дронов, В. Я. Ром. – 17-е изд., стереотип. – М.: Дрофа, 2010. – 285с.
2. Сайт Федерального агентства по туризму / Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – URL: http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda.
3. Сайт Tutu.ru [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.tutu.ru/poezda/>.
4. Сайт Skyscanner / Отели, хостелы и апартаменты. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.skyscanner.ru/hotels>.

ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ

УДК 34.72

Богатырев Г.С., Сарбашев А.И., Ножкина Е.Б.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ МОШЕННИЧЕСТВУ В НЕФТЕГАЗОВОЙ СФЕРЕ

Развитие нефтегазовой сферы, к сожалению, имеет определённые ограничения. Одним из главных сдерживающих факторов среди них можно назвать рост криминализации. Анализ статистических данных за 3-летний период, результаты опроса сотрудников ОВД и результаты изучения уголовных дел показывают, что количество преступлений в нефтегазовой отрасли имеют тенденцию к росту. «В 2016 г. число преступлений в сфере топливно-энергетического комплекса выросло на 23%» - заявляет секретарь Совета Безопасности РФ Николай Патрушев [1]. Особое место среди преступлений в нефтегазовой отрасли занимает мошенничество. Ежегодно мошенники придумывают новые схемы с целью сбыта незаконно приобретенного сырья для получения экономической выгоды, для чего используются поддельные доверенности, реквизиты фирм-однодневок и тому подобные уловки. На практике наиболее сложной задачей является выявление самого факта совершения мошенничества. Считаем, что выявление мошенничества начинается с определения его видов, форм.

В нефтегазовой сфере можно выделить следующие виды мошенничества.

1. По ст. 159 Уголовного Кодекса Российской Федерации от 13.06.1996 № 63 – ФЗ (ред. от 03.04.2017):

- мошенничество, совершенное группой лиц по предварительному сговору;
- мошенничество, совершенное лицом с использованием своего служебного положения, а равно в крупном размере;

- мошенничество, совершенное организованной группой либо в особо крупном размере;

- мошенничество, сопряженное с преднамеренным неисполнением договорных обязательств [2].

2. На современном этапе появляется особый вид – корпоративное мошенничество, означающее любые противоправные действия со стороны сотрудников компании, связанные с обманом или злоупотреблением ими доверием/полномочиями, с целью получения для себя или иных лиц каких-либо неправомерных преимуществ (в любой форме), которые приводят к потере компанией активов, упущенной выгоде и т.д. Данный вид мошенничества приводит к целому комплексу негативных последствий - значительным финансовым потерям, ущербу бренду компании, замедлению темпов развития бизнеса, утрате деловых связей с партнерами и т.д. В нефтегазовой сфере противодействие корпоративному мошенничеству является одной из ключевых задач. Ее решение позволит не только повысить эффективность нефтегазовых компаний, но и уменьшить общий криминогенный фон в масштабах государства.

3. По стадиям нефтегазовой деятельности принято выделять:

- мошенничество, совершаемое на этапе нефтепереработки;
- мошенничество, совершаемое при отпуске нефтепродуктов с нефтеперерабатывающих заводов;
- мошенничество, совершаемое при реализации нефтепродуктов и газа.

Форм мошенничества в нефтегазовой сфере много: создание неучтенных объемов горюче-смазочных материалов; продажа низкокачественных нефтегазовых товаров под видом более дорогих; мошенничество с денежными средствами из бюджета; незаконные финансово-кредитные операции в нефтегазовой сфере, базирующиеся на обманных действиях; незаконные сделки с недвижимостью в нефтегазовой сфере.

Для осуществления противодействия мошенничеству в нефтегазовой сфере необходимо исследовать факторы мошеннической деятельности: интерес криминальных образований к нефтегазовым соглашениям; постоянный спрос на акции нефтяных и газовых компаний, возможность получения на них высоких дивидендов обуславливают повышенное внимание к ним

криминальных структур; криминальная интеграция; большая протяженность нефтепродуктопроводов и газопроводов; неглубокое залегание «ниток» трубопроводов от поверхности почвы (от 0,5 до 2 метров глубиной); относительно свободный доступ различных лиц к указанным объектам; ошибки в организации работы охранных структур нефтяных компаний по обеспечению безопасности принадлежащего им имущества; сложность доказывания ряда конкретных эпизодов мошеннической деятельности; многоэтапность мошенничества, как по вертикали, так и по горизонтали.

Предупреждение мошенничества в нефтегазовой сфере связано, во-первых, с усилением надзора и контроля, во-вторых, с активизацией мер, направленных на раннее выявление мошенничества, в-третьих, с координацией работы правоохранительных, контролирующих, финансовых органов.

На современном этапе мошенничество в нефтегазовой сфере приобретает международный характер, поэтому противодействие строится на объединении усилий ряда стран. В целом, говоря о мошенничестве следует отметить, что международное сообщество признало его глобальной проблемой, и в этой области начали активно работать многочисленные региональные и глобальные межправительственные организации. 29 апреля 1999 г. было создано Европейское ведомство по борьбе с мошенничеством (OLAF), к его ведению относится, главным образом, осуществление административных расследований по фактам правонарушений, которые посягают на финансовые интересы Европейских сообществ и Союза в целом, проведение расследований, в том числе оперативных проверок. Полагаем, что противодействие мошенничеству в нефтегазовой сфере будет дополнено международными методиками.

В нефтегазовой сфере мошенничество может встречаться при инвестировании, в финансовой и бухгалтерской отчетности. Поэтому необходим углубленный анализ признаков мошенничества. Особого внимания при этом требует анализ корпоративного мошенничества в нефтегазовой сфере, преступных мошеннических схем (сбытовых, закупочных, транспортных, сервисных, производственных, лицензионных, финансовых, инвестиционных, холдинговых). В основе преступных мошеннических схем – незаконное присвоение активов, мошеннические операции с консолидированной отчетностью, вывод прибыли в специальные организации, мошеннические

действия с денежными средствами и т.д. Предлагаем при анализе акцентировать внимание на индикаторах ухудшения качества элементов отчетности (например, собственного капитала, прибыли, издержек, выручки).

Список литературы

1. <https://pravo.ru/news/view/132014/>
2. Уголовный Кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63 – ФЗ (ред. от 03.04.2017) //СЗ РФ. 1996. № 25. Ст. 2954
3. Бегишев, И. Р. Некоторые вопросы противодействия мошенничеству в сфере компьютерной информации / И.Р. Бегишев // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2016. – № 3 (25). – С. 112 – 117
4. Каламбаев, А. Г. О некоторых проблемах выявления и расследования хищений, совершаемых в сфере нефтегазового комплекса / А. Г. Каламбаев // Вестник Восточно-Сибирского института МВД России. – 2009. – № 2 (49). – С. 12 – 21.
5. Никитина, И. А. Мировой опыт законодательной борьбы с финансовым мошенничеством / И. А. Никитина // Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2009. – № 4. – С. 208 – 212

УДК 346.62

Бочаров Е.Т.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ЛЕГАЛИЗАЦИЯ ПРЕСТУПНЫХ ДОХОДОВ: СУЩНОСТЬ, ПРИЧИНЫ, МЕХАНИЗМЫ

В условиях современного глобального рынка наблюдается тенденция постоянного роста товарно-денежных отношений между его участниками. Увеличивается число сфер, посредством которых стало возможно реализовывать товары либо оказывать услуги, тем самым увеличивать свой финансовый капитал как через внутренний национальный, так и мировой рынок. Но далеко не каждый субъект экономических отношений при осуществлении предпринимательской деятельности готов добросовестно

трудиться, платить законно установленные налоги и следить за обновлением законодательства, чтобы не выйти за рамки правового поля. Нежелание вести легальный бизнес приводит к тому, что единственным способом получения денежных средств люди видят различного рода преступные деяния. Так по данным Министерства внутренних дел России с каждым годом, несмотря на меры противодействия, возрастает количество финансовых преступлений. Однако ни Росстат ни какое-либо другое ведомство не может ответить, сколько именно финансовых правонарушений совершается в государстве, и какой ущерб данное явление наносит экономике России. Это связано с тем, что вместе с легальной экономикой существует и активно развивается так называемый «теневой» сектор – нелегальная экономика, которая неподконтрольна государству. Данный сектор включает в себя любую экономическую деятельность, при которой полученный доход будет скрыт от государства, а так же деятельность, которая запрещена законом и направлена на получение прибыли как в денежном эквиваленте, так и в иной форме.

Связующим звеном между официальными и «теневыми» экономическими отношениями выступает такое сложное явление, как *легализация* преступных доходов (далее – легализация), означающее «придание правомерного вида владению, пользованию или распоряжению денежными средствами или иным имуществом, полученными в результате совершения преступления» [1]. Данное явление причиняет вред и наносит ущерб экономической безопасности как отдельно взятого государства, так и мирового сообщества в целом, подрывает финансовую стабильность и устойчивость государств, поскольку к легализации прибегают преступники разных категорий, начиная от человека, совершившего преступление однократно, и заканчивая транснациональными организованными преступными группировками.

Российская Федерация считает легализацию угрозой не только федерального, но и мирового уровня. С введением уголовной ответственности за данное деяние в конце 20 века стали проводиться научные исследования по вопросам легализации и мерам ее противодействия. Проблемы, связанные с легализацией, затрагивали в своих работах такие отечественные ученые, как В.М. Алиев, Р.В. Жубрин, А.Н. Ларьков, Н.А. Лопашенко и др. И если обобщить правовой опыт, то можно сделать вывод, что легализации всегда предшествует как минимум одно или даже ряд преступлений, в результате

которых эти доходы были получены преступником. Такое преступление в науке уголовного права именуется как предикатное, то есть предшествующее процессу легализации. Следовательно, источником получения преступных средств могут являться хищение имущества, торговля оружием, наркобизнес, фиктивное и преднамеренное банкротство, мошенничество в различных сферах, проституция, изготовление и оборот порнографических материалов (в том числе с участием детей), коррупция, торговля людьми или их органами, фальшивомонетничество, бандитизм, вымогательство и др. [2, с.7].

Говоря о способах легализации преступных доходов, выделяют операции с фирмами «однодневками», мнимые сделки с изменением собственника имущества, обмен иностранной валюты, контрабанда наличных денежных средств с последующим возвращением в ином виде, совершение сделок между фирмами, принадлежащими одному владельцу либо единому холдингу, искусственное завышение цен на продукцию и услуги, обналичивание и обезналичивание денежных средств, использование системы оффшоров, фиктивные договоры аренды, создание сети магазинов либо предприятий и иные способы [3, с.11]. Приемов, систем, методов и способов по легализации очень много, в этом процессе могут быть задействованы лица со специальными знаниями, соответствующим уровнем образования, занимающие высокие должности в государственном аппарате либо в коммерческих организациях, а так же группы лиц, не имеющие особых познаний, но намеренно объединившиеся для легализации доходов, полученных ими от ранее совершенных преступлений либо приобретенных другими лицами. В своей работе я хотел бы исследовать частные проблемы данного явления и вопросы, вытекающие из него.

Так сложилось, что Федеральная налоговая служба отказалась от системы контроля за крупными расходами физических лиц. Хотя в начале 2000-ых в Налоговом кодексе РФ были статьи, на основании которых сотрудники налоговой милиции имели право контролировать любые расходы населения, особенно такие, которые в денежном эквиваленте явно превышают официальные доходы конкретного физического лица. А в 1990-ые годы существовала даже специальная декларация о крупных расходах, в которую каждое лицо было обязано вносить сведения о приобретенном имуществе, активах, иностранной валюте, стоимость которых многократно превышала

доходы семьи налогоплательщика. Невыполнение этих требований влекло за собой большие штрафы с возможностью последующей конфискации, если человек не в состоянии объяснить, на какие средства было куплено данное имущество.

Сегодня подобный контроль существует лишь в системе государственной службы, где все государственные служащие обязаны предоставлять декларацию о доходах и расходах. Если ранее суды в РФ вставали на сторону ФНС РФ, когда налоговый орган вменял физическому лицу НДФЛ по причине понесенных им расходов, то с 2016 года судебная практика пошла иным путем и теперь суды исходят из принципа добросовестности налогоплательщика, придерживаясь позиции, что факт приобретения имущества не свидетельствует о получении физическим лицом дохода в размере стоимости этого имущества и об уклонении от уплаты НДФЛ.

Что же означает данное явление? И нужно ли вообще осуществлять легализацию имущества, добытого преступным путем, если нет никакого контроля со стороны государственных органов? Причины легализации могут быть разными. Например, чтобы легально получить гражданство одной из стран Европейского союза, необходимо предоставить декларацию о доходах, которые получены законным способом, а доход, указанный в данной декларации должен быть выше среднего уровня РФ и соответствовать стандартам Европейского союза. Еще одна причина – это пропуск на внутренний рынок какого-либо иностранного государства. Существуют страны, которые не желают пускать на свою территорию зарубежных предпринимателей. Законодательство этих государств, построено таким образом, что обязывает будущего предпринимателя получить первичный доход именно в пределах юрисдикции конкретной страны, а уже потом после того, как будет установлен законный порядок получения денежных средств, то физическое либо юридическое лицо получит доступ к внутреннему рынку этого государства и сможет осуществлять там свою предпринимательскую деятельность.

Прибегнуть к легализации доходов могут и по причине коррупции в сфере государственных органов. Взятки, откаты, подставные тендеры и аукционы, фиктивные государственные контракты – всё это ведет к тому, что чиновники разных уровней, используя фиктивных лиц и фирмы,

принадлежащие своим родственникам, занимаются распиливанием бюджета РФ с последующей легализацией полученных доходов.

Отдельно хочу выделить интересный способ по легализации доходов, который заключается в создании сети предприятий малого или среднего бизнеса. Для того чтобы понять, как работает данная схема, необходим конкретный пример, и таких примеров в современной жизни много. Предположим, что гражданин «А» зарегистрировал себя в качестве индивидуального предпринимателя, официально взял кредит в одном из банков, а также получил от государства поддержку в размере 60 000 рублей на развитие малого бизнеса по установленной государственной программе. После этого он берет в аренду несколько помещений в разных частях города и оборудует там салоны красоты, где можно получить услуги парикмахеров, стилистов, визажистов и иных специалистов. По факту это могут быть даже пустующие помещения, которое официально числится лишь по документам, ведь данный вид деятельности не требует особого внимания и контроля со стороны государственных органов. Однако бывает и так, что действительно может открыться хороший салон, который в дополнение к легализации доходов будет приносить еще и определенную прибыль от оказания реальных услуг. Количество клиентов таких салонов нигде не фиксируется и никак не подотчетно. А это значит, что при желании владелец данного бизнеса в декларации о доходах может указывать любые суммы, которые по факту абсолютно не соответствуют реальному количеству клиентов. Предположим, что за сутки один из таких салонов посетило 10 человек, и в среднем стоимость услуги для каждого из них составила 250 рублей. Это значит, что выручка составит 2 500 рублей в день, 75 000 рублей в месяц и 900 000 в год. Однако, имея доходы от преступной деятельности, которым необходимо придать правовой вид получения, владелец данного бизнеса будет постепенно приписывать к реальной выручке несуществующий доход. То есть, при подаче декларации о доходах, он будет указывать доход не от 10 человек за сутки, а от 20. Следовательно, при такой схеме выручка за год составит 1 миллион 800 тысяч рублей, ровно половина из которых является несуществующим доходом, или иными словами – легализованным доходом. Поэтому, имея хотя бы 3 таких салона красоты, за 1 календарный год возможно легализовать 2 миллиона 700 тысяч рублей, при этом дополнительно получив еще

2 миллиона 700 тысяч реальной прибыли. Стоит заметить, что при расчетах брались самые малые существующие цены на данные услуги.

Сеть салонов красоты – это лишь один из множества вариантов по скрытой легализации доходов. Некоторые способы нам не известны до сих пор. По аналогичной схеме возможно отмывание денежных средств, используя сеть обычных либо усовершенствованных 3D-кинотеатров, так как невозможно отследить реальное количество их посетителей. При таких условиях выручка будет больше, чем в ранее приведенном мной примере, а значит конечная сумма легализации дохода при использовании данной сферы бизнеса будет составлять уже не 1-2 миллиона, а десятки миллионов рублей от одного кинотеатра.

Главная проблема заключается в том, что правоохранительные органы уделяют недостаточное внимание мелкому и среднему бизнесу в России, считая, что через него большие суммы не способны приобретать вид легального дохода. Но как показывает детальный разбор конкретных примеров, за 5 лет такой деятельности даже при помощи малого бизнеса можно легализовать не менее 10 миллионов рублей, а используя сеть таких предприятий, сумма легализованных преступных доходов увеличивается в разы. На сегодняшний день правоохранительные органы знают о таких способах, но на практике отследить и пресечь данную деятельность очень сложно.

Подводя итог вышесказанному, хочу сделать вывод о том, что при желании и определенном усилии, практически любой человек может заниматься легализацией преступных доходов. Это не пропаганда, а констатация факта, что в данный момент в России, несмотря на определенные меры противодействия со стороны полиции и Федеральной службы по финансовому мониторингу, отсутствует механизм, с помощью которого можно было бы выявить таких лиц в сфере малого и среднего бизнеса. Это означает, что работа отдельно взятых органов недостаточно эффективно способствует борьбе с этим негативным явлением. Необходимо разработать линию по взаимодействию ФНС РФ, МВД РФ и Росфинмониторинга, выработать политику, направленную на выявление и пресечение фактов легализации в сфере малого и среднего предпринимательства, так как основные нормативно-правовые акты, затрагивающие данные вопросы, направлены на борьбу с легализацией федерального и транснационального уровня, в то время как менее

масштабные случаи по отмыванию денег остаются незамеченными, в результате чего наносится колоссальный ущерб бюджету РФ и финансовой безопасности государства.

Список литературы

1. Федеральный закон от 7 августа 2001 г. N 115-ФЗ "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма" (ред. от 28.12.2016) // Российская газета. 9.08.2001 г., N 151.

2. Литвиненко, А. Н. Легализация доходов, полученных преступным путём / А.Н. Литвиненко, Е.Ю. Ковалева // Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права, 2004. – С. 7

УДК 336.76

Гриненко А.Д., Лужевский И.В., Ножкина Е.Б.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КРИМИНАЛИЗАЦИИ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

В условиях интегрирования России в мировую экономическую систему особую актуальность приобретают разработка и повышение эффективности инструментов криминологической и уголовно-правовой охраны отношений, складывающихся в сфере экономической деятельности в целом, и на рынке ценных бумаг в частности. Отношения в данной области обеспечивают эффективное функционирование экономики всей страны. Криминализация рынка ценных бумаг приводит к деформированию инвестиционной среды и ухудшению состояния отраслей.

Рынок ценных бумаг является частью совокупного финансового рынка. В настоящее время это один из самых интенсивно развивающихся секторов экономики. Поэтому сюда направлены огромные финансовые потоки, которые неизбежно привлекают криминальные структуры к данной отрасли. Преступления в данной сфере характеризуются высокой общественной опасностью, а также огромным материальным ущербом, который они наносят,

возникает необходимость мер по предупреждению и пресечению данного вида преступлений. Особую тревогу вызывает деятельность организованных преступных групп, так как, имея огромные финансовые средства, они непосредственно через рынок ценных бумаг могут влиять на всю экономику страны в целом. Перелив неконтролируемых капиталов; «отмывание» криминальных средств; мошенничество с использованием фальшивой документации – это основные преступления, используемые организованными преступными группами. Финансовые средства, полученные в результате криминальной деятельности организованных преступных групп, могут быть реинвестированы в российскую экономику, путем скупки акций различных компаний, что является угрозой не только для отдельных отраслей, но и всей экономики.

Основная проблема деятельности организованных преступных групп заключается не только в их численности, качестве совершения преступлений, масштабе, но и в их связи с правоохрнительными органами и органами власти. Для дальнейшего развития российского государства борьба с коррупцией – важнейшая задача.

Особенностью фондового рынка РФ является высокая доля концентрации капитализации и оборотов в нефтегазовом комплексе. Общая капитализация компаний Роснефть, Газпром, Лукойл, Новатек, Сургутнефтегаз, Газпром нефть составляет 251 млрд. долларов [1]. Это привлекает к злоупотреблениям на рынке именно в данной сфере. По нашему мнению, основными видами правонарушений на рынке ценных бумаг в нефтегазовой сфере являются:

- злоупотребления при эмиссии ценных бумаг (185 ст. УК РФ);
- нарушение порядка учета прав на ценные бумаги (ст. 185.2);
- манипулирование рынком (ст. 185.3);
- воспрепятствование осуществлению или незаконное ограничение прав владельцев ценных бумаг (ст. 185.4);
- неправомерное использование инсайдерской информации (ст. 185.6) [2].

Меры по противодействию криминализации рынка ценных бумаг базируются на комплексном анализе рынка ценных бумаг, включающем:

1. Технические методы (анализ динамики средних цен ценных бумаг; анализ отраслевых биржевых индексов; метод экспертных оценок; эконометрическое моделирование).

2. Фундаментальный (факторный) метод (прогнозирование рыночной конъюнктуры; финансовый анализ).

При анализе рынка ценных бумаг осуществляется поиск признаков необычных сделок, а также различных индикаторов подозрительных операций. Например, замысловатый или странный характер сделки, не имеющей очевидного смысла с экономической точки зрения или очевидной законной цели. Существенное отклонение суммы операции (сделки) по отношению к действующим рыночным ценам, в том числе и по желанию клиента – обычно под существенным отклонением цен подразумевается отклонение в 20% выше или ниже котировок площадки, на которой происходит операция. Обнаружение данных сделок с большей вероятностью позволяет выявлять правонарушения, совершенные с ценными бумагами.

Федеральным законом «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» введены два ключевых для российского рынка понятия – манипулирование рынком и инсайдерская информация [3]. Это наиболее часто встречающиеся злоупотребления на рынке ценных бумаг. Манипулирование рынком представляет собой использование СМИ или информационно-телекоммуникационные сети для распространения заведомо ложной информации, что приводит к изменениям не только цены акций компании, но и их спроса и предложения. Неправомерное использование инсайдерской информации является еще одним наиболее часто встречающимся злоупотреблением, оно представляет собой использование служебной информации, которая скрыта от иных лиц, незаконное использование которой может в значительной степени повлиять на рыночную стоимость акций компании. В последние годы практически не было зарегистрировано данных правонарушений, так как их очень сложно обнаружить. Особым элементом криминалистической характеристики является анализ способа совершения преступления. Именно этот важнейший компонент чаще всего содержит наибольший объем криминалистической информации, который позволяет быстрее и правильнее сориентироваться в сути происшедшего в целом и его отдельных обстоятельствах, круге лиц, среди которых следует искать преступника, наметить оптимальные методы раскрытия преступления.

Многочисленные исследования, включавшие в себя, в том числе опросы трейдеров, экспертов, сотрудников правоохранительных органов, показывают, что уровень нерегистрируемых правонарушений с информацией на рынке ценных бумаг весьма значителен. Исходя из этого, можем сказать о необходимости повышения эффективности уголовных и административных мер по отношению к данным правонарушениям. Таким образом, считаем необходимым повышение правовых мер охраны рынка ценных бумаг. Для этого необходимо совершенствовать методы экономического анализа, позволяющие выявлять признаки криминализации данного рынка на ранних стадиях, принимать компаниям меры по предупреждению данных преступлений, в частности проводить профилактическую работу с должностными лицами организации, а также усилить меры по защите и сохранности инсайдерской информации.

