



nauchforum.ru
НаучФорум
Оставь свой след в науке

ISSN 2310-0362

СБОРНИК ВКЛЮЧЕН
В НАУКО-
МЕТРИЧЕСКУЮ БАЗУ

РИНЦ



XXVIII Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

№ 9(28)

г. МОСКВА, 2015



nauchforum.ru
НаучФорум
Оставь свой след в науке

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам XXVIII студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 9 (28)
Ноябрь 2015 г.

Издается с марта 2013 года

Москва
2015

УДК 3+33
ББК 60+65.050
М 75

Председатель редколлегии:

Красовская Наталия Рудольфовна — кандидат психологических наук, имеет степень МВА, президент некоммерческой организации «Центр РАД».

Редакционная коллегия:

Волков Владимир Петрович — канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Гукалова Ирина Владимировна — д-р геогр. наук, ведущий научный сотрудник Института географии НАН Украины, профессор кафедры социально-экономической географии Херсонского государственного университета;

Елисеев Дмитрий Викторович — канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

Захаров Роман Иванович — кандидат медицинских наук, врач психотерапевт высшей категории, кафедра психотерапии и сексологии Российской медицинской академии последипломного образования (РМАПО) г. Москва;

Зеленская Татьяна Евгеньевна — кандидат физико-математических наук, доцент, кафедра высшей математики в Югорском государственном университете;

Карпенко Татьяна Михайловна — канд. филос. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Лебедева Надежда Анатольевна — доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио;

Попова Наталья Николаевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры коррекционной педагогики и психологии института детства НГПУ.

М 75 Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. Электронный сборник статей по материалам XXVIII студенческой международной заочной научно-практической конференции. — Москва: Изд. «МЦНО». — 2015. — № 9 (28) / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/9\(28\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/9(28).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XXVIII студенческой международной заочной научно-практической конференции «Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Сборник входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе eLIBRARY.RU.

Оглавление

Секция 1. Социология	7
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПАМЯТИ В ТРУДАХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ УЧЁНЫХ	7
Буланова Мария Александровна Коркия Эка Демуриевна	
ЖЕСТОКОЕ ОБРАЩЕНИЕ С ДЕТЬМИ В СЕМЬЕ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА	19
Марчук Юлия Николаевна Королева Светлана Викторовна	
АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА НА ПЕРЕДОВИЦАХ ГАЗЕТ	26
Роянова Ксения Валерьевна Леснов Александр Вадимович	
МУЗЫКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СТИЛЯ ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ	31
Роянова Ксения Валерьевна Чепенко Людмила Васильевна	
ДОБРОВОЛЬЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ ЛЮДЯМ С ОГРАНИЧЕННЫМ ЗРЕНИЕМ ПРИ ИХ ПРИОБЩЕНИИ К ВИЗУАЛЬНОМУ ИСКУССТВУ	38
Терентьева Юлия Владимировна Соловьева Наталия Анемподистовна	
Секция 2. Философия	43
МАНУЭЛЬ КАСТЕЛЬС О СОЦИАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЯХ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ	43
Астраханцева Юнна Юлиановна Писарчик Леонид Юрьевич	
Секция 3. Менеджмент	48
АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО АУТСОРСИНГА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	48
Авилов Игорь Александрович Родионов Вячеслав Георгиевич	
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В КРУПНЫХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ	53
Аксаниченко Наталья Анатольевна Судова Татьяна Леонидовна	

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ЭНЕРГОСБЫТОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЮТЭК») Андреев Никита Юрьевич Костина Ольга Владимировна	59
ВЫСОКОЭФФЕКТИВНОЕ ЛИДЕРСТВО. ВИДЕНИЕ ЛИДЕРСТВА В РОССИИ Гуляева Альбина Альбертовна Борисов Василий Дмитриевич	67
ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА Данилина Вероника Станиславовна Осташков Александр Валерьевич	73
БЕНЧМАРКИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА Попова Айталина Андреевна Сибилева Елена Валерьевна	79
РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ Тужик Анна Михайловна Кайгородова Кристина Александровна Ронова Галина Николаевна	84
БРЕНД ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ Юрьева Арина Сергеевна Шевченко Тамара Николаевна	90
Секция 4. Регионоведение	100
РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕРЫ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ) Горохова Мария Андреевна Кузьмина Анна Алексеевна Сибилева Елена Валерьевна	100
ПРОБЛЕМЫ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЯКУТИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА Семенов Нюргун Николаевич Герасимов Богдан Иннокентьевич Сибилева Елена Валерьевна	105