Список литературы

1. <http://www.riarating.ru/infografika/20170131/630054676.html> (Дата обращения 06.04.2017).
2. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 07.03.2017) //СЗ РФ.1996. № 25. Ст. 2954
3. ФЗ от 27.07.2010 № 224-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. 2010. № 31. Ст. 4193
4. Новиков, С. В. Криминализация рынка ценных бумаг как сфера деятельности преступных структур / С. В. Новиков // Вестник Воронежского института МВД России. – 2010. – №4. – С. 204 – 208.
5. Звягинцева, Н. А. Генезис регулятивных процедур в сфере защиты прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг Российской Федерации / Н. А. Звягинцева // Вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. – 2014. – №6. – С. 127 – 133.

Ерощенко О.В., Брындикова А.А., Гольяпина И.Ю.
Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТАМОЖЕННОЙ ПРОЦЕДУРЫ ПЕРЕРАБОТКИ НА ТАМОЖЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ

Место и роль государства в экономике каждой страны определяется эффективностью применяемых мер и средств государственного регулирования, с помощью которых решаются различные социально-экономические и иные задачи. В современных условиях наблюдается усиление государственного воздействия на экономические процессы, меняются организационные формы взаимодействия государственных органов с хозяйствующими субъектами, происходят существенные сдвиги в целях, механизме, аппарате управления, в сочетании государственного и рыночного механизмов регулирования. Это общая тенденция, характерная для большинства стран с развитой экономикой. Сказанное обуславливает и содержание таможенной процедуры переработки на таможенной территории.

Таможенная процедура переработки на таможенной территории (гл. 34 ТК ТС и гл. 31 Федерального закона № 311) установлена статьями 239-251 ТК ТС и представляет собой таможенную процедуру, при которой иностранные товары используются для совершения операций по переработке на таможенной территории таможенного союза в установленные сроки с полным условным освобождением от уплаты ввозных таможенных пошлин, налогов и без применения мер нетарифного регулирования с последующим вывозом продуктов переработки за пределы таможенной территории Таможенного союза [1].

Обращаясь к гражданскому законодательству, отметим, что согласно положениям статьи 129 ГК РФ об оборотоспособности объектов, таковые подразделяются на три категории – объекты, свободные в обороте, ограниченные в обороте и изъятые из оборота. Отметим, что товары, ввезенные на таможенную территорию и помещенные под таможенную процедуру переработки на таможенной территории относятся к объектам, ограниченным в обороте, что будет видно из дальнейших рассуждений.

Переработка товаров на таможенной территории проходит три этапа: ввоз

товаров, процесс переработки, вывоз за пределы страны.

С товарами, помещаемыми под таможенную процедуру переработки на таможенной территории, возможно осуществление следующих основных операций:

1. изготовление товара, включая монтаж, сборку и подгонку под другие товары. Отличительный признак этой операции – сохранение основных черт товаров для переработки и используемых российских товаров в товарной продукции;

2. собственно переработку и обработку товаров. Отличительный признак – потеря индивидуального характера товаров для переработки и используемых российских товаров;

3. ремонт товаров, включая их восстановление и приведение в порядок. Отличительный признак – восстановление или замена поврежденных или изношенных товаров для переработки, устранение дефектов по рекламации.

Можно отметить также операции, не относящиеся к переработке товаров:

1. упаковка, расфасовка и сортировка товаров;

2. выращивание деревьев и растений, сбор грибов и растений;

3. добыча полезных ископаемых;

4. охота и лов рыбы, ракообразных и моллюсков;

5. использование иностранных товаров как вспомогательных средств в технологическом процессе (например, оборудование, станки, приспособления и т.д.).

В этой связи отметим, что Гражданским кодексом в статье 220-ой предусмотрено такое основание приобретения права собственности, как переработка. Так, если иное не предусмотрено договором, право собственности на новую движимую вещь, изготовленную лицом путем переработки не принадлежащих ему материалов, приобретается собственником материалов. Очевидно, что это положение также не в полном объеме применимо к отношениям в рамках переработки на таможенной территории, поскольку мы сталкиваемся с ограничением правомочий собственника. Это обусловлено публично-правовыми началами таможенного законодательства.

По общему правилу, право собственности есть абсолютное вещное право. С одной стороны, собственник может по своему усмотрению (своей властью и в своем интересе) совершать в отношении принадлежащего ему имущества любые действия. Однако, если остановиться на провозглашении всевластия собственника и неприкосновенности собственности, игнорируя интересы

общества, то неизбежны конфликты. Если, напротив, регламентировать отношения собственника с обществом, с окружающими его лицами и не учитывать необходимость обеспечить автономию воли собственника и неприкосновенность собственности, то это будет означать "похороны" идеи собственности. Поэтому в первую очередь (!) требуется гарантировать реальность правомочий собственника и неприкосновенность собственности, а затем установить границы прав собственника [4, с. 85].

Необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности по-разному обосновывается в экономической и юридической литературе. Важно в решении данного вопроса указать на необходимость охраны публичных интересов. Государство в лице компетентных органов осуществляет экономическую функцию, что выражается в необходимости формирования государственного бюджета.

Продолжая рассуждения, укажем, что при помещении товаров под таможенную процедуру переработки на таможенной территории соблюдаются следующие условия:

- 1) предоставления документа об условиях переработки товаров на таможенной территории, выданного уполномоченным органом государства - члена таможенного союза и содержащего сведения;
- 2) возможности идентификации таможенными органами иностранных товаров в продуктах их переработки, за исключением случая замены эквивалентными товарами.

С разрешения таможенного органа допускается замена иностранных товаров, помещенных под таможенную процедуру переработки на таможенной территории, эквивалентными товарами. Под эквивалентными товарами понимаются товары таможенного союза, которые по своим описанию, качеству и техническим характеристикам совпадают с иностранными товарами. Товары, полученные в результате переработки эквивалентных товаров, рассматриваются в качестве продуктов переработки иностранных товаров [2].

Эквивалентные товары получают статус иностранных товаров, а замененные ими товары - статус товаров таможенного союза.

Срок переработки товаров не может превышать три года.

В целях идентификации иностранных товаров в продуктах их переработки могут использоваться следующие способы:

- 1) проставление декларантом, лицом, осуществляющим переработку, или должностными лицами таможенных органов печатей, штампов, цифровой и

другой маркировки на исходные иностранные товары;

2) подробное описание, фотографирование, изображение в масштабе иностранных товаров;

3) сопоставление предварительно отобранных проб, образцов иностранных товаров и продуктов их переработки;

4) использование имеющейся маркировки товаров, в том числе в виде серийных номеров;

5) иные способы, которые могут быть применены исходя из характера товаров и совершаемых операций по переработке товаров, в том числе путем исследования представленных подробных сведений об использовании иностранных товаров в технологическом процессе совершения операции по переработке товаров, а также о технологии производства продуктов переработки или путем осуществления таможенного контроля во время совершения операций по переработке товаров.

Разрешение на переработку товаров на таможенной территории может получить любое заинтересованное российское лицо, в том числе не осуществляющее непосредственно операций по переработке товаров [3, с. 95].

В разрешении на переработку товаров указываются:

описание, качество и количество товаров, предназначенных для переработки, и продуктов их переработки;

операции по переработке товаров и способы их совершения;

норма выхода продуктов переработки;

способы идентификации ввезенных товаров в продуктах переработки;

срок переработки товаров;

иные сведения, определяемые федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области таможенного дела, и необходимые для таможенных целей.

Разрешение на переработку товаров действует в течение установленного срока переработки товаров.

Лицо, получившее разрешение на переработку товаров, несет ответственность за уплату таможенных пошлин, налогов.

Обратим внимание, что отходы, образовавшиеся в результате переработки иностранных товаров на таможенной территории, подлежат помещению под иную таможенную процедуру, за исключением случая, когда указанные отходы переработаны в состояние, непригодное для их дальнейшего коммерческого использования. Для таможенных целей указанные отходы

рассматриваются как товары, ввезенные на таможенную территорию таможенного союза в этом состоянии [3, с. 95].

Действие таможенной процедуры переработки на таможенной территории завершается до истечения срока переработки товаров помещением продуктов переработки, иностранных товаров, не подвергшихся операциям по переработке, остатков и отходов, образовавшихся в результате переработки, под таможенную процедуру реэкспорта в порядке и на условиях, предусмотренных Кодексом.

Каждый участник ВЭД самостоятельно выбирает таможенную процедуру при условии соблюдения всех его требований. В соответствии со ст. 203 ТК ТС лицо вправе выбрать любую из указанных таможенных процедур или изменить ее на другую, независимо от характера, количества, страны происхождения или назначения товаров и транспортных средств, если иное не предусмотрено каким-либо актом законодательства по таможенному делу, включая и сам ТК ТС. Поскольку выбранная таможенная процедура юридически фиксируется при оформлении таможенной декларации, то фактически право выбора принадлежит декларанту. Как правило, изменение таможенной процедуры обуславливается изменением намерений лица относительно товара, перемещенного через таможенную границу, либо истечением срока действия избранной таможенной процедуры. Право на свободу выбора и изменения таможенной процедуры не является абсолютным и может быть ограничено положениями ТК ТС.

Во-первых, Кодекс не предполагает помещение некоторых вещей под определенные таможенные процедуры. Одним из примеров служат транспортные средства, используемые для международных перевозок, которые перемещаются через таможенную границу без помещения под таможенные процедуры (ст. 341 ТК ТС).

Во-вторых, некоторые товары не могут быть помещены под определенные таможенные процедуры. Так, не допускается использование таможенной процедуры уничтожения в отношении культурных ценностей, животных и растений, находящихся под угрозой исчезновения, изъятых товаров и товаров, на которые наложен арест (ст. 308 ТК ТС). Под процедуру таможенного склада не могут помещаться товары, срок годности которых на день заявления их к таможенной процедуре менее определенного срока (ст. 230 ТК ТС).

Кодекс также предусматривает случаи, когда изменение таможенной процедуры является обязательным. Например, в случае передачи права

собственности на временно вывезенные товары иностранному лицу изменение таможенной процедуры временного вывоза на таможенную процедуру экспорта является обязательным (ст. 288 ТК ТС).

Привлечение лица к административной или уголовной ответственности за несоблюдение таможенной процедуры, которое делает невозможным дальнейшее ее применение, влечет за собой завершение процедуры в течение 15 дней после вступления в силу решения по делу об административном правонарушении (ст. 208 ТК ТС).

Список литературы

1. Таможенный кодекс Таможенного союза
2. О таможенном регулировании в Российской Федерации: Федеральный закон от 27.11.2010 N 311-ФЗ //
3. Чернявский, А. Г. Таможенное право: учебник / А. Г. Чернявский. – М.: Издательство «ЮСТИЦИЯ», 2016.
4. Постатейный комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части первой / В. В. Андропов, К. П. Беляев и др.; под ред. П.В. Крашенинникова. – М.: Статут, 2011.

УДК 38.3

Кирпин С.В.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ПРАВОВАЯ ПРИРОДА НЕЗАВИСИМОЙ ГАРАНТИИ

В статье исследуется институт независимой гарантии, являющийся, в соответствии с позицией законодателя, обеспечительной мерой. Анализируется природа независимой гарантии, изучается механизм применения гарантии, обращается внимание на проблемы реализации обеспечительного механизма.

Независимая гарантия является одним из способов обеспечения исполнения кредитного обязательства, который отличается высоким уровнем защиты кредитора и необходим для снижения рисков исполнения обязательства должником и эффективной реализации права кредитора при ненадлежащем исполнении обязательства должником.

Независимая гарантия с точки зрения своей правовой природы призвана обеспечивать снижение кредитного риска путем передачи ответственности за исполнение обязательства от одного лица (бенефициара) к другому лицу (гаранту).

В сфере международной банковской практики существуют два вида гарантий – условные и по первому требованию. Правовая конструкция независимой гарантии в России предполагает обязанность гаранта произвести платеж при простом требовании бенефициара вне зависимости от наличия ненадлежащего исполнения принципалом обязательств по договору.

Данный механизм позволяет оперативно исполнить требования бенефициара, однако расходится с целью применения независимой гарантии – обеспечением исполнения обязательства. Таким образом, создается потенциальная возможность применить обеспечительную меру и при добросовестном исполнении обязательств должником. В этом смысле нарушается предполагаемая последовательность возникновения требований у бенефициара. С целью устранения этого недостатка необходимо законодательно оформить акцессорный характер обеспечительной меры.

Некоторые авторы считают, что в отношениях по обеспечению кредитных обязательств неприменим принцип независимости гарантии. Так А.Л. Меламед полагает, что обязательство гаранта является зависимым от основного обязательства, поскольку бенефициар в случае выдвижения требования об уплате денежной суммы по гарантии должен указать на нарушение основного обязательства принципалом.

Полагаем, что данная позиция наиболее точно отражает правовую природу независимой гарантии, что подтверждает 23 глава ГК, которая относит независимую гарантию к способам обеспечения исполнения обязательства. Представляется, что для гаранта действительно важно, чтобы требования по гарантии были обоснованы, то есть должно наличествовать ненадлежащее исполнение принципалом обязательств, вместе с тем, по действующему законодательству гарант не имеет возможности проверить правомерность требований бенефициара. Гражданский кодекс не предусмотрел возможность признания независимой гарантии недействительной в силу недействительности основного обязательства, что также ухудшает положение гаранта.

Независимая гарантия обладает непередаваемостью права, является безотзывной, гарант имеет право отозвать гарантию лишь если она это прямо предусматривает. Одним из признаков независимой гарантии является возмездность – за выдачу гарантии принципал уплачивает гаранту вознаграждение.

Статус принципала по банковской гарантии должник по кредитному обязательству приобретает после обращения о выдаче гарантии по его обязательству, иницируя соответствующие правоотношения. В обращении, как правило, указывается перечень условий будущей гарантии и размер вознаграждения за ее выдачу.

Следующим этапом в процессе выдачи независимой гарантии является выражение воли банка быть гарантом по соответствующему обязательству путем выдачи письменного обязательства. В независимой гарантии указывается сумма, на которую выдается гарантия, определяются условия, при наличии которых гарант обязуется уплатить бенефициару указанную сумму, указывается срок, на который выдается гарантия.

Из-за спора относительно акцессорности независимой гарантии, дискуссионным является вопрос об определении момента прекращения обеспечительного обязательства. Ст. 378 ГК РФ определяет перечень оснований прекращения независимой гарантии, все обстоятельства связаны либо с надлежащим исполнением гарантом своего обязательства, либо с односторонним волеизъявлением бенефициара.

При изучении правовой природы независимой гарантии необходимо определить ее взаимосвязь с основным обязательством, поскольку по общему правилу зависимости в данных правоотношениях нет, однако ряд авторов отстаивают акцессорный характер независимой гарантии, которая на наш взгляд является обоснованной и требует законодательного закрепления.

Считаем, что при разрешении спорных вопросов независимая гарантия представляет собой довольно эффективный способ обеспечения обязательств по кредитам и способна применяться не только в сфере кредитования юридических лиц, но и физических, представляя собой инструмент снижения кредитного риска, повышающий уровень надежности кредитного обязательства и гарантирующий его надлежащее исполнение.

Список литературы

1. Тычинин, С. В. От банковской гарантии к независимой: правовая природа обязательства по выдаче гарантии в проекте изменений ГК РФ / С. В. Тычинин, Д. И. Романенко // Банковское обозрение, 2013. – № 4. – С. 18.
2. Федоров, М. М. Банковская гарантия как разновидность поручительства: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – Казань, 2007. – С. 19.
3. Комментарий к ГК РФ, части второй / под ред. Т. Е. Абовой, А. Ю. Кабалкина. – М., 2003. – С. 571.
4. Тычинин С.В., Романенко Д.И. Указ. соч. С. 20.

УДК 345:95

Кононенко О.В., Матюшин А.В.

Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР

КАТЕГОРИЯ НАЛОГОВОЙ ТАЙНЫ И ЕЕ ЗАКРЕПЛЕНИЕ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Инструментом защиты прав налогоплательщика, обеспечивающим неразглашение налоговыми и другими контролирующими органами, а также аудиторскими компаниями полученной информации является налоговая тайна. Круг сведений, составляющий налоговую тайну носит комплексный характер, поскольку включает в себя нормы не только налогового, но и информационного, административного, уголовного и других отраслей права. Данные сведения являются налоговой тайной с момента постановки налогоплательщика на учет в органе доходов и сборов. По информации, составляющей налоговую тайну законодательно устанавливается специальный режим, обеспечивающий правильное ее хранение, передачу и использование.

Круг сведений, составляющих налоговую тайну в различных странах закреплен законодательно, по практически повсеместно в него включены сведения о самом плательщике, коммерческой и производственной тайне. Также в мировой практике просматривается тенденция сохранения фактически в режиме налоговой тайны информации, полученной от третьих лиц. Так, например в Португалии финансовые посредники обязаны отчитываться по всем

сделкам, заключенным с участием иностранных юридических лиц, являющихся резидентами государств и территорий, с которыми отсутствуют международные налоговые соглашения либо такие соглашения не содержат положений об обмене информацией. Законодательство Аргентины содержит требования относительно предоставления третьим лицам определенной информации о расходах налогоплательщиков. Получение информации от третьих лиц характерно также для налоговых органов Израиля. Иным хорошо известным примером получения информации от третьих лиц является закон FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act), содержащий механизм процедур осуществления обмена информацией и форм отчетности, нормы которого распространились на большое количество стран.

Несмотря на то, что институт налоговой тайны имеет важное значение для защиты прав налогоплательщиков, в некоторых странах (Швеция, Норвегия, Франция, Италия) наряду с обязанностью налоговых органов и их должностных лиц по неразглашению сведений о налогоплательщиках, существует законодательно закрепленная возможность публикации определенных налоговых сведений, так называемая налоговая публичность. Правовую основу налоговой публичности в данных странах составляет конституционное право каждого на ознакомление с документами и материалами органов государственной власти, непосредственно затрагивающими его права и свободы. Поэтому некоторые налоговые сведения, перечень которых строго регламентирован, признаются общедоступными, предоставляя, тем самым, всем налогоплательщикам право контролировать исполнение каждым его налоговой повинности.

По мнению Шостак И.В. в налоговую тайну входят и коммерческая тайна налогоплательщика и его личная тайна, а также сведения, составляющие банковскую тайну, в случае получения налоговыми органами сведений от кредитных организаций.

Соблюдение налоговой тайны невозможно обеспечить без установления в законодательстве понятия разглашения тайны. К разглашению налоговой тайны относится использование или передача сведений, в частности, придании их огласке в средствах массовой информации. Таким образом, разглашением является нарушение режима налоговой тайны, выражающееся в действии или бездействии должностных лиц, привлеченных специалистов из аудиторских

организаций, в результате которого информация о налогоплательщике стала доступной третьим лицам.

Теория и практика формирования в правовом массиве совокупности норм, именуемых правовыми институтами тайн, показала, что неким стандартом для их построения является одновременное регулирование трех групп отношений: выработка правовых критериев относимости информации к конкретной системе (например, путем законодательного закрепления перечня таких сведений, как в институте государственной тайны, либо формулирования совокупности признаков, как в институте коммерческой тайны), нормативного закрепления способов и методов защиты таких сведений, а также формулирование в законодательстве санкций за противоправное распространение данной информации ограниченного доступа. Именно такой подход позволяет осуществить адекватную защиту отношений в данной сфере с помощью правовых средств.

Необходимо заметить, поскольку одним из направлений развития законодательства ДНР является гармонизация законодательства с Российской Федерацией, защита налогоплательщика посредством дополнения статьей 9¹ Закона ДНР «О налоговой системе», устанавливающей категорию налоговой тайны как важного инструмента защиты прав налогоплательщиков. Соблюдение налоговой тайны органами доходов и сборов позволит предпринимателям сохранить «секрет производства» и иную личную и коммерческую информацию, а значит быть более конкурентоспособными на внутреннем рынке.

Таким образом, категория налоговой тайны, является законодательным закреплением налоговой цельности, и позволяет защитить налогоплательщиков от несанкционированного доступа к их личной информации. Некоторые авторы предлагают рассматривать налоговую тайну как самостоятельный правовой институт, так как по поводу информации данного вида могут возникать самостоятельные однородные правоотношения, в частности связанные со сбором, получением и распространением данных сведений.

Список литературы

1. Костенко, М. Ю. Налоговая тайна: научно-практическое пособие / М. Ю. Костенко // – М.: Изд-во БЕК, 2003. – 160 с.

2. Шостак, И. В. Правовой режим налоговой тайны / И. В. Шостак // Научный вестник международного гуманитарного университета. Серия: Юриспруденция, 2014, – №7. – С. 129 – 131.

3. Майбуrow, И. А. Энциклопедия теоретических основ налогообложения / Под ред. И. А. Майбуrow, Ю. Б. Иванова // М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 503 с.

УДК 336.74

Крапивицкая Л.М.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КРИПТОВАЛЮТНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ

Развитие сети Интернет, распространение виртуальных торговых площадок, технологических процессинговых инноваций и современных средств шифрования привело к созданию новой формы электронных денег – криптовалюты. Под криптовалютой понимается разновидность цифровой валюты (электронных денег), защищенная криптографическим кодом, не имеющая централизованного эмитента и доступная для эмиссии любым желающим при помощи имеющихся у них компьютерных мощностей [1].

Идея создания криптовалюты появилась к концу 1990-х гг., а в обращении возникла в США в 2008 г. В 2009 г. появился и начал стремительно набирать популярность первый представитель такой платежной системы – биткоин. 2013 год ознаменовался стремительным ростом курса биткоина, если в начале года 1 биткоин стоил 13 долларов, то к декабрю за него давали более 1000 долларов. В истории это был один из самых значительных примеров взлета цены финансовых активов. 10 марта 2017 года биткоин пошел на новый исторический рекорд и подорожал на 150 долларов, установив новый исторический максимум – 1350 долларов [2].

Едва родившись, криптовалюта приобрела множество сторонников. Среди ее достоинств выделяют эмитированную эмиссию, поскольку криптовалюта не связана с государственной валютной системой, её эмиссия осуществляется непосредственно в сети и обеспечивается только

математическими расчетами. Так ускорить или замедлить эмиссию биткоина не способен не один субъект, данный процесс носит объективный характер.

С появлением криптовалют исчезла и проблема с двойной транзакцией. Все переводы этой валюты фиксируются в специальном архиве, который носит название блокчейна. При этом проходит только первый приказ о транзакции, все прочие отклоняются. Таким образом, невозможно задвоить перевод одной и той же суммы, а значит и нет необходимости контролировать осуществляемые пользователем транзакции, что существенно снижает стоимость переводов.

Многие считают, что появление криптовалют стал ответом на мировой экономический кризис 2008 г., серьезно подорвавший доверие к существующей финансовой системе. Зависимость многих валют в той или иной степени от доллара привела к поиску альтернативы, которой и стал биткоин. В новой валюте, которая появилась как «игрушечная», виртуальная, многие финансисты увидели ту силу, которая способна одолеть финансовое лидерство США. Удивительно, именно в США появились первые биржи биткоинов. В некоторых штатах установили биткоин банкоматы, свободно обменивающих биткоины на доллары и наоборот.

Еще одним неоспоримым плюсом криптовалют является и ее делимость. Так, привычные доллар или рубль можно разделить только на сотые части, а биткоины делятся до восьмого знака, то есть можно передать одну стомиллионную часть биткоина. Самая маленькая частица биткоина называется сатошей, в честь создателя этой криптовалюты. Такую особенность хорошо использовать при сборе средств на благотворительность.

Кроме того, пользователей в криптовалюте привлекает и скорость перевода: криптовалютные платежные системы позволяют мгновенно переводить средства в любую точку земного шара. Передача ее происходит из рук в руки, от человека к человеку, минуя банки и другие финансовые институты. Такая система получила название peer-to-peer, что в переводе означает от равного к равному. Продавец и покупатель знают только номера счетов друг друга – полная конфиденциальность и анонимность переводов.