Секция 5. Экономика	108
РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В СЛАБО ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫХ РЕГИОНАХ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ХМАО – ЮГРЫ Андреев Никита Юрьевич Арасланов Ренат Камилович	108
АНАЛИЗ СОСТАВА И ДИНАМИКИ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ И ИСТОЧНИКОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ЭНЕРГОСБЫТОВОЙ СФЕРЫ (НА ПРИМЕРЕ АО «ЮТЭК») Андреев Никита Юрьевич Шамсиева Альбина Анасовна	115
ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ДЕЛОВУЮ РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИИ Андреевская Людмила Сергеевна Сопин Вадим Станиславович	123
МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ Бони Юлия Юрьевна Мартынова Татьяна Алексеевна	128
ТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА Волокитин Владислав Анатольевич Соколова Светлана Владимировна	135
РЕФОРМА МЕЖДУНАРОДНОЙ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ Гвак Богдан Колочун Анастасия Помаскина Ольга Владимировна	143
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАБОТЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА С VIP – КЛИЕНТАМИ Джабраилова Кристина Рустамовна	147
ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА: ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ СТРАНЫ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ Соколова Ольга Валерьевна Иволгина Елена Анатольевна	155

СТАТИСТИКА БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ СТАТИСТИКИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ Кайгородова Кристина Александровн Тужик Анна Михайловна Дарда Екатерина Сергеевна	161
АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ Мкртумян Вера Борисовна Мурадова Седа Григорьевна	167
УКРАИНА. К ЧЕМУ ПРИВОДЯТ МЕЧТЫ Осипов Алексей Владимирович Фролов Михаил Валерьевич Смоленская Светлана Владимировна	172
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ) Павлова Вероника Афанасьевна Петрова Наталья Николаевна	176
ИССЛЕДОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Романкин Андрей Сергеевич Туровец Оскар Григорьевич	181
ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА Скалкин Дмитрий Владимирович Смицких Ксения Викторовна	186
АЛЬТЕРНАТИВА МВФ ДЛЯ СТРАН БРИКС Черёмкина Туйара Айаловна Петрова Наталья Николаевна	195
ПРОБЛЕМАТИКА ВОССОЕДИНЕНИЯ СЕВЕРНОЙ И ЮЖНОЙ КОРЕИ Черёмкина Туйара Айаловна Максимова Капиталина Лиусуновна	201
КОНЦЕПЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И ИХ ПОТОКИ Чикина Светлана Николаевна Гогина Галина Николаевна	208

СЕКЦИЯ 1.

СОЦИОЛОГИЯ

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПАМЯТИ В ТРУДАХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ УЧЁНЫХ

Буланова Мария Александровна
студент Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва

Коркия Эка Демуриевна
научный руководитель, доц. кафедры социология коммуникативных систем
Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва

Одним из условий развития общества является передача накопленных знаний от одного поколения к другому. Такая социокультурная преемственность обеспечивает воспроизводство ценностей, идеалов и структур культуры на каждом этапе развития общественной системы. Формой социокультурной преемственности является социальная память, которую можно разделить на объективированную (информация, существующая без познающего субъекта) и интерсубъективную (информация о конкретной социальной системе, существующая в познающем субъекте) [6, с. 44], при этом первая может воспроизводиться только при взаимодействии со второй. Следовательно, большую роль в функционировании социальной памяти играет познающий субъект (отдельный человек или социальная система), так как именно он осуществляет накопление и транслирование социального опыта. Таким образом, социальная память – это накопленная в ходе социально исторического развития информация, зафиксированная в результатах практической и познавательной деятельности [10, с. 119]. Социальная память состоит из двух слоев: 1) социальное бессознательное (потребность в другом человеке», сочувствие, подчинение лидеру); 2) культурное наследие

(национальный язык, обычаи, знания и умения; памятники культуры, документы, освоенная обществом природа). Формальное измерение социальной памяти составляет материальная и духовная культура. Различные сферы общества (религиозная, культурная, юридическая, политическая, историческая) составляют содержательную структуру социальной памяти [14, с. 57].