Последнее породило неоднозначное восприятие криптовалют контролирующими органами. Рассмотрим отечественную практику использования и контроля за криптовалютами. В России нет ни одного официального документа, регулирующего операции с ними. В Федеральном

законе от 10.07.2002 №86-ФЗ (ред. от 05.10.2015) «О Центральном банке Российской Федерации (Банк России)» в ст. 27 написано: «Официальной денежной единицей (валютой) РФ является рубль. Введение на территории РФ других денежных единиц и выпуск денежных суррогатов запрещается» [3, с.36]. Сделки с использованием виртуальных валют рассматриваются как осуществление сомнительных операций в соответствии с законодательством о противодействии отмывания доходов, полученных преступным путем и финансирования терроризма.

Со временем взгляд на криптовалюты у российской власти менялся от настороженно-негативного до выжидательного. Минфин России в конце 2014 года разработал проект закона, предусматривающий штрафы за выпуск виртуальных валют и операции с ними, однако дальнейшего развития он не получил.

Неоднозначность отношения ЦБ РФ к виртуальным валютам связана с анонсом планируемой эмиссии такого нового вида криптовалюты, как битрубль. Битрубль – российская виртуальная валюта, которая должна стать аналогом биткоина. Основатели битрубля считают возможным найти способ адаптировать ее технологию под российское законодательство. А представители Банка России заявили, что готовы обсуждать возможность создание этой новой виртуальной платежной системы.

Таким образом, за рубежом популярность криптовалюты увеличивается с каждым годом. Криптовалюты легализованы в США, Бразилии, Израиле, Германии и Норвегии. В России ее развитие замедляется из-за отсутствия законодательной базы. На сегодняшний день не разработаны четкие правила, позволяющие регламентировать работу с виртуальной валютой и в частности популярным биткоином, существуют только определенные рекомендации относительно ее использования, которых недостаточно.

Список литературы

1. Будущие криптовалюты в России//Русскоязычный информационный сайт о криптовалюте Bitcoin [Электронный ресурс]. – URL: <https://bits.media/budushchee-kriptovalyuty-v-rossii/>
2. Криптовалюта рванула вверх // BFM.RU [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bfm.ru/news/348780>.

3. Степанова, Д. И. Особенности организации и направления развития криптовалютных платежных систем / Д. И. Степанова, Т. Е. Николаева, Н. В. Иволгина // Финансы и кредит, 2016. – № 10(682). – С. 33 – 45

УДК 338.14

Лисихин И.П., Ножкина Е.Б.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ПРОБЛЕМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ПРЕДНАМЕРЕННОМУ БАНКРОТСТВУ

Банкротство означает неплатежеспособность, вызванную недостатком денежных средств и имущества, если обязательства не исполнены в течение трех месяцев с момента, когда они должны были быть исполнены (для кредитных организаций шесть месяцев). Банкротом становятся только после признания несостоятельности арбитражным судом.

Согласно аналитической записке к отчету о работе арбитражных судов в РФ, количество поступивших заявлений о признании должника банкротом (в тыс.) составляло: 2010 г. – 40,2; 2011 г. – 33,4; 2012 г. – 40,9; 2013 г. – 31,9; 2014 г. – 42. По официальным данным в 2015 г. в производстве находилось более 50000 дел о банкротстве [1]. Среди дел о банкротстве имеют место дела по факту преднамеренного банкротства предприятий и коммерческих банков. В данных условиях актуальна проблема противодействия преднамеренному банкротству, при котором в отношениях между кредиторами и должниками складывается противоправный виновный характер взаимодействий, влекущий как административную, так и уголовную ответственность [2]. В статье 14.12 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях раскрывается понятие преднамеренного банкротства. «Преднамеренное банкротство, то есть совершение руководителем или учредителем (участником) юридического лица либо индивидуальным предпринимателем действий (бездействий), заведомо влекущих неспособность юридического лица или индивидуального предпринимателя в полном объеме удовлетворять требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по

уплате обязательных платежей, если эти действия (бездействие) не содержат уголовно наказуемых деяний, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей или дисквалификацию на срок от одного года до трех лет». В статье 196 Уголовного кодекса Российской Федерации сказано, что «преднамеренное банкротство, т.е. совершение руководителем или учредителем (участником) юридического лица либо гражданином, в том числе индивидуальным предпринимателем, действий (бездействий), заведомо влекущих неспособность юридического лица либо индивидуального предпринимателя, в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если эти действия (бездействия) причинили крупный ущерб, - наказываются штрафом в размере от 200000 до 500000 рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до трех лет, либо принудительными работами на срок до 5 лет, либо лишением свободы на срок до шести лет со штрафом в размере до 200000 рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 18 месяцев либо без такового».

Преднамеренное банкротство означает умышленное совершение виновных действий для приведения к неспособности погашения задолженности и уплате обязательных платежей. Данные действия могут совершать - собственники, учредители, руководители, поручители, индивидуальные предприниматели, физические лица (достигшие 16 лет). Мотив действий виновного – в собственных интересах либо в интересах сторонних лиц.

Противодействие преднамеренному банкротству включает комплекс превентивных мер, осуществляемых на основе Федерального закона 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (ред. от 29.12.2015), Постановления Правительства РФ от 27.12. 2004 N855 «Об утверждении Временных правил проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства», Федерального Стандарта деятельности арбитражного управляющего по выявлению признаков преднамеренного и фиктивного банкротства [3].

К комплексу превентивных мер преднамеренного банкротства следует отнести: методы многомерного статистического анализа; модели прогнозирования (количественные и качественные); скоринговые многомерные

модели; многомерный рейтинговый анализ; мониторинг преднамеренного банкротства (включающий макроуровневый и микроуровневый блоки); учет причин преднамеренного банкротства; анализ изменений экономического состояния должника, включая динамику состояния имущества; экономико-правовой анализ сделок; оценку правоспособности должника.

Указанный выше комплекс превентивных мер преднамеренного банкротства применим и в случае преднамеренного банкротства коммерческих банков. В то же время считаем необходимым акцентировать внимание на следующих превентивных методах преднамеренного банкротства коммерческих банков.

1. Метод выявления учетных несоответствий, при котором учетные несоответствия проявляются:

- в нарушениях между элементами бухгалтерского учета коммерческих банков;
- в отклонениях от порядка отражения информации в бухгалтерском учете коммерческих банков.

2. Метод документального анализа:

- нарушения в договорах коммерческих банков;
- изменения в практике договорных отношений коммерческих банков.

Список литературы

1. <http://criminalbankruptcy.ru/statistika-po-bankrotstvam> (Дата обращения 14.04.2017).

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195 – ФЗ (ред. от 03.04.2017) //СЗ РФ 2002. N 1 (ч.1). ст. 1 (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.07.2015); Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N63-ФЗ (ред. от 03.04.2017) //СЗ РФ 1996. N25. Ст. 2954.

3. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О несостоятельности (банкротстве)» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // СЗ РФ. 2002. № 43. ст.4190.

4. Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 N 367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа» // СЗ РФ. 2003. N26. Ст. 2664.

5. Постановление Правительства РФ от 27.12.2004 N855 «Об утверждении Временных правил проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства» // www.consultant.ru (Дата обращения 20.04.2016).

УДК 336.22

Нижникова А.С.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

НАЛОГОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В современной мировой экономике помимо конкуренции на рынке товаров, услуг и капиталов существует особый вид конкуренции – налоговая. Под налоговой конкуренцией понимается создание лучших условий налогообложения для производителей и потребителей в одной юрисдикции по сравнению с другими. Обычно под налоговыми условиями принято понимать предоставление налоговых льгот и уменьшенных налоговых ставок. При этом физические и юридические лица с легкостью могут перемещать свой капитал из одной юрисдикции в другую в поисках наиболее выгодных условий.

Необходимо разграничивать понятие налоговой конкуренции и офшорной зоны. Под последней принято понимать финансовый центр, который предоставляет нерезидентам чрезвычайно выгодные налоговые режимы и другие льготы, способствующие оптимизации бизнеса и снижению налогового бремени. В результате чего наносится серьезный вред экономике, поскольку хозяйствующие субъекты не платят налоги в резидентной стране, но пользуются социальными благами [1]. Такие территории предлагают не только пониженные налоговые ставки, но и полную анонимность операций, что позволяет сохранить в тайне информацию о проводимых финансовых сделках. А это может препятствовать налогообложению доходов налогоплательщиков на оншорной родине.

Офшорные зоны можно разделить на три категории:

- классическая офшорная зона;
- зона с низким налогообложением;

- зоны с выгодными условиями для финансового и налогового планирования.

К первой категории относятся страны, законодательство которых полностью освобождается от налогообложения, компании выплачивают только пошлины за свою регистрацию. Требования к финансовой отчетности отсутствуют или сведены к минимуму. К странам классической офшорной зоны относятся Панама, Виргинские и Багамские острова.

Финансовая отчетность для компаний в зонах с низким налогообложением является обязательной. Фирмы пользуются специальными налоговыми льготами. Это такие страны, как Кипр и Венгрия.

К группе стран третьей категории относят Нидерланды, Швейцарию и Великобританию. Отличительной чертой этой группы является ведение бухгалтерской отчетности и большой финансовый контроль. Эти страны нельзя отнести к офшорным зонам, но их законодательство в области налоговой политики позволяет сократить налоги до минимума путем построения грамотных финансовых схем.

Такие схемы носят название «офшорные финансовые сети», и они используются для агрессивной минимизации налогообложения. Они показывают большое разнообразие вовлеченных в схемы юрисдикций (офшорных и спарринг - офшорных), так числа и форм используемых бизнес-структур [2].

К классическим офшорным схемам относятся:

1. Механизм трансфертного ценообразования. При такой схеме офшорный центр в торговых отношениях выступает в качестве посредника между поставщиком товара и покупателем.

Существует два варианта применения этой офшорной схемы при импорте и экспорте товара. При экспорте товара или услуги из страны через офшор цена снижается до наименьшей возможной суммы, затем компания перепродает фактическому покупателю по действительной, в итоге вся прибыль остается у офшорной компании.

При импорте товара в страну через офшор цена обычно снижается до наименьшей возможной суммы подлежащих уплате таможенных пошлин и НДС, но не стоит забывать, что нужно учитывать также таможенную стоимость. Потому что слишком низкая цена может привести к увеличению налога на прибыль, а слишком высокая, например, к уплате таможенных

платежей. В каждом случае можно подобрать такую цену, при которой общая сумма платежей государству будет минимальной.

2. Строительная схема. При использовании данной схемы офшорная компания выступает в качестве подрядчика. Заказчик производит полную оплату офшорной компании за строительные услуги. Затем офшорная компания заключает договор с субподрядчиком, который выполняет все строительные работы, после чего все финансовые потоки проходят через фирму-подрядчика, и в конце, вся прибыль оседает на счете офшорной компании.

3. Производственная схема. Данная схема позволяет офшорной компании оплачивать сырье и производственные услуги производителя по самым низким ценам. Производитель отгружает товар агенту. После этого агент продает товар конечному покупателю, получая при этом свое вознаграждение. В итоге деньги с прибылью возвращаются в офшорную компанию.

4. Транспортная схема используется транспортными компаниями, которые специализируются на международных перевозках. При такой схеме офшорная компания выступает в роли перевозчика товара. Использование транспортной схемы на законных основаниях избегает налогообложение, используя компанию-агента в стране резиденте. Офшорные налоговые затраты можно свести к минимуму, используя ее в связке с классической офшорной компанией.

5. Схема оказания услуг. Эта схема является наиболее распространенной. Денежные средства перечисляются на счет офшорной компании. При использовании этой схемы услуги могут в действительности и не оказываться. Для снижения рисков обвинения в фиктивности сделки в схему оказания услуг добавляется престижная низконалоговая компания, зарегистрированная, например, в Швейцарии.

6. Схема регистрации новых предприятий применяется иностранным инвесторами, желающими создать на территории резидента свою дочернюю компанию со значительной долей иностранного капитала. При выплате дивидендов в пользу офшорного центра, доходы от дивидендов облагаются офшорными налогами. Такие налоги значительно ниже налогов, которые могли возникнуть в стране-резиденте.

Россия занимает одно из первых мест по оттоку капитала из страны в офшорные зоны, что негативно сказывается на нашей экономике в целом.

Президентом Российской Федерации ранее были отмечены существенные проблемы злоупотребления налоговой оптимизацией, что способствовало вывозу капитала через подставные фирмы. Связи с этим был подписан Федеральный закон «О внесении изменений в первую и вторую части Налогового кодекса Российской Федерации (в части налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний и доходов иностранных организаций)», 24.11.2014 г. № 376-ФЗ (далее – Закон). На этапе обсуждения и разработки он получил такие названия (неофициальные): «закон о деофшоризации», «закон о контролируемых иностранных компаниях (КИК)» [3].

На современном этапе политика деофшоризации носит фрагментарный, не всегда последовательный, а часто декларативный характер. Большинство новых рекомендаций предполагает лечение лишь симптомов болезни, а не ее самой. Программа деофшоризации российской экономики должна базироваться на нескольких системных принципах:

- кардинальное улучшение условий осуществления экономической деятельности, включая институциональную и политическую реформы;
- налоговый маневр за счет пересмотра соглашений об избежание двойного налогообложения по перенесению центра тяжести налогового стимулирования инвесторов в российскую юрисдикцию;
- усиление в соответствии с международной практикой ответственности за нарушение налогового законодательства;
- вывод на качественно новый уровень международного сотрудничества в области обмена налоговой информацией и раскрытия фискальных нарушений;
- формирование и развитие налоговой культуры в обществе.

На основе этих принципов можно предложить конкретные меры по деофшоризации экономики государства, такие как:

- проведение реформ для улучшения ведения бизнеса в стране (уменьшение налоговой нагрузки, административного давления, поддержание стабильности законодательства и др.).
- пересмотр большинства соглашений об избежание двойного налогообложения, заключенных Россией. Это поможет сбалансировать налоговые ставки в России и оффшорах за счет переноса центра тяжести налогового стимулирования в российскую юрисдикцию. Такой пересмотр поможет как можно меньше использовать оффшорные финансовые схемы.
- ужесточить ответственности за несоблюдение налогового законодательства.

Кроме того, дополнительно можно рекомендовать комплекс мер, способствующих предотвращению оттока капитала из страны:

1. Жесткое регулирование и контроль за совершением валютных операций, особое внимание следует обратить на операции резидентов на фондовом рынке.

2. Создание прозрачной структуры взаимоотношений между банками РФ и банками-нерезидентами в офшорных.

3. Формирование благоприятного и привлекательного инвестиционного климата в стране.

Таким образом, налоговая конкуренция может рассматриваться как способ создания лучших налоговых условий для производителей и потребителей в одной юрисдикции по сравнению с другими. Но такая налоговая конкуренция может носить и негативный характер, обусловленный созданием офшорных зон, через которые проходят большинство финансовых махинаций, негативно сказывающихся не только на странах-резидентах, но и на мировых финансовых рынках. Современное состояние российской экономики и общества требует реализации продуманной и последовательной антиофшорной политики.

Список литературы

1. Щурина, С. В. Проблема минимизации налогообложения и вывода прибыли компаний: позиции государства и инвесторов / С. В. Щурина, М. А. Пруненко // Финансы и кредит. – 2015. – № 16. – С. 60 – 70.

2. Кунцман М.В. Офшорные зоны и экономическая безопасность государства // Наука в центральной России. – 2013. – № 10. [Электронный ресурс]. – URL: <http://elibrary.ru/dowland/83557259>

3. Рощупкина, В. В. Условия повышения эффективности администрирования налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний в Российской Федерации в условиях финансовой нестабильности / В. В. Рощупкина // Финансы и кредит. – 2016. – № 33. – С. 39 – 40.

Пахомова О.А.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

В современных условиях развития экономики, банковского сектора, финансового рынка Российской Федерации, совершенствования современных информационно-коммуникационных технологий, возникновения новых участников рынка платежных услуг, а также необходимости внедрения в российскую практику международных стандартов Банка международных расчетов особую актуальность приобретает формирование и развитие национальной платежной системы, в максимальной степени, отвечающей интересам всех субъектов экономической деятельности. Создание такой платежной системы представляется невозможным без эффективного, комплексного и рационального правового регулирования.

Таблица 1 – Количество денег в обращении в России в 2007-2016 гг., (М0)

Года	Объем наличных денег в обращении, трлн. рублей	Темп роста объема наличных денег в обращении, %
2007	4,1	134,5
2008	4,4	106,2
2009	4,6	105,7
2010	5,8	124,3
2011	6,9	119,9
2012	7,7	111,6
2013	6,9	89,6
2014	6,9	100
2015	8,5	123,19
2016	8,8	103,53

Через национальную платежную систему постоянно циркулирует денежная масса страны. Денежная масса состоит из наличного и безналичного оборота. Информацию о ситуации с денежной массой в стране можно получить на основании расчетов денежных агрегатов М0, М1 и М2. Рассмотрим динамику денежного агрегата М0 в 2007-2016 гг. (табл. 1) [1].

По данным табл. 1 в России количество наличных денег в обращении за последние 9 лет растет, однако в 2013 и в 2014 году можно наблюдать их снижение, хотя в 2015 и 2016 годах наблюдается рост.

Платежная система Российской Федерации состоит из: платежной системы Банка России и частных платежных систем.

В целом структуру национальной платежной системы России можно представить на рис. 1. [1].

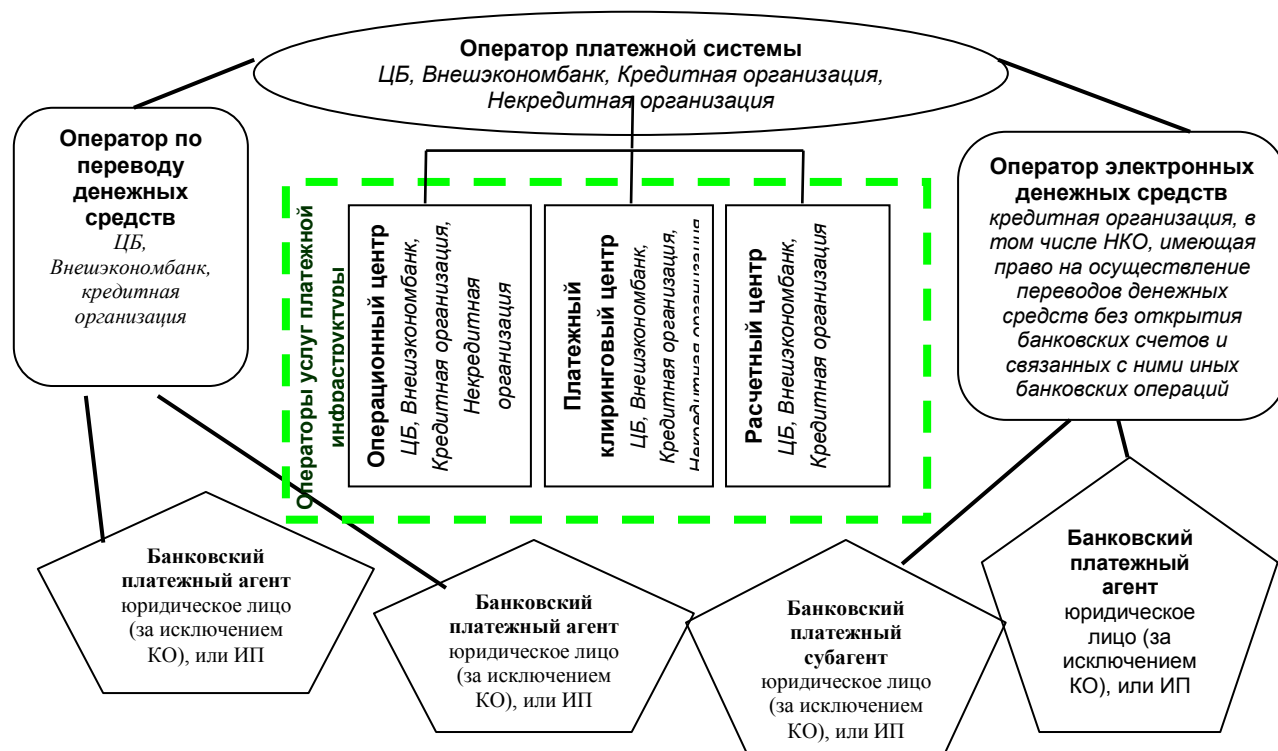


Рисунок 1 – Организационная структура национальной платежной системы России и распределение зон ответственности и взаимосвязи между ее участниками

К основным субъектам национальной платежной системы России относятся: операторы по поводу перевода денежных средств; операторы платежных систем; операторы услуг платежной инфраструктуры; банковские платежные агенты и субъекты; платежные агенты; организации федеральной почты и иные субъекты НПС России (физические и юридические лица, индивидуальные предприниматели, поставщики смежных услуг, органы регулирования и контроля, координаторы рынка платежных услуг и экспертное сообщество). Среди объектов НПС можно выделить: платежные услуги; перевод денежных средств; платежные инструменты (платежное поручение,

аккредитив, чек, инкассовые поручения, прямое дебетование, перевод электронными денежными средствами); наличные платежные инструменты; кредитовые платежные инструменты; дебетовые платежные инструменты и прочие платежные инструменты.

Важнейшим источником правовых норм, регулирующим правоотношения в НПС России, является ГК РФ (части первая и вторая), Часть первая ГК РФ регулирует основные элементы гражданских правоотношений, которые включают гражданские права и обязанности физических и юридических лиц, объекты гражданских прав, сделки, право собственности, общие положения об обязательствах и т.д. Вторая часть ГК РФ включает в себя большое количество правовых норм, которые регулируют конкретные действия, связанные с предоставлением платежных услуг: наличные и безналичные расчеты, открытие и осуществление операций по банковским счетам, предоставление кредитов и другие операции.

Среди других важнейших для НПС России источников правовых норм можно выделить два закона: Федеральные законы от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О центральном банке Российской Федерации (Банке России) и от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности». По Закону № 86-ФЗ среди основных целей Банка России можно выделить «обеспечение эффективного и бесперебойного функционирования платежной системы». Для достижения этой цели были установлены функции и полномочия Банка России по организации наличных платежей и безналичных расчетов, по регулированию банковских операций, по осуществлению надзора за кредитными организациями и т.д. Закон № 395-1 – это основной закон, в соответствии с которым регулируется деятельность кредитных организаций. Данный закон выделяет перечень банковских операций и сделок, которые кредитные организации могут осуществлять кроме банковских операций.

Среди других законов, имеющих непосредственное отношение к НПС России, необходимо назвать Федеральные законы от 3 июня 2009 г. №103-ФЗ «О деятельности по приему платежей физических лиц, осуществляемой платежными агентами, от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма», от 10 декабря 2003 г. 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле», от 17 мая 2007 г. № 82-ФЗ «О банке

развития» и т.д.

Другим примером нормативных правовых актов Правительства РФ, имеющих отношение к НПС России, является ряд документов подготовленных в соответствии с главой 6 Закона № 210-ФЗ, касающейся универсальных электронных карт.

Среди многочисленных нормативных документов Банка России, прежде всего, необходимо назвать ряд документов, опубликованных в июне 2012 г., которые существенно изменили правовое пространство на рынке платежных услуг. Прежде всего, необходимо выделить ряд указаний Банка России, в том числе от 2 мая 2012 г. № 2814-У «О размере значения переводов денежных средств, при превышении которого оператор по переводу денежных средств обязан обеспечить, направление в Банк России заявление о регистрации оператора платежной системы», от 2 мая 2012 г. № 2815-У «Об установлении значений критериев для признания платежной системы значимой», от 31 мая 2012 г. № 2824-У «Об отчетности по платежным системам операторов платежных систем» и т.д.

Особо необходимо отметить Положение от 19 июня 2012 г. 383-П «О правилах осуществления перевода денежных средств». Данное положение отменило действие положений документа Банка России от 3 октября 2002 г. № 2-П «О безналичных расчетах в Российской Федерации» и от 1 апреля 2003 г. 222-П «О порядке осуществления безналичных расчетов физическими лицами в Российской Федерации» и ряда других нормативных актов. Положение 383-П «О правилах осуществления перевода денежных средств» определило:

- а) формы безналичных расчетов;
- б) виды переводов денежных средств, осуществляемых по банковским счетам и без открытия банковских счетов;
- в) реквизиты для ряда видов распоряжений о переводе денежных средств, а также в отношении остальных распоряжений;
- г) направления распоряжений для осуществления перевода денежных средств;
- д) процедуры приема к исполнению, отзыва, возврата распоряжений и порядок исполнения;
- е) условия исполнения процедур приема к исполнению распоряжений участников платежной системы;
- ж) механизм исполнения распоряжений и др.

Таким образом, мы наблюдаем обширную законодательную базу по

платежным операциям. Законодательство по данному направлению постоянно обновляется и совершенствуется. Так, например, для повышения доверия населения к новым платежным услугам и инструментам Банк России определил порядок обязательного информирования клиентов о совершении каждой операции с использованием электронного средства платежа и порядка возмещения сумм вследствие несанкционированных операций, совершенных с использованием электронных средств платежа. Данное информирование стало обязательным в кредитных организациях с 1 января 2014 года.

Среди основных проблем в правовом регулировании платежной системы России можно выделить: незавершенность формирования правовых основ функционирования платежных систем; мошенничество на наличном и безналичном рынке. Кроме того, необходимо учитывать, что для эффективной работы национальной платежной системы особое значение имеет правовое обеспечение платежных инноваций, появление которых обусловлено последними достижениями научно-технического прогресса (электронные деньги, интернет-платежи, мобильные платежи), а также общих условий для всестороннего применения электронных средств платежа и электронной обработки платежной информации. Все это требует учета специфики современных технологических средств и адекватного ее отражения в нормах законодательства о национальной платежной системе.

Список литературы

1. Центральный Банк Российской Федерации: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Банк России, 2007 – 2016. - Электрон.дан. – URL: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения: 12.04.2017).

УДК 343.985

Пентегов П.Д., Ножкина Е.Б.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

МЕТОДИКА РАССЛЕДОВАНИЯ ПРЕСТУПНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОПГ В ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ

Статья 9 Конституции РФ гарантирует охрану и использование природных ресурсов в РФ как основу жизни и деятельности граждан, однако за

последние годы данная норма основного закона нашей страны стала крайне актуальной вследствие роста преступности в сфере топливно-энергетического комплекса – ТЭК [1].

Несмотря на то, что практика правоохранительных органов имеет солидный опыт в сфере противодействия экономическим преступлениям, правоприменители столкнулись с рядом проблем именно в сфере ТЭК. Затруднения вызывает, во-первых, сам процесс расследования таких преступлений, первопричиной чего является неполнота существующих на сегодняшний день методик их расследования. Во-вторых, судебной практики по данному вопросу чрезвычайно мало, что также сказывается отрицательно. В связи с этим мы понимаем, что сотрудники правоохранительных органов остро нуждаются в практических, обоснованных и качественно проработанных рекомендациях, методологических пособиях по расследованию преступлений в сфере ТЭК.

Основные затруднения, с которыми ежедневно сталкиваются сотрудники правоохранительных органов при расследовании таких преступлений, можно систематизировать следующим образом:

1. недостаточная коммуникация при расследовании преступлений между органами внутренних дел и остальными правоохранительными органами (например, органами таможенной службы, ведомственного контроля, администрациями нефтедобывающих предприятий);

2. ошибочная оценка причиненного преступными действиями ущерба;

3. значительная доля участия организованных преступных групп.

Отличительными чертами экономических преступлений в сфере ТЭК являются: их продуманность и профессионализм совершения; крупномасштабность; межрегиональный и международный характер; наличие в ОПГ как минимум одного сотрудника нефтехимического комплекса.

Анализ показал, что для сферы добычи, переработки, транспортировки и реализации нефти и нефтепродуктов характерны следующие преступления.

1. Кража нефти и нефтепродуктов: врезка (подключение к основному нефтепроводу); искажение сведений о потерях, то есть присвоение пригодных нефтепродуктов под предлогом их полной непригодности к дальнейшей переработке; отвод – присоединение к трубопроводу или хранилищу дополнительной магистрали с целью систематического хищения.

2. Незаконная предпринимательская деятельность (изготовление моторного топлива и масла низкого качества, затем их реализация в других

регионах путем нарушения законодательства о государственной регистрации, требований лицензионного контроля, норм налогового права и т.п.).

3. Незаконный экспорт сырья (поддельные таможенные документы, лицензии, переадресовка с оформлением груза как задолженности за прошлый год). Ложное «временное хранение и переработка сырья за рубежом». Нефть реализуется в нарушение договора хранения, следы преступления скрываются подложными документами о якобы ввезенных в РФ нефтепродуктах.

4. Мошенничество в момент реализации: создание неучтенных объемов ГСМ (путем недовеса, недолива, прочих манипуляций); продажа низкокачественного сырья под видом высококачественного.

В расследовании и раскрытии вышеперечисленных преступлений сотрудникам правоохранительных органов помогает криминалистическая характеристика преступлений. Она представляет собой данные, указывающие на способ, обстановку, механизм преступных деяний, на личность преступника, его мотивы, цели в процессе планирования, реализации и сокрытия преступлений. Крайне полезно выдвижение версий в условиях недостаточности фактов, что можно сделать с помощью типовой криминалистической характеристики конкретной группы преступлений.

Исходя из специфики рассматриваемой преступной деятельности методикой, повышающей эффективность расследования преступлений в данной сфере, будет:

1. Оперативное получение достоверных первичных фактов о готовящемся или совершенном преступлении. Данная информация не только должна быть получена непосредственно на предприятиях ТЭК, но и подтверждаться работниками данной сферы;

2. Обнаружение следов и признаков совершенного преступления, таких как, например, фальсифицированные документы, отсутствие либо несовпадение номеров грузовой таможенной декларации при транспортировке нефти;

3. Проверка бухгалтерских и финансовых отчетов, договоров, документов (при проверке особое внимание следует уделить информации о преступной группе – субъектный состав, давность создания, масштабы деятельности, способы совершения преступлений и др.).

С точки зрения криминалистики крайне важно слеодообразование (следы нефтепродуктов и следы применения инструментов и оборудования), например, перемещение нефтепродуктов в емкости – это всегда перелив, в результате чего

образуются следы на теле, одежде, в месте перелива, при врезке, отводе – образуются следы распила, сверления, оплавления.

Таким образом, сотрудникам правоохранительных органов следует обратить особое внимание на проверку отчетов, договоров, документов, сопровождающих деятельность в сфере ТЭК, а также повышение качества межведомственного сотрудничества по вопросам контроля наиболее подверженных криминальному влиянию предприятий ТЭК.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)//СЗ РФ. 2014. № 31. Ст. 4398

2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63 – ФЗ (ред. от 03.04.2017) // СЗ РФ. 1996. № 25. Ст. 2954

3. Каламбаев, А. Г. О некоторых особенностях выявления и расследования хищений, совершаемых в сфере нефтегазового комплекса / А. Г. Каламбаев // Вестник Восточно-Сибирского института МВД России. – 2009. – № 2 (49). – С. 5 – 8

4. Салеева, Ю. Е. Актуальные вопросы предупреждения и расследования преступлений в сфере топливно-энергетического комплекса / Ю. Е. Салеева, А. В. Гуськова // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2015. – № 3. – С. 125 – 130

УДК 346.2

Салыкина А.Е., Подлипская О.А., Гольяпина И.Ю.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

О СООТНОШЕНИИ ПРАВОВОГО СТАТУСА СУБЪЕКТОВ ГРАЖДАНСКОГО И ТАМОЖЕННОГО ПРАВА

Нормы о субъектах отношений в области таможенного дела по существу являются отсылочными к гражданскому законодательству - основы правового статуса различных лиц заложены в Гражданском кодексе РФ. Традиционно под

субъектами таможенного права понимаются участники таможенных правоотношений. Субъектами таможенного права являются таможенные органы, государственные служащие таможенных органов, юридические лица, физические лица.

Для удобства можно разбить указанных лиц на две группы – лиц публичного и частного права. При всей условности подобной классификации она позволяет выделить наиболее существенные особенности правового статуса и особенности участия в таможенных правоотношениях.

В соответствии со ст. 401 Таможенного кодекса РФ таможенные органы составляют единую федеральную централизованную систему. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, общественные объединения не могут вмешиваться в деятельность таможенных органов при осуществлении ими своих функций. В систему таможенных органов входят: Федеральная таможенная служба, региональные таможенные управления, таможни, таможенные посты. Компетенция таможенных органов может быть разделена на гражданско-правовую и таможенную. Компетенция конкретных таможенных органов по осуществлению конкретных функций, совершению определенных таможенных операций, определяются ФТС России [2, с. 34].

Федеральная таможенная служба, региональные таможенные управления и таможни являются юридическими лицами. Таможенные посты могут не обладать статусом юридического лица. Создание, реорганизация и ликвидация региональных таможенных управлений и таможен осуществляются федеральным министерством, уполномоченным в области таможенного дела, а таможенных постов - ФТС России по согласованию с федеральным министерством. Уже это выделяет таможенные органы из массы юридических лиц. Региональные таможенные управления, таможни и таможенные посты действуют на основании общих или индивидуальных положений, утверждаемых ФТС России. Положение о Федеральной таможенной службе утверждено постановлением Правительства РФ от 21.08.04 N 429 «О Федеральной таможенной службе».

Федеральная таможенная служба является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим в соответствии с законодательством Российской Федерации функции по контролю и надзору в области таможенного

дела, а также функции агента валютного контроля и специальные функции по борьбе с контрабандой, иными преступлениями и административными правонарушениями. ФТС России является юридическим лицом, имеет печать с изображением Государственного герба Российской Федерации и со своим наименованием, иные печати, штампы и бланки установленного образца, а также счета, открываемые в соответствии с законодательством России.

Региональное таможенное управление (далее – РТУ) и таможни являются таможенными органами, обеспечивающими реализацию задач и функций ФТС России. РТУ и таможни являются юридическими лицами, имеют печать с изображением Государственного герба Российской Федерации и со своим наименованием, иные печати, штампы и бланки установленного образца, а также счета, открываемые в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Таким образом, таможенные органы (кроме таможенных постов) обозначаются в нормативных актах как органы исполнительной власти, являющиеся юридическими лицами. Следовательно, можно сделать вывод, что таможенный орган в соответствии со ст. 48 ГК РФ нужно рассматривать как организацию, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде [1, с. 74].

Гражданско-правовой статус таможенного органа не совсем ясен. Очевидно, что в указанных ранее нормативных актах не определена организационно-правовая форма таможенных органов - юридических лиц. Указывается только на статус органа исполнительной власти. Между тем рассматривать таможенный орган как государство (как известно, в гражданском праве выделяются три больших блока субъектов - физические лица, юридические лица и государство) нельзя [2, с. 28].

Возможно, не указывая организационно-правовую форму таможенных органов - юридических лиц, законодатель хотел подчеркнуть то, что положения ГК РФ не распространяются на таможенные органы? Вряд ли это так, тем более что в публичных отраслях права нет норм, устанавливающих правовое положение юридического лица как субъекта относительных правоотношений и

участника оборота. Установление подобных норм - прерогатива гражданского права. Следовательно, речь идет о несоответствии подзаконных нормативных актов, определяющих правовое положение таможенных органов, ГК РФ. В любом случае необходимо указывать организационно-правовую форму.

С позиции гражданско-правовой науки необходимо четко определять организационно-правовую форму таможенных органов. Для этого необходимо внести общие указания на организационно-правовую форму в ГК РФ и дополнить соответствующими положениями подзаконные нормативные акты, определяющие правовое положение таможенных органов.

Кроме того, указанные противоречия ГК РФ и специального законодательства (в широком смысле) позволяют прийти к выводу о необходимости четкого противопоставления в российской цивилистике юридических лиц публичного и частного права.

Как юридическое лицо таможенный орган может иметь гражданские права, соответствующие целям деятельности, предусмотренным в его учредительных документах (в данном случае в общих или индивидуальных положениях), и нести связанные с этой деятельностью обязанности. Между тем Положение о Федеральной таможенной службе, и Общее положение о региональном таможенном управлении, и Общее положение о таможне практически не содержат норм, определяющих гражданско-правовую компетенцию указанных органов. Все указанные в названных Положениях полномочия относятся к таможенной компетенции. Соответственно можно сделать вывод, что гражданско-правовая компетенция данных лиц является ограниченной. Таможенные органы не вправе совершать сделки, прямо не связанные со своими функциями. Но это именно ограничение компетенции, а не ее отсутствие. С точки зрения цивилистики, таможенные органы должны пониматься как субъекты гражданского права. Очевидно, допустимыми для таможенных органов будут гражданские договоры, связанные с обеспечением управления органа. Примерами таких сделок могут быть купля-продажа канцелярских принадлежностей, мебели и т.д.

К субъектам таможенных правоотношений нужно отнести также физических и юридических лиц. Таможенное законодательство не содержит определения юридического лица, не конкретизирует основ правового статуса таких субъектов. Основы правового статуса физических и юридических лиц

определяются гражданским законодательством. Выделяются различные группы лиц, принципиально различающиеся по своему правовому положению. Во-первых, четко противопоставляются российские и иностранные лица. Под «российскими лицами» понимаются юридические лица с местонахождением в Российской Федерации, созданные в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также физические лица, постоянно проживающие в Российской Федерации, в том числе зарегистрированные на территории Российской Федерации в качестве индивидуальных предпринимателей. Все иные лица относятся к «иностранным». Таким образом, выделяемые в ГК РФ лица без гражданства (апатриды - физические лица, находящиеся на территории России, не имеющие гражданства Российской Федерации и не имеющие доказательств устойчивой правовой связи с иностранным государством) отнесены к российским лицам.

Исследование особенностей гражданско-правового статуса субъектов отношений в области таможенного дела было бы неполным без обращения к законодательству о регулировании внешнеторговой деятельности, так как таможенное регулирование в России осуществляется в соответствии с таможенным законодательством и законодательством о государственном регулировании внешнеторговой деятельности.

Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» установил, что любые российские и иностранные лица обладают правом осуществления внешнеторговой деятельности. Публичные образования могут осуществлять внешнеторговую деятельность только в случаях, установленных федеральными законами (ст. 10). Таким образом, и из данного положения, и исходя из общих принципов и целей данного нормативного акта усматривается частноправовой характер внешнеторговой деятельности. Соответственно, осуществление такой деятельности должно подчиняться общим принципам и нормам частного права, при, конечно, соблюдении ограничений, установленных законом. Ограничения четко оговорены в Федеральном законе «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (ст. 12): не допускаются иные методы государственного регулирования внешнеторговой деятельности.

В таможенных правоотношениях могут быть выделены лица, участвующие в строго ограниченных отношениях. Условно эту группу лиц

можно называть специальными частными субъектами отношений в сфере таможенного дела. Это декларант, таможенный перевозчик, таможенный представитель и иные субъекты [3].

Декларант занимает особое положение среди прочих субъектов, так как статус декларанта носит по существу временный характер и предполагает обязанности и иные публично-правовые обременения только в связи с осуществлением временных функций по декларированию товаров. Наличие статуса декларанта, по сути, никак не влияет на гражданскую правоспособность лица. Таможенный представитель, таможенный перевозчик и владелец таможенного склада осуществляют свою деятельность на постоянной основе и профессионально. Можно ли считать эту деятельность предпринимательской? В Таможенном кодексе ТС нет каких-либо указаний.

Статья 2 ГК РФ дает легальное определение предпринимательской деятельности. Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Очевидно, что в деятельности таможенного представителя, таможенного перевозчика и владельца таможенного склада присутствуют признаки предпринимательской деятельности. Целью их деятельности является, прежде всего, получение прибыли, а уже потом содействие таможенному оформлению. Очевидно, было бы целесообразно в законодательстве закрепить положение - указанные лица осуществляют предпринимательскую деятельность.

Такое уточнение правового статуса не будет лишним в силу целого ряда положений законодательства, устанавливающих особенности участия в обороте лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность. Особое значение имеют нормы ст. 401 ГК РФ, устанавливающие ответственность предпринимателя без вины.

В целях повышения эффективности гражданско-правового регулирования отношений в области таможенного дела, в частности последовательной реализации принципа повышенной гражданско-правовой ответственности (ст. 401 ГК РФ), встает вопрос о необходимости закрепления в действующем Таможенном кодексе ТС специальной нормы о правовом статусе таможенного

представителя, таможенного перевозчика, владельца таможенного склада как лиц - предпринимателей. Указанные субъекты осуществляют деятельность на постоянной основе, профессионально и обладают иными признаками предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Гражданское право: учебник в 2 томах / под ред. С. А. Степанова. Том 1. – М.: Проспект, 2017.
2. Филиппова, Е. О. Таможенное право: учебное пособие / Е. О. Филиппова. – Оренбург: Оренбургский гос. ун-т, 2013.
3. Федеральный закон «О таможенном регулировании в Российской Федерации» от 27.11.2010 г. № 311-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: http://www.trmost.ru/userfiles/flash/fz311/index.html?OGUPS_352&560399074647&51

УДК 346.62

Симонов В.В., Симонов Н.В.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ПРЕСТУПНЫХ ДОХОДОВ - ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ БОРЬБЫ С ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРЕСТУПНОСТЬЮ

Актуальность темы статьи вызвана тем обстоятельством, что в современных условиях России как никогда необходимо обеспечить национальную безопасность. Одной из главных угроз, нарушающих финансовую безопасность нашего Отечества, выступает легализация преступных доходов, поскольку объемы этих преступных деяний сегодня колоссальны. По различным данным в нашей стране масштаб легализации преступных доходов достигает до 2 трлн. руб.

Задача борьбы с криминальными капиталами поставлена на самый высокий контроль, поскольку во всех без исключения странах мира отмечается крайне негативное влияние легализации преступных доходов на экономическое и политическое развитие. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации в качестве приоритетных задач обозначает обеспечение активных

мер борьбы криминальной экономикой [1].

Преступные доходы – это денежные средства, созданные криминальным путем, как правило, получаемые от участия в террористической деятельности, международных преступлениях, торговле наркотиками, оружием, а также средства, которые укрываются от государства.

Причины масштабной легализации преступных доходов в России, по нашему мнению, заключаются в следующем:

- определенные социально-экономические деформации при переходе к рыночной экономике;
- имущественная дифференциация населения страны;
- неравномерность социально-экономического развития российских регионов;
- низкая конкурентоспособность страны, ее большая зависимость от экспорта углеводородов и внешнеэкономической конъюнктуры;
- несовершенство законодательства;
- недостаточно активная деятельность правоохранительных и контролирующих органов.

Что касается противодействия легализации преступных доходов, то главными здесь являются следующие процессы:

- выявление и расследование данного рода преступлений;
- меры по предупреждению и профилактике данных деяний.

Субъектами профилактики легализации преступных доходов выступают:

- органы государственной власти и местного самоуправления;
- общественные организации;
- граждане.

Объектами профилактики, в свою очередь, выступают причины и условия, сама преступность и общественные отношения, блага и ценности, охраняемые уголовным либо иным законом.

Важным направлением с борьбы с такого рода преступлениями выступает интеграция системы противодействия легализации преступных доходов и системы противодействия коррупции, налоговым и таможенным, иным экономическим преступлениям. Только в этом случае будет достигнута высокая эффективность борьбы с легализацией преступных доходов.

Сейчас для борьбы с легализацией преступных доходов Банк России ведет подготовку списков тех вкладчиков, на которых банкам рекомендуется обратить особое внимание. Представляется, что данная мера позволит успешно и быстро выявлять тех лиц, которые незаконно «отмывают» преступные доходы. Кроме того, Банком России проводится проверка тех коммерческих банков, у которых имеется значительный объем сомнительных операций клиентов: проводятся выездные проверки, запрашиваются поясняющие материалы, изучается бизнес клиентов, потоки их платежей. Те банки, которые не один раз нарушали требования о запрете легализации преступных доходов, лишаются права на продолжение своей деятельности.

Тем не менее, в системе борьбы с легализацией преступных доходов имеются серьезные недостатки:

- банки лишены полномочий по расторжению договора с клиентом, вовлеченным в совершение сомнительных операций;
- не определен единый порядок государственного контроля в сфере противодействия легализации преступных доходов;
- низок уровень государственного контроля.

Учитывая вышесказанное, следует отметить, что профилактика легализации преступных доходов должна включать в себя совместную деятельность все систем: органов государственной власти, местного самоуправления, государственного надзора и контроля, организаций, которые выполняют операции с денежными средствами, гражданами для выявления и устранения тех факторов, которые способствует совершению рассматриваемых преступлений.

В настоящее время следует продумать организацию государственного контроля и выработать единые стандарты противодействия легализации преступных доходов на всех финансовых рынках.

Считаем существенным также дальнейшее сотрудничество России с международными организациями, занимающимися данной проблемой (FATF). Противодействие легализации преступных доходов можно решить только всем мировым сообществом, поскольку в период глобализации расширяются связи между странами, поэтому нарушителям закона намного легче скрывать незаконные, преступно нажитые доходы. Весь мир заинтересован в решении данной проблемы, поэтому принимаются международные акты, в частности, в

ноябре 1990 г., Совет Европы принял Страсбургскую конвенцию «Об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности».

Что касается России, то мы в мае 2001 г. ратифицировали Страсбургскую конвенцию и обязались принять соответствующие законы, а также оказывать содействие всем ее участникам. Это было сделано в рамках Уголовного кодекса РФ и принятием ФЗ от 07.08.2001 «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» (вступившего в силу с 1 февраля 2002 г.) [2].

Список литературы

1. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 года N 683.
2. Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 № 115-ФЗ.

УДК 346.62

Скудин В.Н., Алтухов П.Л., Ножкина Е.Б.

Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НЕФТЕГАЗОВОЙ СФЕРЫ

В настоящее время определены основные экономические проблемы развития нефтегазового комплекса, разработано множество схем и стратегий комплексных планов по противодействию экономическим преступлениям в рассматриваемой сфере, но требует дальнейшего совершенствования методология обеспечения финансовой безопасности в нефтегазовой сфере.

Финансовая безопасность нефтегазовой сферы – это система экономико-правовых мер, направленных на предупреждение и защиту от угроз и рисков данной сферы. При определении финансовых угроз в нефтегазовой сфере следует учитывать ряд этапов: поиск нефти и газа; добычу нефти и газа;

транспортировку нефти и газа; переработку нефти и газа; транспортировку нефтепродуктов; распределение нефтепродуктов.

На этапе добычи в нефти и газа основные виды правонарушений, влекущие за собой серьезные экономические потери, связаны с нарушением лицензионных требований и условий предоставления недр в пользование. Если рассматривать данную ситуацию на конкретных примерах, то, как правило, все правонарушения связаны с превышением установленного максимального уровня добычи продукции по конкретным месторождениям, которая впоследствии перепродается. В результате такой криминальной предпринимательской деятельности нефтегазовый сектор испытывает финансовые потери.

При транспортировке нефти и газа различными видами транспорта экономические потери составляют около 7 тыс. долларов ежедневно [1]. В большинстве случаев это связано с кражей нефтегазовых продуктов при транспортировке, к этому относится незаконная врезка в трубопровод через самодельные устройства, кражи при перевозке, например, дизельного топлива.