В общественном дискурсе проблема социальной памяти заняла значительное место во второй половине XX века, когда стало очевидно, что процессы глобализации затрагивают национальную и культурную самобытность государств, изменяя ее. Поэтому исследование социальной памяти, ее функционирования, трансформации и влияния на развитие общества стало одной из тем многих дисциплин: философии, психологии, лингвистики, социологии и т. д.

Социальная память в социологической науке рассматривается в контексте пяти основных направлений: функциональное, феноменологическое, постструктурализм, социально-историческое и информационное. Представители каждого из подходов исследуют социальную память под определенным углом зрения.

Так, представители функционального подхода сосредотачивают внимание на социальной памяти отдельных групп с точки зрения той роли, которую социальная память играет в сохранении их целостности и устойчивости. Термин «социальная память» был впервые введен М. Хальбваксом в работе «Коллективная и историческая память». Социальная память здесь определяется как второй из видов памяти (первый – индивидуальная), и является для индивида внешней. К социальной, или коллективной, памяти индивид обращается, когда он является членом группы и вызывает в памяти воспоминания в той мере, в которой они затрагивают его группу [17, с. 8]. Хальбвакс называл память социальной, потому что ее функционирование определяется обществом, и она не является только индивидуальным процессом хранения и обработки полученной информации.

В работе «Социальные рамки памяти» Хальбвакс рассматривал два вида социальной памяти – семейную и религиозную. Семейная память базируется

на позиционировании ее членов друг друга как родственников, на передаче семейных реликвий, ценностей, норм, воспоминаний от одного поколения к другому [18, с. 187]. Устойчивость семьи зависит от соблюдения ее членами семейных рамок (семейные традиции, обряды и т. д.), в которых выражается общая установка группы, воспроизводится ее история, характеризуется ее природа, сильные и слабые стороны.

Религиозная память подчиняется тем же законам, что и любая коллективная память: она хранит и реконструирует прошлое с помощью оставшихся от него материальных следов, обрядов, текстов, традиций, а также с помощью настоящего. Любая религия в символических формах воспроизводит историю тех великих событий, которые можно найти у истоков практикующих ее обществ [18, с. 260–264].

Таким образом, коллективная память в семье и религии является одним из основных инструментов сохранения их устойчивости и целостности.

Свои воспоминания человек, как правило, приобретает, воссоздает в памяти, узнает и локализует именно в обществе. Наше индивидуальное мышление способно к воспоминанию постольку, поскольку существует коллективная память и социальные рамки памяти. Коллективная память в этом смысле предполагает существование памяти как таковой. Следовательно, коллективные рамки памяти служат оружием для воссоздания таких образов прошлого, которые в данный период согласны с господствующими идеями данного общества [18, с. 30].

Другой представитель функционального направления, М. Мосс, считал, что различные ритуалы обеспечивают воспроизводство религиозных практик и норм, а также консолидацию социальных общностей, поскольку соучастие членов общества является условием любого ритуала и его исходной формой [8, с. 236]. С течением времени многие ритуалы, например, молитва, перестают быть коллективным явлением и становятся личным делом отдельного человека, но даже в таком искаженном виде они позволяют реконструировать исходный социальный контекст данного явления. В этом

смысле любой ритуал является структурой коллективной памяти, поскольку содержит динамику возникновения и развития, процесс постепенного усиления социальной дисфункции [3, с. 8]. Таким образом, М. Мосс, также, как и М. Хальбвакс, представлял коллективную (социальную) память в качестве фундамента общества, который сохраняет его устойчивость и целостность. Память в функциональном направлении выполняет объединяющую функцию в определенной группе.