На этапе переработки продуктов, поступающих от нефтегазового сектора, как показывает практика, формируются и реализуются различного рода финансовые махинации. Но, как правило, основной ущерб наносится из-за неуплаты налогов, ввиду чего, значительная часть платежей не поступает в бюджеты различных уровней. Фирмы зачастую осуществляют взаимные зачёты и бартерные операции, не подлежащие налогообложению, а также используют другие способы уклонения от уплаты налогов. Например:

- на переработку нефтепродуктов неправомерно списываются затраты;
- занижаются объёмы по поставкам нефтепродуктов;
- приобретаются ценные бумаги в зачёт поставленных нефтепродуктов;
- расчёт производится с помощью неучтенных наличных денежных средств;
- перечисляются деньги на счета третьих фирм, которые довольно часто создаются только для данных целей.

Следует отметить, что, например, в Хабаровском крае по факту неуплаты налоговых платежей в федеральный бюджет от Хабаровского нефтеперерабатывающего завода возбуждено уголовное дело, так как в бюджет не поступило 73,8 млн. руб. [2].

В процессе транспортировки и распределения присутствуют виды ранее перечисленных правонарушений, связанных с экономическими потерями, а

также наряду с этим появляется и такое понятие как лжеэкспорт или фиктивный экспорт нефтепродуктов. Это в настоящее время считается самым распространенным способом по уклонению от уплаты НДС. Нефтепродукты документально оформляются под видом экспортных поставок, в связи с чем, они не облагаются базовыми налогами, и стоимость их значительно уменьшается. Подобные операции являются характерными для экспортно ориентированных транспортных узлов (например, для морских портов). Так, преступная деятельность двух кипрских фирм и одной Лихтенштейна была разоблачена в Новороссийском порту. Они с помощью лжеэкспортных операций, совершаемых с нефтепродуктами, получали на незаконных основаниях право на льготы по уплате налога на добавленную стоимость в размере около 20 % стоимости товара [3]. Трудно даже представить, какие суммы денег попросту были «отмыты».

На современном этапе через легальные структуры, путем приобретения контрольных пакетов акций в сфере добычи, переработки, транспортировки, а также внешнеэкономической нефтегазовой деятельности происходит отмывание денег.

К доходам, полученным преступным путем относят денежные средства или иное имущество, полученное в результате совершения преступления. Согласно ст. 174 Уголовного кодекса Российской Федерации от 13.06.1996 № 63 – ФЗ (ред. от 03.04.2017) «легализация (отмывание) денежных средств или иного имущества, приобретенных другими лицами преступным путем означает совершение финансовых операций и других сделок с денежными средствами или иным имуществом, заведомо приобретенными другими лицами преступным путем, в целях придания правомерного вида владению, пользованию и распоряжению указанными денежными средствами или иным имуществом». В соответствии с ФЗ от 07.08.2001 № 115-ФЗ (ред. от 28.12.2016) О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма «легализация (отмывание) доходов, полученных преступным путем, - придание правомерного вида владению, пользованию или распоряжению денежными средствами или иным имуществом, полученными в результате совершения преступления» [4].

Предлагаем ввести в оборот термин «криминальные фонды», т.е. незаконные денежные фонды, формируемые за счет финансовых ресурсов полученных преступным путем. Данный термин применим и к преступлениям, совершаемым в нефтегазовой сфере.

Во многом успех в борьбе с финансовыми преступлениями в нефтегазовой сфере зависит от международного сотрудничества по пресечению указанных преступлений. В этой связи необходимо отметить деятельность Росфинмониторинга, как главного подразделения финансовой разведки в России, и от имени России участвующего в деятельности:

- Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ);
- Евразийской группы по противодействию легализации преступных доходов и финансированию терроризма (ЕАГ);
- Комитета Экспертов Совета Европы по оценке мер борьбы с отмыванием денег и финансированию терроризма (МАНИБЭЛ);
- Азиатско-Тихоокеанской группы по борьбе с отмыванием денег (АТГ);
- Группы подразделений финансовой разведки «Эгмонт».

В рамках финансовой разведки осуществляют:

- стратегический анализ (формируются совокупные знания о новых проблемах и тенденциях);
- тактический анализ (сбор данных, фактов о противоправных действиях);
- операционный анализ (подготовка операционной разведывательной информации).

Росфинмониторинг разработал новые критерии выявления и определения признаков необычных сделок, осуществление которых может быть направлено на легализацию «преступных» доходов [5].

По нашему мнению для обеспечения финансовой безопасности нефтегазовой сферы необходимо:

1. совершенствовать методику финансового многоуровневого комплексного мониторинга и информационно-аналитической системы диагностики;
2. развивать и согласовывать стратегические, тактические и оперативные меры противодействия экономическим преступлениям с учетом стадийности нефтегазовых процессов;
3. акцентировать внимание на современных методах финансовой разведки;
4. развивать систему интегрированного финансового контроля;
5. внедрять систему превентивного экономико-правового анализа, включающего анализ сделок;

6. совершенствовать систему организации и координации работы правоохранительных и контролирующих органов, чьими функциями является обеспечение финансовой безопасности.

Подводя итог, следует отметить, что мощь и национальная безопасность государства, эффективность экономики напрямую связаны с обеспечением финансовой безопасности нефтегазовой сферы.

Список литературы

1. Морозов, А. А. Экономическая оценка потерь нефти при перевозках / А. А. Морозов // Вологодские чтения. – №78. – С. 212
2. Благоев, О. Г. Характеристика лиц, совершающих преступления нефтегазовом комплексе / О. Г. Благоев // Адвокат. – 2008. – № 7. – С. 41.
3. Карабашев, К. Б. Характеристика преступлений, совершаемых на объектах добычи, переработки и реализации нефти и нефтепродуктов, расположенных в Южном федеральном округе / К. Б. Карабашев // Адвокат. – 2008. – № 7. – С. 39.
4. Глоба, Н. С. Методологические аспекты выбора индикаторов – параметров пороговых значений безопасности нефтегазового комплекса Российской Федерации / Н. С. Глоба // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2008. – № 550. – С. 43 – 52
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 03.04.2017) //СЗ РФ. 1996. № 25. Ст. 2954; ФЗ от 07.08.2001 № 115-ФЗ (ред. от 28.12.2016) О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма // СЗ РФ. 2001. №33 (часть 1). Ст. 3418
6. Приказ Росфинмониторинга от 23.08.2013 № 231 О внесении изменений в приказ Федеральной службы по финансовому мониторингу от 8 мая 2009 г. № 103 Об утверждении Рекомендаций по разработке критериев выявления и определения признаков необычных сделок //www.consultant.ru
Дата обращения 28.03.2017

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ОТРАСЛЯХ, НА ПРЕДПРИЯТИЯХ, В РЕГИОНАХ

УДК 004.9

Shevchenko G., Soskovets L., Chayka A.
Moscow University of Industry & Finance «Synergy»,
Omsk subsidiary, Omsk, Russia

INFORMATION TECHNOLOGY IN LOGISTICS RESEARCH AS AN EFFECTIVE TOOL IN THE MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION

The importance of information technology (IT) in logistics research is of enduring importance, and in the conditions of crisis & instability it is especially acute. Planning, management and control of the variety of logistical problems is impossible without application of modern and effective tools of information technology that requires constant assessment of change.

Information technology directly affects the determination of ways and methods of logistics research and is of particular relevance, allowing you to increasingly focus on more sustainable business & development of effective management systems.

It is very important to search the tools of information technology, to identify ways of overcoming problems and achieving a successful development of the logistics system.

Optimization of warehouse operations, shipment tracking, inventory control and many other logistic tasks require processing speed, high precision and consistency in logistic chains. Only modern innovative IT allow you to implement tasks of this level. In our days there are many solutions to optimally plan and monitor the movement of goods.

There are actual problems of logistics in many areas including trade and transport where it is docked in the carriage of goods between different modes of transport and, consequently, between different data processing systems, due to the regulations in force in various industries.

Special significance of information technology acquires in transportation of cargo abroad. Only the free transport corridor allows us to provide timely delivery of goods, and this is the key to improving the competitiveness of companies. The creation of a single Eurasian transport system, a unified open information space on the Internet, common standards for the processing and transmission of information are the basis of global integration in the field of transport logistics.

Increased competition and advent of global players has forced the Russian companies to realize the need to automate the logistics of study. The success of the warehouse depends on several factors. They are the level of service (accuracy, speed, timeliness), low costs (effective loading area and personnel, low percentage of defects), etc. It is impossible to meet all these requirements at the level of world standards without complex IT-solutions. Therefore, an increasing number of Russian companies turn to the modern IT-technologies such as WMS system, system planning and demand forecasting, technology pick-to-light and pick-by-voice, RFID.

Modern logistic enterprises have not seen without special IT-technologies allowing to design the delivery channels of products and supply chains, without the virtual prototype of the forwarding services that the planners of travel routes, allowing you to interactively plan a route.

Modern technologies of virtualization and terminal access (VMware, Citrix) allow you to focus all the computing power and storage systems and backup data in one Central data center, allowing you to deploy in the remote offices and branch offices only a supporting IT infrastructure. International logistics and telematics programme TEDIM is existed and is widely implemented.

Thus, the process of implementation of information technologies including information and communication technologies is required today and, moreover, inevitable. This is a result of the increasing amount of information requiring processing. Traditional methods are outdated; they cannot extract all the useful information and use it for enterprise management.

The speed of data processing and obtaining information are one of the most important factors in management. The circulation of information influences on the efficiency of enterprise management, its financial success. Moreover, information is called "strategic raw materials".

The impact of information systems and IT is very large for logistics research. Applying them, it is possible to obtain an efficient tool for solving business problems.

Logistics involves the availability of modern IT which is based on collecting, processing, storing, transmitting of logistic information. This allows us to provide integrated and effective management of the entire transport and logistical chain.

References

1. Gavrilov V. M. Informatics and Information Technologies / M. V. Gavrilov – M.: Publishing house of Yurayt, 2013. – 348 p
2. Gvozdev, V. A., Computer Science, Automated Information Technologies and Systems: Textbook / V. A. Gvozdev. – M: Forum: Infra-M, 2014. – 541 p.
3. Computer Science in Economics / ed. by B. E. Odintsov, A. N. Romanova. – M.: High School Textbook: SIC Infra-M, 2013. – 478 p.
4. Svetlov N. M. Information Technology Project Management / N. M. Svetlov, N. Svetlova, M.: ID "Forum": INFRA, 2015. – 232 p.

УДК 65.011.4: 65.011.8

Синицына К.И., Половян А.В.

Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР

«УМНОЕ ПРОИЗВОДСТВО» КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Актуальность. Мировой кризис показал, что наиболее устойчиво развиваются страны, проводящие активную государственную политику по формированию инновационной экономики, с ориентацией на товары с высокой добавленной стоимостью.

В вопросе инновационного развития показательным являются данные агентства Global R&D Funding – соотношение затрат на НИОКР и ВВП по странам мира за 2015 год [1]. На основе представленных данных по 40 странам в работе проведен корреляционно-регрессионный анализ и построена эконометрическая модель зависимости темпа роста ВВП страны от уровня затрат на НИОКР. Согласно данной модели рост затрат НИОКР на 1% увеличивает ВВП на 0,6%. Таким образом, интенсивное развитие экономики в республике возможно благодаря внедрениям инноваций.

Анализ публикаций. Весомый вклад в теоретические аспекты инновационного развития с точки зрения влияния на экономическое благосостояние внесли Й. Шумпетер, Р. Харрод, Р. Солоу и др. Изучением особенностей экономического роста, вызванного инновациями, занимались ученые Б. Адам, Дж. Лернер, С. Штерн. Следует отметить, что, по их мнению, одним из факторов инновационного развития экономики является образование. Проблемы управления инновационным развитием рассмотрены в исследованиях авторов С. Корнилова, И. Абрагимова [2], И. Молчанова, Дж. Поинтдекстера [3] и многих других. Несмотря на наличие значительных разработок в данной области, вопрос инструментария организационного управления инновационного развития остается недостаточно исследованным, особенно в области развития молодых республик.

Целью работы является разработка организационного инструмента управления инновационным развитием Донецкой Народной Республики (ДНР) для обеспечения устойчивого экономического роста.

Основой инновационного развития является синтез образования, науки и промышленного производства. Но чаще всего нарушается связь «наука – производство», которая во многом проявляется в низкой скорости внедрения инноваций в производство, т.е. отсутствует эффективная платформа, объединяющая образование, науку и производство.

Наиболее распространенным инструментом инновационного развития экономики, обеспечивающего связку «наука – производство», выступают технологические платформы [4]. Ориентируясь на их ключевые преимущества как инструмента инновационного развития для интенсивного развития экономики ДНР целесообразно использование платформы «умное производство» (smart manufacture), которое представляет собой производственный комплекс-систему взаимосвязи «образование-наука-производство», позволяющую увеличить скорость генерирования практического знания и внедрения инновационных технологий в развитие ведущих отраслей для создания высокотехнологичной продукции на основе «умной» производственной площадки.

Целями «умного производства» выступают:

- создание производства будущего, производящего высокотехнологичную продукцию в приоритетных отраслях экономики ДНР;
- процесс проектирования изделий, продукции, подходов на качественно

новом уровне за счет эффективного применения компьютерных технологий мирового уровня, носящего межотраслевой характер.

Основой технологической платформы «умное производство» ДНР является матрица, представленная на рис. 1.

Взаимодействуя в комплексе, составляющие матрицы описывают новую систему организации производства, способную выступать катализатором развития и создавать продукцию с высокой добавленной стоимостью.

Место технологической платформы «умное производство» в системе управления инновационным развитием представлено на рис. 2. Предполагается, что система управления инновационным развитием ДНР выглядит следующим образом:

1. Предприниматели, ориентируясь на новые мировые рынки, связанные с производством инновационных технологий, обращаются в Совет министров ДНР с предложениями проектов по производству определенного вида продукции.

2. Совет министров ДНР имеет следующие полномочия: определяет стратегию развития ведущих отраслей экономики; отбирает проекты, ориентированные на достижение целей стратегии развития экономики ДНР; определяет какие научно-исследовательские институты (НИИ) будут задействованы в реализации данного проекта; частично содействует в финансировании проектов; используют инструмент «умное производство», передавая проект на доработку в НИИ.

3. НИИ определяют и проводят исследования в соответствии с проектом; определяют вместе с представителями производства и компаний, какие проекты можно запускать в тестовый режим на умной производственной площадке; формируют заказ на подготовку специалистов в Министерстве образования и науки ДНР.

4. Министерство образования и науки ДНР формирует образовательные программы для подготовки высококвалифицированных специалистов по заказу НИИ для производства; занимается подготовкой научных кадров для НИИ.

5. Предприятия, консорциумы и компании привлекают денежные средства для реализации проекта; участвуют во внедрении технологий проектирования, подготовки производства и послепродажного обслуживания на основе требований, государственных и корпоративных стандартов.

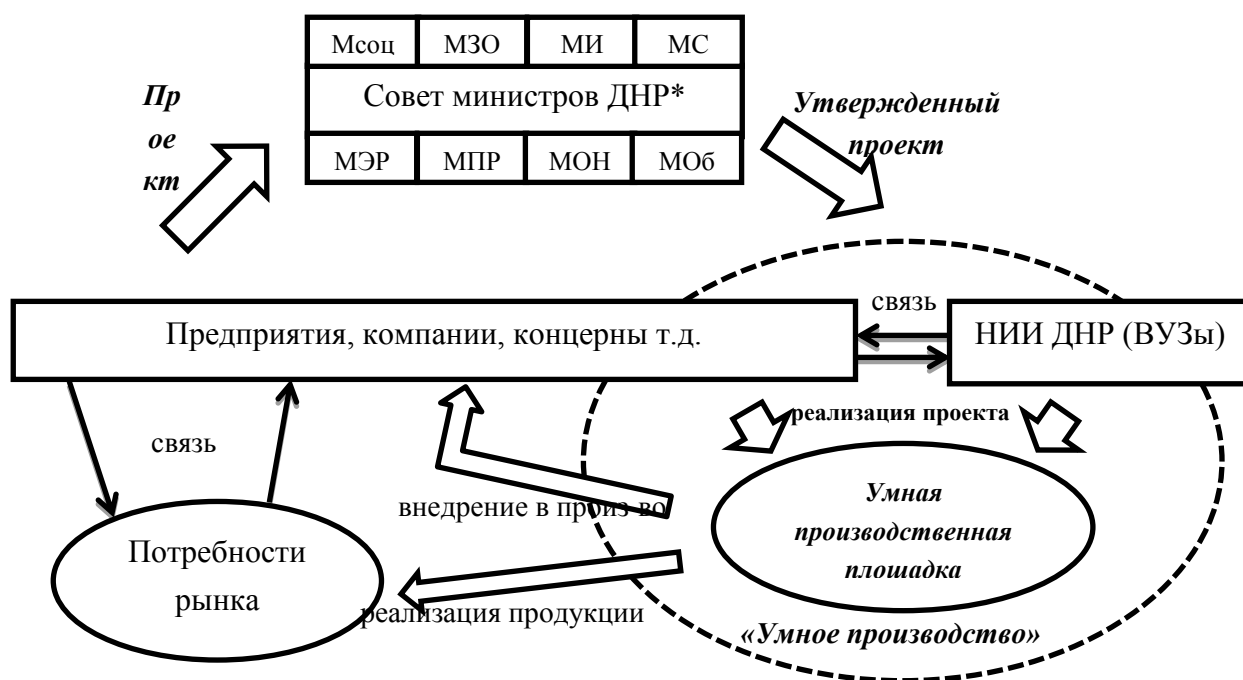
		Технологии								
Рынки		моделирование	новые материалы	бионика	цифровые технологии	аддитивные технологии	нейротехнологии и др.		Институты	
	Энергетика	Умное производство						Государственные институты (Министерства, ведомства и пр.)		
	Продовольствие							Научно-исследовательские институты и ВУЗы		
	Безопасность							Профессиональные и предпринимательские сообщества		
	Медицина									
	Машиностроение									
	Финансовая система									
		интеллектуальная собственность	инвестиции и финансирование	стандарты	научная инфраструктура	законодательство	кадры и система образования			
Инфраструктура и ресурсы										

Рисунок 1 – Матрица основы «умное производство» в ДНР

6. Умная производственная площадка представляет собой локализованную производственную площадку, обеспечивающую тестирование на совместимость, переносимость и масштабируемость конкретных проектов передовых производственных технологий, реализуемых специально созданными консорциумами компаний и научно-образовательными организациями.

Результатом деятельности «умной производственной площадки» является изготовление прототипов, опытных образцов и/или серийное производство конкурентоспособного на глобальном рынке продукта с помощью передовых производственных технологий – удовлетворение потребности рынка.

Умная производственная площадка состоит из трех последовательных этапов реализации любого предоставленного проекта (рис. 3).



* Пояснение: Мсоц – министр труда и социальной политики; МПР – и.о. министра промышленности и торговли; МИ – и.о. министра информации и пр.

Рисунок 2 – Место технологической платформы «умное производство» в системе управления инновационным развитием ДНР



Рисунок 3 – Этапы реализации проекта в умной производственной площадке

На первом этапе происходит цифровизация предполагаемого продукта производства со стадии проектирования до производства с целью оптимизации изделий / конструкций, технологий и этапов жизненного цикла. На втором этапе осуществляется виртуальное отображение всех процессов, от технологических до экономических, происходящих в реальном производстве, а также сетевой / распределенный характер взаимодействия. На третьем этапе осуществляется

производство на уровне цеха: автоматизация оборудования, использование роботов, сбор и управление данными с целью развития гибкого (быстро перенастраиваемого) производства и определение стоимости продукции.

Выводы. Таким образом, разработанный организационный механизм управления инновационным развитием Донецкой Народной Республики, основанный на симбиозе образования, науки и производства, позволяет ускорить взаимосвязь и внедрение в производство научных разработок и локализовать процессы первичного создания инновационного продукта на умной производственной площадке. Благодаря «умному производству» станет возможным создание высокотехнологичной продукции с высокой добавленной стоимостью. «Умное производство» – это инновационное будущее Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Прогноз развития от агентства Global R&D Funding в 2016 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iriweb.org/sites/default/files/2016GlobalRDFundingForecast.pdf>. – (дата обращения: 25.11.2016).
2. Корнилов, С. С. Инструмент конструирования инновационной экономики будущего / С. С. Корнилова, И. Г. Абрагимова, А. С. Корнилова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2013. – С. 817 – 819.
3. James W. Poindexter. Factory of the Future Vision and Strategic Thrust Plan [Электронный ресурс]. – URL: https://www.dodmantech.com/ManTechPrograms/Files/AirForce/Cleared_Factory_of_the_Future_Dist_A_ITI_Short_Presentation.pdf. – (дата обращения: 25.11.2016).
4. Владимирова О.Н., Дягель О.Ю. Технологические платформы как коммуникационный инструмент финансового потенциала развития экономики / О.Н. Владимирова, О.Ю. Дягель // Электронный журнал «Корпоративные финансы». [Электронный ресурс]. – URL: https://cfjournal.hse.ru/data/2012/09/04/1243186664/cfj22_71_79_Vladimirova_Dyagel_.pdf. – (дата обращения: 25.11.2016).

ПРОБЛЕМЫ, ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

УДК 331.103.6

Бабаева Ю.Д., Люханова С.В.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

РАЗРАБОТКА КОНТРОЛЬНОГО ЛИСТКА ПО ПРОВЕРКЕ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА 5S ДЛЯ ЦЕХА ПРОИЗВОДСТВА РАДИОЭЛЕКТРОННОЙ АППАРАТУРЫ

Бережливое производство (lean production) – это система управления предприятием, направленная на повышение качества работы всего предприятия за счет минимизации всех видов потерь. С помощью бережливого производства, можно организовать производство продукции таким образом, что затраты будут минимальны, а качество продукции будет соответствовать требованию потребителей.

Концепция бережливого производства включает в себя множество различных инструментов и методологий, с помощью которых можно производить продукцию с минимальными затратами, при этом соответствующего качества, которое требует потребитель. [2]

Одним из наиболее используемых методов бережливого производства является метод организации рабочего пространства.

Он содержит в себе пять направлений работы по улучшению эффективности рабочего пространства, с помощью удобной организации, наведению и сохранению порядка, внедрения стандартов и принципов постоянного совершенствования.

Главная цель данного метода – это создание комфортных условий для качественного и эффективного выполнения процессов организации.

Метод 5S включает в себя пять шагов по созданию и сохранению порядка на рабочих местах: сортировка, самоорганизация (соблюдение порядка), систематическая уборка (содержание в чистоте), стандартизация и совершенствование. [1]

Первый этап системы 5S – Сортировка. Целью данного этапа является освободить место работы от ненужных предметов. К ненужным предметам можно отнести сломанные предметы, мусор и личные вещи. Такие вещи удаляют с рабочего места незамедлительно. Так же предметы, которые используются редко, должны находиться в некотором удалении от рабочего пространства и храниться в порядке. На рабочем месте остаются только нужные предметы, те которые используют повседневно.

Второй этап системы 5S – Соблюдение порядка. Целью является ликвидация беспорядка при хранении предметов на рабочем месте. Предмет должен храниться на отведенном ему месте, в зоне доступа, наглядности и безопасности.

Для того, чтобы не создавать ненужные движения сотруднику, место, где храниться инвентарь, должно быть ближе к месту его использования. Чтобы упростить хранение предметов необходимо использовать инструменты метода визуализации, например маркировку или разметку.

Третий этап системы 5S – Содержание в чистоте. Цель – хранение в стерильности и порядке инвентаря, материалов и предметов на рабочем месте. Компания должна разработать принципы поддержания чистоты рабочего пространства, которые будут включать себя время, способы выполнения и инвентарь для уборки, а также способы контроля выполнения данной процедуры. Желательно, чтобы компания создала и внедрила контрольные листы уборки, которые подтверждают, что правила выполнены.

Четвертый этап системы 5S – Стандартизация. Целью является создание стандартов контроля и поддержание чистоты на рабочем месте. Подразумевается внедрение принципов для обеспечения порядка и чистоты. При создании такого стандарта нужно учесть перечень, количество и схемы расположения необходимого инвентаря и предметов, так же назначить лицо, отвечающие за состояние рабочего пространства.

Пятый этап системы 5S – Совершенствование. Цель – увеличение эффективности метода по организации рабочего пространства. Функционирование организации в соответствии с методологией 5S необходимо сделать частью рабочего дня и применять ежедневно. Необходимо наглядно показывать сотрудникам достигнутые результаты. Так же, возможно ввести систему поощрения сотрудников, которые предлагают свои идеи по

улучшению внедренных стандартов, уменьшению времени и затрат на уборку. Для того чтобы контролировать актуальность стандартов 5S важно проводить своевременные аудиты, а также создать контрольный лист проверки общего состояния рабочего пространства [3].

Для того чтобы оценивать рабочее место на соответствие стандартам 5S, должна быть база, от которой следует оттолкнуться. Каждый отдел любого предприятия определяет свои критерии оценки, которым необходимо соответствовать. Для участка комплектации цеха производства радиоэлектронной аппаратуры (ЦПРЭА) мною были подобраны критерии, с помощью которых разработан контрольный лист по проверке применения метода 5S.

Цех производства радиоэлектронной аппаратуры (ЦПРЭА) является самостоятельным структурным подразделением предприятия и непосредственно подчиняется начальнику производства (рис. 1).



Рисунок 1 – Организационная структура ЦПРЭА

Для данного участка разработан контрольный лист по проверке применения метода 5S, и представлен в табл. 1.

Контрольный лист по проверке метода 5S включает в себя следующую информацию: название отдела, кто выполнил проверку, даты начала и завершения проверки, критерии оценки и результаты проверки.

Контрольный лист оценивается максимум в 100 баллов. Каждый шаг системы 5S максимум в 20 баллов. Для каждого этапа метода приводится 5 критериев, которые оцениваются от 1 до 5 баллов. Из данного листа можно увидеть, в каких этапах имеются пробелы. Основная цель – это отследить

динамику улучшений, для этого необходимо сохранять предыдущие результаты, а также своевременно проводить такие проверки.

Таблица 1 - Контрольный лист по проверке применения метода

Баллы: 1 - не соответствует; 2 - мало соответствует; 3 - соответствует на 50%; 4 – почти соответствует; 5 - полное соответствие.	Отдел:	Баллы:					Дата начала
	Заполнил:	Прошлый результат:					Дата завершения
		1	2	3	4	5	Примечания
Шаг 1 - Сортировка							
Предметы разобраны на нужные и ненужные							
Комплектующая ведомость включает устаревшие наименования							
Шкафы, стеллажи и полки содержат только нужные, используемые комплектующие ЭРЭ							
Комплектующие расположены в наиболее удобных местах							
На рабочем месте нет устаревших комплектующих ведомостей, инструкций и процедур							
<i>Итого:</i>							
Шаг 2 - Самоорганизация (соблюдение порядка)							
Комплектующие элементы расположены с учетом частоты их использования							
Комплектующие элементы идентифицированы и отслеживаемы							
Шкафы, стеллажи содержат ярлыки с указанием расположения комплектующих элементов							
Все ли комплектующие ведомости хорошо понятны и доступны							
Личные вещи (верхняя одежда, сумки, телефон и т.д.) хранятся в шкафчиках							
<i>Итого:</i>							

Шаг 3 - Систематическая уборка (содержание в чистоте)						
Оборудование для уборки имеется в наличии и общедоступно						
Рабочие зоны, стеллажи и шкафы содержатся в чистоте						
График и порядок уборки определен						
Наведение порядка на рабочем месте – ежедневная деятельность работника						
Стеллажи и оборудование исправные и чистые						
<i>Итого:</i>						
Шаг 4 – Стандартизация						
Все сотрудники знают свои обязанности и имеют представление об общих процессах в отделе						
Имеются инструкции о способе выполнения повседневных работ и применяются повсеместно						
Определен и вывешен стандарт по уборке рабочего места, цеха, участка						
Стандарт содержания рабочего места соблюдается персоналом						
Вносятся рационализаторские предложения						
<i>Итого:</i>						
Шаг 5 – Совершенствование						
Информационная доска 5S постоянно обновляется						
Реализуются рационализаторские предложения за последний месяц						
Проводятся аудиты содержания рабочего места						
Реализуются механизмы вовлечения персонала						
Все работники прошли обучение по 5S						
<i>Итого:</i>						
<i>Всего:</i>						

Далее строится лепестковая диаграмма, в которой отображаются результаты проводимого аудита по каждому шагу системы. [1] Наглядный

результат сравнивается с предыдущими результатами для того, чтобы увидеть улучшения или ухудшения.

Список литературы

1. ГОСТ Р 56906-2016 Бережливое производство. Организация рабочего пространства.

2. Фабрицио, Т. 5S для офиса: как организовать эффективное рабочее место / Т. Фабрицио, Д. Тэппинг.– Пер. с англ. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2008. – 214 с.

3. Хирюки, Х. 5S для рабочих: как улучшить свое рабочее место / Х. Хирюки. – Пер. с англ. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007. – 168 с.

УДК 006.06

Байсадыкова Л.Ф., Мочалова С.В.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

СТАНДАРТИЗАЦИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально новые требования к качеству выпускаемой продукции. В современном мире выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности. Конкурентоспособность связана с двумя показателями - уровнем цены и уровнем качества продукции. Второй фактор постепенно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают место качеству продукции. Предприятия часто используют стандартизацию и сертификацию для повышения качества предоставляемых услуг и производства продукции.

Стандартизация – это установление и применение правил с целью упорядочения деятельности в определенной области на пользу и при участии всех заинтересованных сторон, в частности для достижения всеобщей оптимальной экономии при соблюдении условий эксплуатации и требований

безопасности.

Сертификация – совокупность действий и процедур с целью подтверждения того, что товар соответствует требованиям стандартов.

Органы по сертификации сертифицируют продукцию, выдают сертификаты соответствия и лицензии на применение знака соответствия, а также приостанавливают либо отменяют действие выданных ими сертификатов. Испытательные лаборатории, аккредитованные в установленном порядке, осуществляют испытания конкретной продукции или конкретные виды испытаний и выдают протоколы испытаний. Обязанностями изготовителей (продавцов, исполнителей) являются реализация продукции при наличии сертификата; обеспечение соответствия реализуемой продукции требованиям нормативных документов, на соответствие которым она была сертифицирована; извещение органа по сертификации об изменениях, внесенных в техническую документацию или в технологический процесс производства сертифицированной продукции.

Одной из основных задач Госстандарта является разработка мер по повышению эффективности стандартизации в улучшении качества выпускаемой продукции и экономичности ее производства путем внедрения систем стандартов при комплексной и опережающей стандартизации, развития межотраслевой унификации, создания общетехнических систем стандартов, обеспечения единства и достоверности измерений в стране.

Обеспечение качества требует максимальной консолидации сил творческого потенциала и практического опыта многих специалистов. В России проблема качества должна быть решена совместными усилиями государства, федеральных органов управления, руководителей и коллективов предприятий, ученых, конструкторов, инженеров, рабочих или исполнителей услуг.

Специалисты Госстандарта России совершенствуют нормативную базу в области качества. Государственная система стандартизации перестроена для работы в условиях рыночной экономики в соответствии с правилами и нормами международной стандартизации. Стандартизация расценивается государством как средство управления качеством и повышения конкурентоспособности продукции.

Правовую основу для контроля качества создают законы «Об обеспечении единства измерений», «О сертификации продукции и услуг» и «О стандартизации».

Осуществляемый территориальными органами Госстандарта государственный надзор и контроль является одним из рычагов, влияющих на качество продукции. Деятельность в области государственного контроля должна быть направлена на повышение эффективности деятельности федеральных органов исполнительной власти по защите потребительского рынка от поступления некачественных товаров отечественных и зарубежных товаропроизводителей.

Проблемы сертификации продукции и услуг тесно связаны с развитием системного подхода к управлению. Наиболее эффективный метод – внедрение систем управления качеством на базе стандартов ИСО серии 9000, что особенно важно для предприятий пытающихся выйти на международный рынок.

Россияне объединяются на основе действующего законодательства в Общества по защите прав потребителей, что позволяет потребителям напрямую влиять на качество. Уровень запросов потребителей в России сравнялся с уровнем требований к товарам и услугам на зарубежных рынках. Возможность свободного выбора и жесткая конкуренция заставляют производителей думать о качестве.

Например, парфюмерные товары должны производиться в соответствии с требованиями стандартов по утвержденным технологическим инструкциям и рецептурам; из доброкачественного сырья. Содержание композиции для каждого наименования парфюмерных изделий обусловлено рецептурой, но оно должно быть не ниже норм, установленных ГОСТами для каждой группы изделий. Для всей жидкой парфюмерной продукции в настоящее время в России, Казахстане, Киргизии, Беларуси, Молдове, Таджикистане применяется ГОСТ 31678-2012.

К парфюмерным товарам относятся духи, одеколоны, парфюмерные наборы и душистые воды.

Основное требование, предъявляемое к парфюмерным изделиям – обладание приятным запахом. Запахи подразделяют на три условные группы: приятные, неприятные и безразличные. Приятный запах доставляет удовольствие, создает хорошее настроение, повышает работоспособность; неприятный (дурной) запах, наоборот, угнетает, снижает работоспособность.

Парфюмерные товары по внешнему виду должны быть однородны и прозрачны без помутнения при температуре -5 °С. Цвет и запах парфюмерных товаров должен соответствовать цвету и запаху контрольного образца. Стойкость запаха должна быть не менее установленной для каждой группы духов и одеколонов.

При аттестации по качеству парфюмерные товары оценивают по 30-балльной системе. За запах дается высшая оценка. Высшую категорию присваивают изделиям, получившим 27-30 баллов, в том числе 5 баллов за внешнее оформление. Первую категорию – получившим 20-26 баллов, в том числе 4 балла за оформление. Изделия, получившие менее 20 баллов, переводят во вторую категорию, если их качество не улучшится, то они снимаются с производства.

Основными показателями, по которым проводится аттестация, являются: для духов всех групп и одеколонов групп экстра и А – качество запаха, его стойкость, внешнее оформление (при строгом соблюдении норм по физико-техническим показателям); для одеколонов групп Б, В и душистых вод – качество запаха, прозрачность жидкости и внешнее оформление.

Внешний вид парфюмерных товаров определяют просмотром флаконов с парфюмерной жидкостью в проходящем свете электрической лампы при перевертывании флакона пробкой вниз. Цвет парфюмерных товаров определяют сравнением испытываемого и контрольного образцов, пользуясь при этом полосками бумаги, смоченными испытываемым и контрольным товаром. Стойкость запаха определяют органолептически.

Парфюмерные товары должны соответствовать ГОСТам и разработанным техническим условиям.

Каждая партия парфюмерных товаров, поступающих в торговую сеть, должна сопровождаться документом установленной формы, удостоверяющим качество товаров.

Товары, поступившие на оптовые базы или в розницу, прежде всего подвергаются проверке на исправность и правильность упаковки. Оптовые базы проверяют вскрытием цеховой упаковки 15-20 % поступивших на базу парфюмерных товаров. Приемка парфюмерных товаров по качеству внутри исправной упаковки производится на складе или в магазине конечного покупателя. Для этого просматривается не менее 3 % изделий от поступившей

партии, но менее трех. При несоответствии органолептических или физико-химических показателей требованиям стандартов вся партия приемке не подлежит.

При несоответствии парфюмерных товаров утвержденным образцам по внешней отделке флаконов, упаковке, маркировке и при наличии посторонних примесей проводят повторную проверку, для чего вновь отбирают образцы в количестве не менее 3% проверяемой партии. При неудовлетворительных результатах повторной проверки хотя бы по одному показателю всю партию бракуют. При наличии 3% и менее продукции с указанными дефектами бракуют только образцы с дефектами.

Забракованные товары возвращаются изготовителю за его счет. От стоимости товаров ненадлежащего качества взыскивается штраф в соответствии с Положением о поставке товаров народного потребления за данное нарушение.

С 14 февраля 2010 года вступило в силу постановление Правительства № 982, согласно которому парфюмерно-косметическая продукция вместо обязательной сертификации подлежит процедуре обязательного декларирования. Декларирование соответствия продукции проводится для товаров, обозначенных в «Перечне продукции, подлежащих обязательному декларированию». Декларация соответствия предусмотрена для следующих видов парфюмерной продукции: одеколон, вода туалетная и душистая, духи и натуральные эфирные масла в сувенирных футлярах. Для остальных видов парфюмерной продукции предусмотрена добровольная сертификация продукции. Декларацию соответствия производитель самостоятельно заполняет, подтверждая соответствие продукции нормативным требованиям, для этого производит исследования в собственных или аккредитованных лабораториях.

Для подтверждения соответствия качества парфюмерной продукции необходимо получить свидетельство о государственной регистрации Роспотребнадзора, подтверждающее соответствие продукции санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям. По техническому регламенту ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» 2012 года подлежат государственной регистрации детская косметика, парфюмерно-косметическая продукция, произведенная с

использованием наноматериалов.

Ответственность за предоставленную информацию в декларации соответствия несет изготовитель, а в сертификате соответствия – сертифицирующий орган.

Для гарантии качества продукции производитель может проходить процедуру добровольной сертификации. Добровольная сертификация парфюмерии осуществляется по таким же схемам сертификации, которые предусмотрены для обязательной сертификации. Добровольный сертификат подтверждает высокое качество продукции и повышает ее конкурентоспособность на рынке.

На рынке присутствуют фальсификаты парфюмерной продукции, которые внешне похожи на оригиналы, но не соответствуют качеству конкретной марки. Фальсифицированные товары могут отличаться от оригинальных упаковкой, надписями на упаковках, штрих-кодами, флаконами, цветом парфюмерной продукции, отсутствием серийного номера партии на флаконе, крышками флакона.

Для повышения качества парфюмерной продукции и для имиджа компании кроме декларации о соответствии необходимо применять добровольную сертификацию, чтобы потребители могли доверять предприятию-изготовителю и отличить настоящую продукцию от фальсифицированной. На парфюмерно-косметическую продукцию разработаны стандарты с общими техническими условиями для укрупненных групп. Декларация и сертификат соответствия подтверждают соответствие продукции этим укрупненным стандартам.

Парфюмерная продукция используется потребителем каждый день. Некачественная парфюмерная продукция может негативно влиять на здоровье человека, поэтому должна подлежать не только декларированию, но и добровольной сертификации.

Список литературы

1. Аристов, О. В. Управление качеством / О. В. Аристов. – М.: Инфра-М, 2006. – 240 с.
2. Федюкин, В. К. Основы квалиметрии: Управление качеством продукции / В. К. Федюкин. – М.: Филинъ, 2004. – 295 с.

3. Димов, Ю. В. Метрология, сертификация и стандартизация / Ю. В. Димов. – М.: Инфра-М, 2005. – 422 с.

4. Леонова, Г. Обязательные требования к качеству товара / Г. Леонова // Хозяйство и право, 2004. – № 11. – С. 14 – 22.

5. Евпланов, А. Достаточно декларации / А. Евпланов // Российская Бизнес-газета, 2010. – № 737.

УДК 331.108.45

Ефремова А.С., Люханова С.В.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В ОАО «РЖД» И ЕЕ РОЛЬ В МЕНЕДЖМЕНТЕ КАЧЕСТВА КОМПАНИИ

Стратегия управления качеством ОАО «РЖД» определяет цели, на достижение которых направлено создание, функционирование и развитие системы менеджмента качества (СМК) ОАО «РЖД». Одной из целей СМК является повышение компетентности персонала для обеспечения устойчивого развития компании и улучшения качества ее продукции (услуг). В рамках данной цели созданы системы подготовки и повышения квалификации специалистов ОАО «РЖД».

Человеческий ресурс является одним из видов ресурсов, которые выделяют международные стандарты качества и ОАО «РЖД» считает персонал своим важнейшим ресурсом, от которого в первую очередь зависит удовлетворённость потребителей и качество услуг. Персонал должен ощущать экономическую защищённость, возможность удовлетворения своих потребностей и самореализации. Такие приоритеты, направленные на мотивацию и лояльность персонала, формируют основу для вовлечения сотрудников в процесс постоянного улучшения. Поэтому в компании уделяется большое внимание развитию компетенций, оценке сотрудников, переподготовке и обучению [1, с. 5 – 12].

Работа в условиях перемен требует постоянного переобучения персонала, общество быстро развивается, происходит смена потребностей и целей

потребителей, а значит и существует непрерывная потребность в получении компаниями новых знаний и развитии кадров. В целях выявления необходимости обучения сотрудников применяются различные методы оценки персонала. По результатам оценки персонала определяются имеющиеся компетенции сотрудников и необходимость в их обучении, составляются программы обучения [2, стр.144 – 145].

Модель системы управления персоналом типа «отдела кадров», которая применялась на предприятиях до 1990-х годов, давно устарела и многие компании, в которых хорошо развито дело управления, считают, что работа по набору, учету кадров и делопроизводственные функции – это только часть всей системы менеджмента персонала. В то время как большая часть ресурсов организации представлена в виде материальных ценностей, стоимость которых со временем снижается, ценность человеческих ресурсов с годами только растет. Более того, человеческий ресурс является стратегическим, обеспечивающим долговременные преимущества компании.

На сегодняшний день не существует универсального метода обучения, поэтому компании применяют и используют различные программы, которые содержат в себе комплекс разнообразных приёмов предоставления учебного материала: деловые игры, лекции, видеофильмы и т.д. Все приёмы предоставления учебного материала можно подразделить на 2 группы (рис. 1) [3, стр. 34 – 35]: обучение сотрудников на рабочем месте и обучение вне рабочего места.

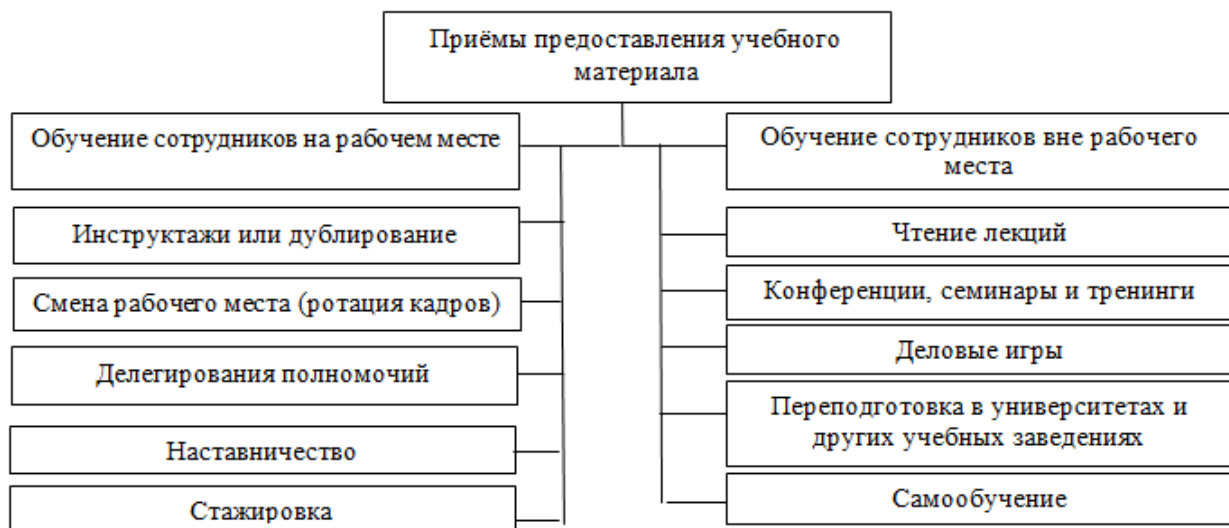


Рисунок 1 – Приёмы предоставления учебного материала

Обучение персонала на рабочем месте направлено в большей степени на передачу знаний и навыков более опытных сотрудников тем сотрудникам, которым требуется обучение. В экономическом плане такое обучение намного дешевле и выгоднее, чем обучение вне организации. Обучение на рабочем месте больше подойдёт для вновь принятых сотрудников, которых нужно ознакомить со спецификой работы, с самой организацией, с какими-либо практическими навыками в данной работе. Такое обучение, как правило, проходит в форме наблюдения за опытным коллегой в то время, когда он выполняет определённую работу.

Обучение вне рабочего места помогает сотрудникам абстрагироваться от рабочей обстановки, научиться работать в других условиях и решать задачи в различных ситуациях. Такой метод обучения наиболее эффективен, но требует больших затрат, чем обучение на рабочем месте. Обучение вне организации в основном направлено на изучение теоретических аспектов рабочей деятельности, но их не всегда можно применить на практике. Такое обучение проводится внешними учебными заведениями, имеющими специальные технологии, современное оборудование, а также профессиональных и опытных экспертов и преподавателей [3, с. 30 – 37].

Важным этапом в процессе обучения является оценка эффективности обучения. Основная цель оценки эффективности обучения – измерение степени соответствия обученного сотрудника заданным изначально критериям и соотнесение со сделанными вложениями [2, с. 149 – 150]. Выделяют основные категории непосредственно измеряемых эффектов от процесса обучения:

- 1) реакция персонала на программу обучения;
- 2) степень усвоения материала и освоения необходимых навыков;
- 3) динамика поведения и его направленности;
- 4) результаты (эффект от обучения и достижения поставленных изначально целей);
- 5) экономический эффект;

Существует множество моделей и методов системы оценки эффективности обучения персонала. Каждая организация выбирает подходящий метод по различным факторам, таким как: специфика работы компании, цели обучения, финансовые возможности и т. д.

В процессе обучения и повышения квалификации сотрудников,

наибольший акцент делается на развитие соответствующих компетенций персонала, которые нужны сотруднику для повышения эффективности работы непосредственно на занимаемой им должности и для выполнения тех задач и функций, которые направлены на развитие Холдинга ОАО «РЖД» и на достижение основной миссии компании.

Процесс обучения сотрудников ОАО «РЖД» направлен на повышение уровня знаний и умений персонала, который бы позволил эффективно выполнять требуемую работу. Элементы обучения и повышения квалификации персонала, во взаимосвязи с элементами других процессов управления персоналом, представлены на рис. 2.



Рисунок 2

– Элементы обучения и их взаимосвязь с элементами других процессов управления персоналом ОАО «РЖД»

Подготовительным этапом является оценка потребности в обучении и повышении квалификации персонала, что помогает спланировать в целом весь процесс обучения. На этом этапе сотрудник, ответственный за работу с кадрами, ежегодно до 15 сентября проводит оценку потребности обучения персонала предприятия на следующий год и вносит предложения по восполнению расчетной потребности, которые предоставляет в службу управления персоналом дороги - филиала ОАО «РЖД» по установленной форме.

Формирование плана обучения персонала является основным этапом в процессе обучения сотрудников, и выполняется на основе информации,

полученной на подготовительном этапе, а также на основе проектов планов обучения, существующих программ обучения и лимитов средств на обучение сотрудников.

На основе сформированного плана обучения, детализированного по структурным подразделениям дороги – филиала ОАО "РЖД", привлекаемые сторонние обучающие организации проводят в течение года обучение сотрудников.

Анализ эффективности применения знаний проводится в структурном подразделении на основе анализа улучшений в деятельности или степени овладения новыми навыками персонала. После этого результаты обучения документируются на основе результатов экзаменов и анализа эффективности применения знаний непосредственно после проведения анализа;

Оценка и анализ эффективности пройденного обучения и удовлетворенности обучением проводится 1 раз в год на основе отчета об обучении персонала, оценки сотрудниками проведенного обучения и анализа эффективности применения приобретенных знаний [4].

В компании ОАО «РЖД» большое внимание уделяется обучению и развитию сотрудников, составляющих 63% от их общей численности. По всей России работают 65 подразделений учебных центров холдинга «РЖД», в которых ежегодно обучается более 100 тысяч человек. В 2010 году для обучения руководителей был создан Корпоративный университет ОАО «РЖД», обучающий ежегодно до 6 тысяч слушателей.

Порядок реализации процесса обучения и повышения квалификации сотрудников представлен на рис. 3.

По словам президента ОАО «РЖД» Олега Белозёрова, принимавшего участие в работе Конгресса «Инновационная практика: наука плюс бизнес» в компании создана и работает система непрерывного образования для всех работников. Это не только конкурентное преимущество ОАО "РЖД" на рынке труда, но и тот фактор, который позволяет обеспечить стабильную работу компании в существующих экономических условиях [5].

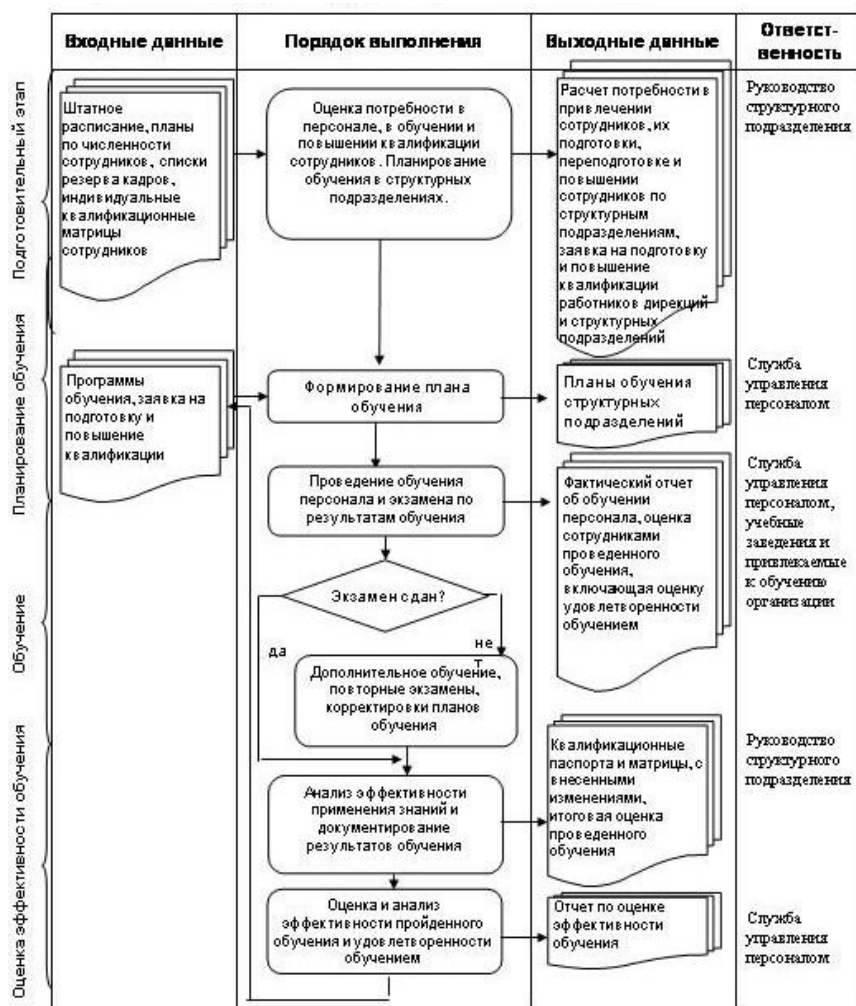


Рисунок 3 – Блок-схема обучения сотрудников структурных подразделений (линейных предприятий) дорог – филиалов ОАО «РЖД»

Список литературы

1. Стратегия управления качеством в холдинге «Российские железные дороги». – 2016. – С. 5 – 12.
2. Дейнека, А. В. Управление персоналом организации: учебник / А.В. Дейнека // Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.– С. 144 – 150.
3. Арсеньев, Ю. Н. Управление персоналом: технологии учебное пособие / Ю. Н. Арсеньев, С. И. Шелобаев, Т. Ю. Давыдова // Юнити-Дана, 2015.– С. 30–37.
4. Интернет-ресурс: Сайт ОАО «РЖД»: ОАО «РЖД» документы: Стандарт по качеству ОАО «РЖД» «обучение и повышение квалификации персонала» http://doc.rzd.ru/doc/public/ru?id=3884&layer_id=5104&S.
5. Интернет-ресурс: Сайт ОАО «РЖД»: ОАО «РЖД» пресс-релизы http://press.rzd.ru/news/public/ru?STRUCTURE_ID=654&layer_id=4069&refererLayerId=3770&id=89031.

Макиенко Н.С., Ларин А.Н.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА В СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ ОАО «РЖД»

Для структурных подразделений ОАО «РЖД» важным является вопрос о снижении нерационально использованного времени в производственном процессе. Для принятия управленческих решений в реальном времени протекания производственных процессов необходимо применение процессного подхода, который позволит определить точки воздействия на отдельные операции в производственном процессе.

Применение процессного подхода должно привести к принятию решений в реальном времени, когда решения принимаются по мере возникновения необходимости и в условиях неопределенности и высокой динамики, предполагает переход к методам и средствам создания управленческих и информационных систем нового поколения. Такой подход должен привести к снижению «дефицита» железнодорожных ресурсов (путей, локомотивов, вагонов, бригад и т.п.).

Анализируя деятельность предприятий железнодорожного транспорта видно, что задержки в принятии решений приводят к серьезному снижению качества предоставляемых услуг РЖД. Применение стандартного подхода и методов оптимизации в настоящее время лишь частично позволяют решить возникающие проблемы, а в некоторых случаях может привести к противоположному результату. Чтобы добиться оптимального распределения ресурсов, когда фактор времени становится первостепенным, необходимо с помощью процессного подхода разрабатывать новые методы оптимизации. Если рассматривать в общем ключе то, процессный подход – это управление деятельностью Компании как комплексом процессов, каждый из которых представляет собой строгую последовательность операций. Совокупным результатом исполнения этих процессов и являются транспортные продукты, удовлетворяющие потребностям клиентов Компании. При этом у каждого отдельно взятого процесса должен быть результат, важный для выполнения следующего процесса.

Основное понятие, которое использует процессный подход – это понятие

процесса. Существуют различные определения, но наиболее часто используется определение стандарта ISO 9001. «Процесс – это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих видов деятельности, которые преобразуют входы в выходы». Важной составляющей процесса является систематичность действий. Действия процесса должны быть повторяющимися, а не случайными.

Таким образом, процессный подход позволяет:

- построить прозрачную систему планирования;
- создать организационно- методическую основу для устранения непроизводительных операций;
- повысить слаженность производственной деятельности;

Преимущества применения процессного управления в ОАО «РЖД» включают в себя [1, с.119]:

возможность определения себестоимости элемента бизнес- процесса с требуемым уровнем глубины и детализации;

оценку структуры и динамики затрат определенных производственных бизнес-процессов;

мониторинг направлений расходования средств или ресурсов конкретных Центров финансовой ответственности (ЦФО);

оценку деятельности структурного подразделения в разрезе результативности каждого процесса;

выявление наименее эффективных процессов и возможностей их устранения

Выделение в структурном подразделении ОАО «РЖД» определенных бизнес-процессов основано на использовании понятий «вход/выход» и «ресурсы». Сам процесс отождествляется с производством отдельной услуги. Условие процессного управления – это соответствие деятельности целям компании. Главным критерием эффективности процессного управления является решение поставленных задач. Это достигается путем реального делегирования полномочий и ответственности, когда исполнитель, самостоятельно выбирая средства достижения результата, четко представляет ожидаемые результаты бизнес-процесса. Руководитель в свою очередь осуществляет контроль только над рамками бизнес-процесса, его входы и выходы, а не процесс исполнения работ [2, с. 75].

Процессное управление показывает тенденции развития стратегического менеджмента в практике управления затратами на железнодорожном транспорте. Это определяет выбор инструментария для калькуляции затрат,

основанный на экономическом подходе и выявлении вариаций процессов, обусловленных особыми требованиями к транспортному производству отдельных видов продукции и оказанию отдельных видов услуг.

Ключевыми задачами для системы управления являются:

- Ориентирование руководителей и коллективов на приоритетное решение бизнес-задач.
- Обеспечение роста качества перевозочных и логистических услуг, а через них – удовлетворенности клиентов и объемов продаж.
- Скоординированная работа функциональных вертикалей и различных подразделений ОАО «РЖД» и его ДЗО (дочерние и зависимые общества).

Формы организации деятельности определяются разными подходами к регулированию этой деятельности. Главные признаки отличия между функциональным, проектным и процессным подходами к управлению деятельностью приведены в табл. 1.

Таблица 1 – Основные характеристики различных подходов к управлению [3]

Характеристика	Подход к управлению		
	Функциональное управление	Проектное управление	Процессное управление
Распределение ответственности между подразделениями	Через служебные записки и распоряжения	Обеспечивает менеджер проекта	Автоматически в соответствии с утвержденной конфигурацией процесса (согласованным порядком выполнения работ)
Начальные затраты	Проектирование оргструктуры, распределение ответственности, (начальные затраты минимальные)	Существенные затраты на инициацию проекта	Существенные затраты на проектирование процесса
Эксплуатационные затраты	Большие затраты из-за использования критического ресурса – руководителя	Существенные затраты из-за использования дорогого ресурса – менеджера проекта	Минимальные затраты – все делается по шаблону
Предсказуемость (воспроизводимость) результата работ	Результат слабо предсказуем, так как зависит от субъективных факторов	Оценка результата основана на экспертном мнении исполнителей и менеджера проекта	Результаты процесса стабильны и воспроизводимы

Характеристика	Подход к управлению		
	Функциональное управление	Проектное управление	Процессное управление
Контроль	О фактическом состоянии дел можно судить только по докладам исполнителей	Осуществляется контроль исполнения плана-графика и фактических результатов работ	Осуществляется сквозной мониторинг, основанный на нормативах и статистических методах оценки

В управлении ОАО «РЖД» применяются все три подхода. Процессный подход является основополагающим в управлении регулярной деятельностью Компании.

Существует два аспекта реализации процессного подхода в управлении ОАО «РЖД»:

1. «процессное управление» – управление деятельностью посредством процессов, когда распределение ответственности за выполнение работ в рамках процесса определяется конфигурацией процесса, его регламентом, а не распоряжениями функционального руководителя;

2. «управление процессом» – управление конфигурацией процесса, т.е. его изменениями.

С точки зрения второго аспекта процесс рассматривается как важный актив Компании, поэтому он требует внимания со стороны квалифицированных специалистов, профилактического обслуживания и развития.

«Процессное управление» предоставляет для «управления процессом» обратную связь: информацию о показателях процесса и их сравнение с ожиданиями, нормативами, стандартами. В противоположном направлении передаются новые – улучшенные по какому-либо критерию – версии процесса.

Для создания любого достаточно сложного продукта (услуги) в основном требуется выполнение нескольких функций, реализуемых различными подразделениями Компании, обладающими специализированными компетенциями, а процесс определяет последовательность работ, относящихся к различным функциям, задавая общую логику получения требуемого результата.

Сквозное управление процессами и координация работ, реализующих разные функции, является конечной целью применения процессного подхода в управлении, которая кардинально отличает процессное от традиционного функционального управления.

Для обеспечения конкурентоспособности Компании процессное и

функциональное управление должны сосуществовать в ней, взаимно укрепляя и дополняя друг друга. Функциональное управление гарантирует создание и развитие большого количества функциональных компетенций, которые требуются для создания продукции и услуг. Процессное управление гарантирует, что совместное выполнение подразделениями своих функций координируется так, что продукция и услуги создаются с максимальными производительностью и эффективностью.

Следовательно, ожидаемая отдача от применения процессного управления тем выше, чем сложнее управляемый объект (процесс), а именно: чем больше в нем действующих лиц, чем дальше они удалены друг от друга и чем сложнее их логика взаимодействия.

Сквозной (или межфункциональный) бизнес-процесс, включающий в себя деятельность, выполняемую структурными подразделениями организации, имеющими различную функциональную подчиненность.

Характерные примеры «сквозных» процессов представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Примерные названия «сквозных» процессов для типовых цепочек создания ценности.

Типовая цепочка создания ценности	Примерное название «сквозного» процесса
От потенциального заказчика до клиента	Привлечение новых клиентов
От заказа до поступления денег	Выполнение заказов
От концепции продукта до его запуска в эксплуатацию	Научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки
От подачи инициативы по совершенствованию деятельности до её внедрения	Совершенствование деятельности на основе предложений работников
От прогноза потребностей клиентов до производственно-экономического плана	«Сквозное» интегрированное планирование
От закупки до оплаты	Управление закупками/поставщиками
От потребности в обновлении актива до его списания	Управление активами

Таким образом мы рассмотрели в таблице примеры сквозных процессов, можно сделать вывод, что среди процессов, отличающихся высокой сложностью управления, особый интерес представляют процессы, целиком охватывающие какую-либо цепочку создания ценности для клиента.

Процессный подход это одна из систем управления, которая окончательно сформировалась в 80-х годах прошлого века. В соответствии с этой системой вся деятельность организации рассматривается как набор процессов. Для того чтобы управлять, необходимо управлять процессами. Процессный подход стал одним из ключевых элементов улучшения качества.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что процессно-ориентированная система управления имеет ряд преимуществ наряду с достоинствами применяемой функциональной системы. Процессно-ориентированное управление позволит проводить преобразования быстрее и с меньшим числом ошибок, так как при таком подходе легче (в сравнении с функциональным подходом) определить, что именно и в каких подразделениях нужно изменить.

Список литературы

1. Иванов, А. М. Некоторые вопросы оптимизации бюджетирования / А. М. Иванов // Финансы. – 2010. – №9. – С. 19 – 21.
2. Пичета, В. И. Экономические взгляды на управление затратами предприятия / В. И. Пичета, Ю. Крижанич. – СПб, 2009. – 550 с.
3. Классификация управленческих функций ОАО «РЖД» / Москва, 2008. – С. 1-21

УДК 614.3

Морякин А.О., Шендалев А.Н.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Люди имеют право ожидать от пищевых продуктов, которые они едят, безопасности и пригодности для потребления – с этих слов начинается текст *Codex Alimentarius* (лат. «Продовольственный кодекс»). Общие принципы гигиены пищевых продуктов – свод принятых международным сообществом стандартов на пищевые продукты.

Вне зависимости от вида деятельности предприятия качество продукции должно обеспечиваться на всех этапах её жизненного цикла, начиная с проведения научно-исследовательских разработок и заканчивая утилизацией. Аналогичным образом безопасность пищевой продукции как конечного продукта определяется приверженностью каждого участника цепи создания пищевой продукции высоким стандартам качества.

Безопасность – это одно из базовых требований, предъявляемых к пищевой продукции как со стороны потребителей, так и со стороны государства. Для современной пищевой промышленности характерно использование большого разнообразия сырья, ингредиентов и пищевых добавок, упаковочных и контактирующих с продукцией материалов [1, с.328]. На сегодняшний день в РФ с целью обеспечения безопасности пищевой продукции применяются системы менеджмента качества, разработанные на основе принципов ХАССП в соответствии с международной практикой.

Система ХАССП является основной моделью управления качеством и безопасностью пищевых продуктов в промышленно развитых странах мира. Изначально концепция была разработана в начале 80-х гг в США. Позднее её применение стало обязательным в ряде европейских стран. В России в 2001 году принят стандарт ГОСТ Р 51705.1-2001 «Системы качества. Управление качеством пищевых продуктов на основе принципов ХАССП. Общие требования».

Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» указывает, что изготовителю пищевой продукции надлежит разработать и внедрить процедуры на основе принципов ХАССП, в том числе определить перечень опасных факторов в процессе производства, критические контрольные точки и прочее [2]. Таким образом, приведенные требования обязуют предприятия, участвующие в цепи создания пищевой продукции, обеспечивать соответствие принципам ХАССП, изложенным в ГОСТ Р 51705.1-2001.

Основная идея, заложенная в концепции ХАССП, состоит в том, что риски для безопасности человека выгоднее выявлять и устранять в процессе изготовления продукции, а не на более поздних стадиях. По своей сути данный стандарт является базой для внедрения системы менеджмента безопасности пищевой продукции (СМБПП) на предприятии.

В связи с тем, что угроза безопасности продуктов может возникать в любом звене цепи создания пищевой продукции, то СМБПП должна обеспечить надлежащий контроль безопасности на всем протяжении цепочки объединенными усилиями ее участников, что и определено требованиями ГОСТ Р ИСО 22000-2007. Данный национальный стандарт объединяет принципы, на которых основана система ХАССП и мероприятия по применению этой системы, разработанные Комиссией Кодекс Алиментариус [3, с.123].

Таким образом, требования, заложенные в ТР ТС, можно выполнить путем внедрения принципов ХАССП, которые, в свою очередь, реализованы в СМБПП по стандартам серии 22000. Кроме того, стандарт приведен в соответствие с ИСО 9001 в целях повышения совместимости этих двух стандартов. Следовательно, для наиболее эффективного функционирования предприятия целесообразным будет разрабатывать систему менеджмента качества и СМБПП не по отдельности, а внедрить единую интегрированную систему менеджмента.

Чтобы определить, насколько предприятие готово к внедрению СМБПП, можно обратиться к методическим рекомендациям МР 5.1.0096-14, в которых содержатся подходы к организации оценки процессов производства пищевой продукции на основе принципов ХАССП.

Требования стандарта ГОСТ Р ИСО 22000-2007 объединяют план ХАССП с программами обязательных предварительных мероприятий. Программы обязательных предварительных мероприятий включают в себя санитарно-гигиенические и планово-предупреждающие действия общего характера. Можно сказать, что такие программы являются не чем иным, как выполнением базовых санитарных норм и законодательных требований государства, изложенных в:

- технических регламентах Таможенного союза (ТР ТС 029-2012 Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств);
- Санитарных нормах и правилах (СанПиН 2.3.2.1078-01 Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов);
- государственных стандартах (ГОСТ 31942-2012 Вода. Отбор проб для микробиологического анализа);
- Правилах безопасности (правила пожарной безопасности ППБ 01-03);

- стандартах предприятий (СТП 2082-594-05 Методы обезжиривания оборудования. Общие требования к технологическим процессам);
- отраслевых стандартах (ОСТ);
- санитарно-эпидемиологических требованиях (СП 3.5.3.1129-02 «Санитарно-эпидемиологические требования к проведению дератизации»);
- стандартах системы GMP (*good manufacturing practice*).

В ГОСТ Р 54762 приводятся подробные требования к составлению предварительных программ в части конструкции и планировки зданий, помещений и рабочих зон, систем обеспечения, удаления отходов и т.д.

Процедура получения сертификата соответствия ГОСТ Р ИСО 22000-2007, как правило, состоит из следующих этапов (рис. 1):

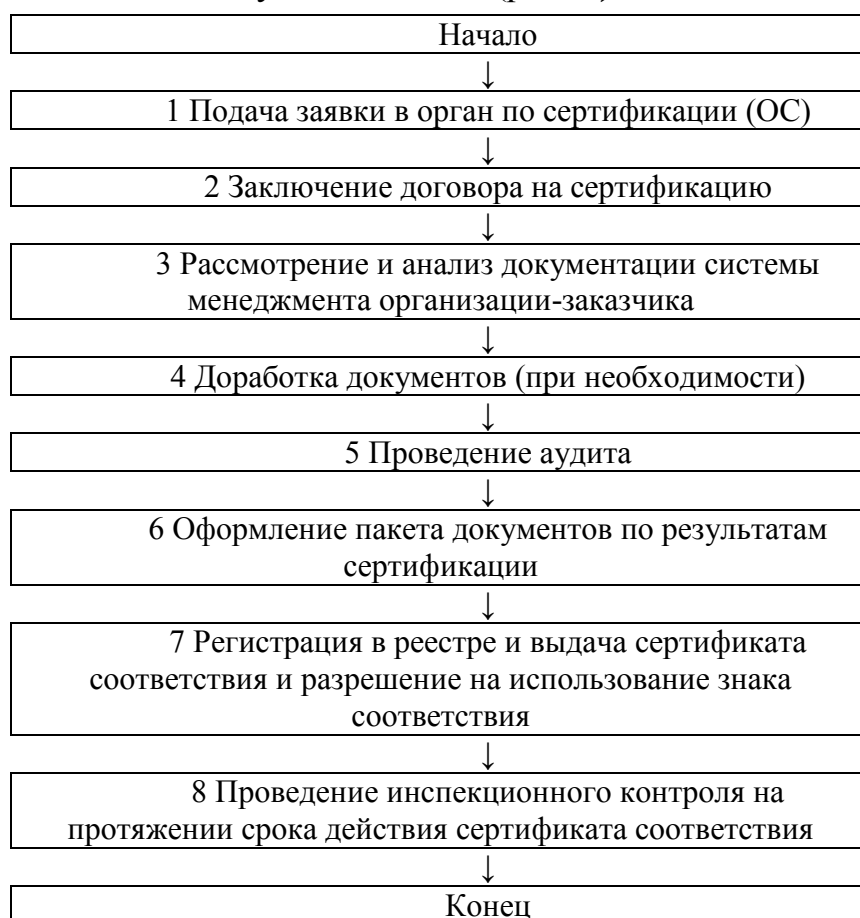


Рисунок 1 – Основные этапы получения сертификата соответствия

Затраты на сертификацию определяются объемами производства и численностью персонала организации-заказчика, количеством анализируемой документации, расходами на проживание и работу аудиторов. Так, при наличии полного комплекта документации сертификат можно приобрести по цене от

24 000 руб. Однако при необходимости привлечения специалистов для разработки и внедрения всех необходимых документов стоимость будет составлять от 75 000 руб. (в случае разработки) и от 150 000 руб. (в случае внедрения с выездом специалиста). Сроки выполнения работ находятся в пределах от 1,5 месяцев и свыше 3 месяцев.

При внедрении ХАССП предприятие может столкнуться с такими проблемами как:

определением производственных рисков и опасностей должен заниматься специалист отдела УК, но он не обязательно знает досконально весь производственный процесс, следовательно, необходима скоординированная работа всех сотрудников предприятия и преодоление межфункциональных барьеров на стыке подразделений;

необходимо задокументировать всю информацию о продукции и производстве, обосновать выбор критических контрольных точек, описать процедуры мониторинга и действия в случаях превышения допустимых параметров, что является довольно трудоемким процессом;

требуется проведение дополнительного обучения персонала по ряду нормативных документов;

не каждый специалист в области качества имеет достаточный опыт внедрения СМБПП.

Внедрение и применение принципов ХАССП предоставляет предприятиям внутренние и внешние преимущества, которые далеко не ограничены приведенным списком:

- снижение возникновения несоответствий продукции и случаев её отзыва;
- завоевание доверия потребителей;
- улучшение имиджа организации;
- повышение инвестиционной привлекательности бизнеса;
- расширение рынка сбыта, в том числе, доступ на международные рынки;
- повышение конкурентоспособности.

Список литературы

1. Михеева, Е. Н. Управление качеством: Учебник / Е. Н. Михеева, М. В. Сероштан. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 532 с.

2. ТР ТС 021/2011 О безопасности пищевой продукции

3. Берновский, Ю. Н. Стандарты и качество продукции: Учебно-практическое пособие / Ю. Н. Берновский. – М.: АСМС, 2014. – 257 с.

УДК: 332

Щукина А.Д., Куршакова Н.Б.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Целью системы менеджмента качества является управление организацией для стабильного предоставления качественного товара или услуги. Главным ресурсом любой организации является его персонал. От того насколько хорошо работают сотрудники напрямую зависит насколько качественно будет достигнут тот или иной результат. Поэтому ключевым звеном при создании системы менеджмента качества в организации будет понимание правильности и необходимости мотивирования сотрудников к данной системе. Система мотивации персонала – это инструмент управления, который дает возможность оказывать влияние на эффективность сотрудников и компании в целом.

К числу основных элементов системы мотивации труда относятся: система оплаты, система оценки труда работников, социальные программы, обеспечивающие социальные льготы и защиту работников. Эти элементы присутствуют практически во всех системах мотивации труда.

К числу других элементов относятся такие элементы: стабилизация кадров, профессионально-квалификационное продвижение и развитие карьеры, повышение содержательности труда, улучшение условий труда, система формирования культуры и имиджа предприятия, оценка эффективности систем оплаты и самих систем мотивации, программы по повышению информированности работников.

Если рассматривать мотивацию с точки зрения получаемых благ, то мотивация персонала бывает двух видов: материальная и нематериальная. Оба

эти вида мотивации применяются для успешного внедрения системы качества и поддержания ее работоспособности. С точки зрения оказываемого воздействия, мотивация персонала может быть внешней и внутренней. Внешняя мотивация предусматривает оказание на персонал определенного воздействия (позитивного или негативного), которое приведет к получению результата. Внутренняя мотивация предусматривает самостоятельное стремление персонала выполнить определенные действия.

Существуют пять направлений мотивации персонала в системе менеджмента качества: условия работы, ресурсы, признание, взаимоотношения, ответственность. Применяя различные методы мотивации в данных направлениях можно воздействовать на всю работу организации [1].

Мотивация персонала напрямую связана с целями организации. Крайне важно, чтобы цели организации в области качества создавали основу длительного развития. Цели в области качества должны быть понятны сотрудникам и четко структурированы. Только при этом условии можно установить ясные и четкие цели мотивации персонала.

Цель мотивации персонала должна детализироваться в соответствии с целями в области качества, установленными для различных уровней управления.

Такая детализация включает в себя:

1. Цель мотивации всего коллектива организации. На этом уровне мотивация персонала обеспечивает изменение общей корпоративной культуры. Мотивация персонала на уровне всего коллектива организации должна быть взаимосвязана с целями в области качества корпоративного уровня.

2. Цель мотивации групп сотрудников отдельных подразделений. Этот уровень обеспечивает изменение качества работы по отдельным направлениям деятельности или отдельным процессам. Мотивация персонала на уровне отдельных групп должна быть взаимосвязана с целями в области качества по процессам и продуктам. Здесь важно отметить, что цель мотивации групп сотрудников отдельных подразделений должна быть связана именно с целями по процессам и продуктам, а не с целями отдельных подразделений. Это обусловлено тем, что мотивация обеспечивает взаимодействие сотрудников, задействованных в одном процессе или при производстве одного продукта.

3. Цель мотивации отдельного сотрудника. Этот уровень затрагивает изменение качества выполнения отдельных операций и действий. Мотивация персонала на уровне отдельного сотрудника должна быть взаимосвязана с целями в области качества по подразделениям.

Помимо взаимосвязи с целями в области качества, мотивация персонала на каждом из уровней связана с направлениями воздействия на персонал. Установленная цель мотивации всего коллектива воздействует на такие направления как условия работы и признание. Установленная цель мотивации групп сотрудников отдельных подразделений воздействует на такие направления как ресурсы и взаимоотношения. Установленная цель мотивации отдельного сотрудника воздействует на такие направления как ответственность, признание и взаимоотношения [1].

Стандарты ИСО серии 9000 отражают идеологию менеджмента качества, и являются базой для построения и развития системы качества в любой организации. В основе её лежат 7 принципов [2]. Желаемый результат в области качества достигается при организации работы по каждому принципу. Главной проблемой является вопрос: «как донести до сотрудника важность исполнения принципов?».

Целью исследования является выявление взаимосвязи между принципами менеджмента качества и системой мотивации. Объект – система мотивации, предмет - принципы менеджмента качества. При исследовании были использованы ГОСТ Р ИСО 9000 – 2015 и научные труды Куршаковой Н. Б. [3, с. 46], [4, с. 224]. На основе полученных результатов были сформированы таблицы взаимосвязи (рис. 1, рис. 2), где по каждому принципу системы менеджмента качества рассмотрена роль системы мотивации персонала, а также указаны ключевые преимущества для организации от применения этого принципа. Также в таблицу включены основные направления мотивации, на которые следует обратить внимание при её организации в том или ином принципе.

№	Принцип СМК	Понятие принципа	Роль мотивации персонала	Ключевые преимущества применения правильной системы мотивации в данном принципе	Направления мотивации	Виды мотивации
1	Ориентация на потребителей	Менеджмент качества нацелен на выполнение требований потребителей и на стремление превзойти их ожидания.	Персонал, замотивированный лишь на привлечение прибыли, не уделяет внимание на качество обслуживания. Нужно понимание, что любая организация существует для удовлетворения потребностей заказчика, а не наоборот.	– увеличение повторных заказов; – расширенная клиентская база; – увеличение дохода; – высокое качество обслуживания.	– ресурсы; – ответственность.	– внешняя; – материальная.
2	Лидерство	Лидеры на всех уровнях организации обеспечивают единство цели и направления деятельности организации и создают условия, в которых работники взаимодействуют для достижения целей организации в области качества.	Мотивируя высшее руководство на достижение поставленных целей, демонстрируя личный пример сотрудникам, позволяет соединить формального лидера с неформальным. Сотрудники понимают за кем нужно идти и какие цели преследует организация в целом.	– понимание единой системы работы у сотрудников; – согласованность действий между различными уровнями управления; – согласованность процессов в организации; – сокращение недопонимания между руководством и сотрудниками.	– признание; – взаимоотношения; – ответственность.	– внутренняя; – нематериальная.
3	Взаимодействие работников	Для организации крайне важно, чтобы все работники были компетентными, наделены полномочиями и вовлечены в создание ценности.	Отожествление индивидуальных целей сотрудников с целями организации. Компетентные, наделенные полномочиями и взаимодействующие работники на всех уровнях повышают ее способность создавать ценность.	– комфортная рабочая атмосфера; – заинтересованность в разработке инноваций; – повышение доверия и сотрудничества во всей организации; – повышение инициативности и личного развития.	– условия труда; – ответственность; – ресурсы.	– внешняя; – материальная.

Рисунок 1 – Первая часть таблицы взаимосвязи между принципами менеджмента качества и системой мотивации персонала

4	Процессный подход	Последовательные и прогнозируемые результаты достигаются более эффективно и результативно, когда деятельность осознается и управляется как взаимосвязанные процессы, которые функционируют как согласованная система.	Мотивация сотрудников к работе в едином механизме. Понимание командной ответственности за результат в своей группе.	– эффективное использование ресурсов; – командная работа сотрудников; – последовательность и прогнозируемые выходы в системе процессов; – сокращение производственного цикла.	– ресурсы; – взаимоотношения; – условия работы.	– внутренняя; – материальная.
5	Улучшение	Успешные организации постоянно нацелены на улучшение.	Ни сотрудник, ни отдел, ни вся организация в целом не должны оставаться на одном и том же уровне. Непрерывный рост каждого сотрудника позволяет расти и всей организации.	– единая стратегия в организации; – повышение качества обслуживания; – более эффективное применение знаний; – улучшение результатов процессов; – устойчивое положение на рынке.	– признание; – ответственность; – ресурсы.	– внешняя; – нематериальная.
6	Принятие решений, основанное на свидетельствах	Решения, основанные на анализе и оценке данных и информации, с большей вероятностью создадут желаемые результаты.	Мотивация персонала в сторону глубокого изучения ситуации компании. Сбор объективных данных, анализ. Побуждение к регулярному мониторингу.	– своевременное вмешательство в отстающий процесс; – улучшение процесса принятия решений; – улучшение результативности и эффективности работы; – возможность прогнозирования.	– ответственность; – взаимоотношения.	– внутренняя; – материальная.
7	Менеджмент взаимоотношений	Для достижения устойчивого успеха организации управляют своими взаимоотношениями с соответствующими заинтересованными сторонами, такими, как поставщики.	Замотивированный персонал на создание доверительных отношений оптимизирует работу с поставщиками для дальнейшего сокращения издержек в работе.	– сокращение контроля продукции; – оптимизация затрат и ресурсов; – общее понимание ценностей; – хорошо управляемая цепочка поставок.	– взаимоотношения; – ответственность; – признание.	– внешняя; – материальная.

Рисунок 2 – Вторая часть таблицы взаимосвязи между принципами менеджмента качества и системой мотивации персонала

Установив взаимосвязь между принципами СМК и системой мотивации персонала можно сделать вывод о том, что при правильном понимании роли мотивации персонала в каждом принципе, а также используя определенные направления и виды мотивации, можно повысить внимание персонала к каждому из принципов менеджмента качества. Ведь от того, насколько хорошо руководители и сотрудники организации понимают принципы менеджмента качества и стремятся к их реализации, будет зависеть работа всей системы качества в целом.

Список литературы

1. Менеджмент качества/Мотивация персонала [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kpms.ru/Implement/Motivation.htm>. – Загл. с экрана.
2. ГОСТ Р ИСО 9000 – 2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.
3. Куршакова, Н. Б. Система стимулирования персонала научно-исследовательского института – дочернего общества ОАО «РЖД» / Н. Б. Куршакова // Инновационная экономика и общество. Научный журнал. – 2013. – №2. – С. 46 – 52.
4. Куршакова, Н. Б. О моральном стимулировании персонала коммерческого банка / Н. Б. Куршакова // Мотивация и оплата труда. – 2006. – №3. – С. 224 – 228.

УДК 338:433

Шульц Д.Е., Люханова С.В.

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ВЕТЕРИНАРНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Для предотвращения ввоза на территорию Таможенного Союза зараженных болезнями животных и продукции животного происхождения из иностранных государств сегодня в России введен жесткий ветеринарный контроль, утвержденный Федеральным законом «О ветеринарии» на территории Российской Федерации (РФ).

Ветеринарный сертификат – это международный ветеринарный документ установленного образца, который выдается на живых животных, животноводческую продукцию и другие подлежащие ветеринарному контролю грузы государственным ветеринарным врачом. В ветеринарном сертификате отражаются сведения о вакцинации и происхождении животных.

В Российской Федерации ветеринарной сертификации подлежит каждая партия животных, продукции животного происхождения, продукция генетического материала, корма и кормовые добавки, отходы животноводства, биологических отходов [1].

Сейчас в РФ существует добровольная бумажная форма ветеринарной сертификации.

С 1 сентября 2015 года вступил в силу приказ, который ввел систему электронной ветеринарной сертификации, реализуемой через информационную систему (ИС) Меркурий на всей территории Российской Федерации [2].

Приказом Минсельхоза оформление документов в электронном виде станет обязательным с 01.01.2018 года [3].

Целями создания ИС Меркурий и перехода на электронную ветеринарную сертификацию (ЭВС) являются:

1. Защита потребителя от некачественной и небезопасной продукции
2. Защита населения от экономических и социальных угроз.
3. Прозрачность и подконтрольность действий надзорных органов, искоренение коррумпированности в рядах недобросовестных чиновников.

Перевод предприятий на электронную ветеринарную сертификацию проводится в 6 этапов:

1. Подготовительный этап.

В рамках этого этапа происходит определение целей внедрения нового процесса ЭВС, определение состава команды по внедрению ЭВС и распределения ролей между ними, происходит сбор информации (описание системы, основных особенностей, бенчмаркинг), определяется подрядчик и проводится обучающий вебинар [4, с.5].

2. Описание бизнес-процесса.

В рамках данного этапа разрабатываются модели бизнес-процесса «как есть» и «как будет», определяются регламентирующие документы, а также входящие и исходящие документы.

3. Автоматизация бизнес-процесса.

На данном этапе заключается договор с подрядчиком по автоматизации и затем покупается программное обеспечение (ПО).

4. Тестирование бизнес-процесса.

Если в ходе тестирования бизнес-процесса обнаруживаются ошибки и недоработки, то схема и ПО дорабатываются.

5. Обучение пользователей.

В ходе данного этапа проводятся такие мероприятия, как организация обучения и разрабатываются рабочие инструкции.

6. Внедрение нового процесса.

На заключительном этапе происходит внедрение процесса, опытная эксплуатация, контроль работы и оценка его эффективности.

Сертификация сегодня – это визуальный осмотр продукции, проверка документов, органолептическая экспертиза, что позволяет в целом подтвердить, что продукция получена от животных, безопасных в ветеринарно-санитарном отношении, и пригодна для употребления в пищу. По результатам осмотра ветеринарный врач выдает соответствующий документ – ветеринарный сертификат. В случае необходимости отбираются образцы, которые направляются на лабораторные исследования. Основные проблемы – субъективный подход со стороны ветспециалистов и отсутствие единой системы учета юридически значимых действий с продукцией, которые исказили суть ветеринарной сертификации.

Схема процесса ветеринарной сертификации «как есть» представлена на рис. 1.

При внедрении электронной сертификации необходимость взаимодействия с контролирующими органами будет сведена к минимуму, а значит сократятся затраты на распечатку бланков сертификата, а также время, затрачиваемое на получение сертификата. Электронный ветеринарный сертификат будет оформляться в ИС «Меркурий» и выдаваться в течение одного рабочего дня.

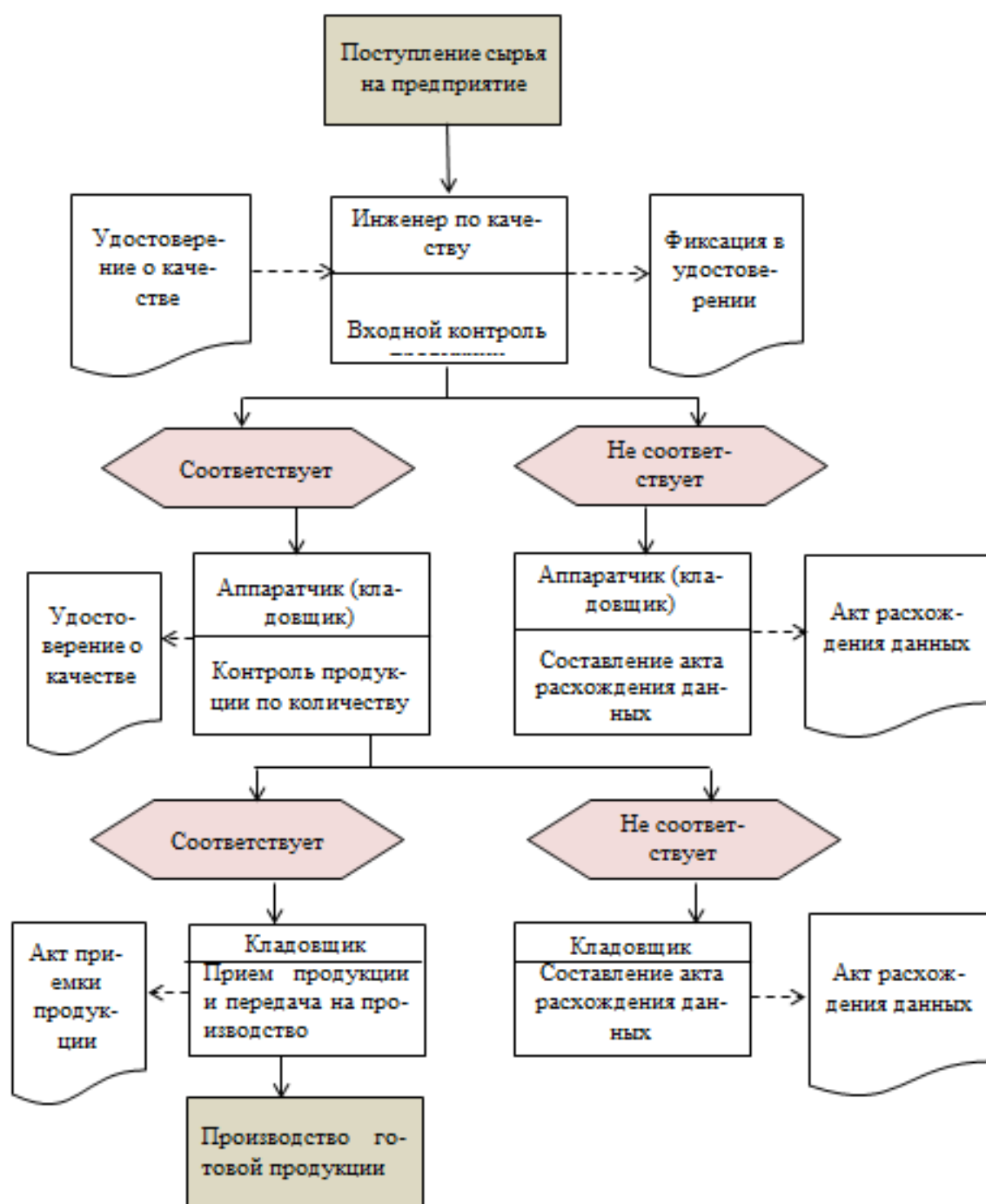


Рисунок 1 – Схема процесса ветеринарной сертификации «как есть»

В ИС «Меркурий» вводятся следующие данные по продукции: наименование продукции, срок годности, дата изготовления, объем перевозимой партии, транспортное средство, перевозящее продукцию и т.д. Модель электронной ветеринарной сертификации «как будет» приведена на рис. 2.

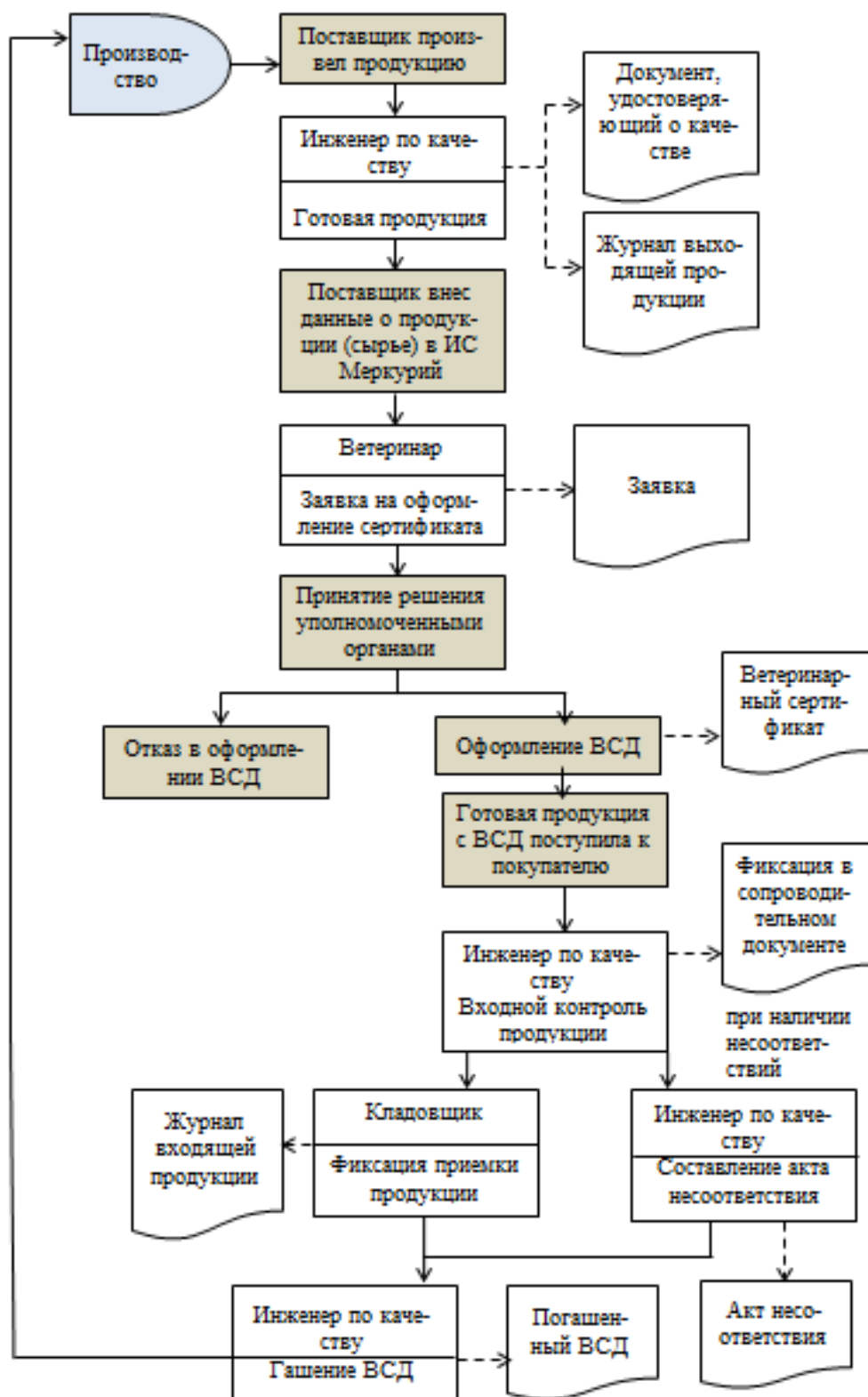


Рисунок 2 – Схема процесса ветеринарной сертификации «как будет»

Несмотря на то, что подпроцессов станет больше – они станут прозрачнее, затраты уменьшатся, а продукция станет более безопасной.

Таким образом, можно сделать вывод, что электронная ветеринарная сертификация при наличии некоторых рисков, таких как взлом сайта, тем не менее, является более выгодной и удобной, чем бумажная сертификация. Основными ее преимуществами являются прозрачность для всех участников процесса, уменьшение затрат, упрощение взаимодействия бизнеса и контролирующих органов, а в глобальном смысле - уменьшение как рисков здоровья потребителей, так и экономических рисков для отрасли в целом.

Список литературы

1. Интернет-ресурс: Сайт Ростест 24: «Ветеринарный сертификат» <http://rostest24.ru/servisyi-i-bazyi-kodov/slovar-po-sertifikaczii/v/veterinarnyj-sertifikat>.
2. Приказ Министерства сельского хозяйства РФ от 26 февраля 2015 г. № 78 «О внесении изменений в приказ Минсельхоза России от 17 июля 2014 г. № 281 «Об утверждении Правил организации работы по оформлению ветеринарных сопроводительных документов и Порядка оформления ветеринарных сопроводительных документов в электронном виде».
3. Приказ Минсельхоза России от 27.12.2016 N 589 «Об утверждении ветеринарных правил организации работы по оформлению ветеринарных сопроводительных документов, порядка оформления ветеринарных сопроводительных документов в электронной форме и порядка оформления ветеринарных сопроводительных документов на бумажных носителях».
4. Харрингтон, Дж. Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация / Дж. Харрингтон, К. С. Эсселинг, Харм Ван Нимвеген // Издательство: Азбука, 2002 – с. 5 – 14.

Научное издание

«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ»

Материалы V международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых в двух частях

Часть 2

Ответственный за выпуск О. М. Кирилюк

* * *

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 03.08.2017. Формат $60 \times 84 \frac{1}{16}$.
Плоская печать. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 23,1. Уч.-изд. л. 25,4.
Тираж 300 экз. Заказ

* *

Типография ОмГУПС

*

644046, г. Омск, пр. Маркса, 35