В трудах основоположника феноменологии Э. Гуссерля берет свое начало феноменологическое направление исследования социальной памяти. Гуссерль затрагивал проблематику памяти при исследовании интенциональности сознания. С точки зрения философа, интенциональность – основополагающее свойство сознания, которое приписывает его феноменам имманентную предметность, и таким образом решается важная для феноменологии проблема соотношения бытия и сознания. Мир возможен только как коррелят сознания [13, с. 206]. Интенциональность сознания и предметность, выраженная в нем, предполагает наличие у человека когнитивных возможностей фиксации и хранения образов мира (воспоминаний, фантазий). Гуссерль доказал, что память является свойством сознания, без которого его феноменальность будет утрачена. В идеях о ноэматической предметности сознания Э. Гуссерль раскрывал свои представления о социальной памяти [19, с. 24]. Социальной памяти свойственны субъективность, рефлексивность и способность определить и обосновать значимость содержания актов познания и сознания. Функционирование памяти рассматривалось Гуссерлем не только как рефлексивный процесс анализа прошлого, но и как процесс его ценностно-смысловой оценки в настоящем, то есть философ видит в функционировании социальной памяти аксиологический аспект.

Другой видный представитель феноменологического направления, А. Шюц видел в памяти и воспоминаниях механизмы формирования социального опыта. Для представителей одной социальной группы характерно наличие общих воспоминаний и, следовательно, получение схожего опыта.

Субъектом социальной памяти Шюц считал малые социальные группы, которые построены на личных контактах. Следует учитывать, что Шюц в качестве субъекта социальной памяти рассматривает малые социальные группы, построенные, как правило, на личных контактах. Процесс жизнедеятельности субъекта предполагает его включенность во множество социальных групп, с каждой из которых он имеет определенный набор общих воспоминаний. Таким образом, он имеет доступ к социальной памяти различных локальных групп, выступая точкой пересечения различных стратегий воспоминания [2, с. 8]. Шюц считал, что социальная память представляет собой память человека о встречах с теми, кто его окружает, запасы знаний, осуществляющие совпадение релевантностей, которое является условием взаимодействия людей и расширения индивидуального «жизненного мира» [21, с. 131].

П. Бергер и Т. Лукман, представители конструктивистского направления в феноменологии, исследуют механизмы, с помощью которых индивид получает доступ к социальной памяти. Для этого они вводят понятие социализации и определяют ее как процесс приобщения индивида к воспоминаниям социальной группы. Социализация видится ученым в двух видах: 1) первичная – происходит в детском возрасте и представляет собой включение индивида в социальную реальность посредством овладения базовым запасом знаний; 2) вторичная – не имеет конкретных рамок, она активизируется всякий раз, когда индивид оказывается в новых социальных условиях и получает доступ к новым воспоминаниям [4, с. 111–112]. Роль социальной памяти в процессе социализации состоит в обеспечении идентификации индивида в группе.

Таким образом, феноменологическое направление рассматривает социальную память как результат взаимодействия индивида с другими людьми, так как оно образует общие воспоминания, имеющие социальный характер.

Еще одним направлением в социологическом подходе к исследованию социальной памяти является постструктурализм, представители которого

исследуют социальную память в условиях трансформации общества. П. Нора в связи с этим пишет, что современная эпоха – эпоха всемирного торжества памяти, «мемориальная эпоха» [9]. Ученый видит две причины господства памяти: 1) «ускорение истории»; 2) «демократизация» истории. «Ускорение истории» означает процесс, при котором в обществе происходят постоянные изменения, что приводит к разрыву связи между прошлым, настоящим и будущим. Будущее теряет свою определенность и предсказуемость, а прошлое забывается. Прошлое теперь можно реконструировать только с помощью материальных носителей – документов, архивов, памятников. Поэтому настоящее обретает «долг памяти» – обязательство помнить свою историю, чтобы передать ее своим потомкам. Следовательно, память становится движущей силой, которая гарантирует преемственность поколений [9]. Вторая причина расцвета памяти – «демократизация» истории, под которой Нора подразумевает эмансипацию народов и этносов. Волны деколонизаций (всемирная, внутренняя, идеологическая) приводят к возникновению разнообразных форм памяти меньшинств, которые обеспечивают их идентичность и самобытность. В связи с этим особое значение приобретает понятие «коллективной памяти».

Х. Уайт в своей книге «Содержание формы» рассуждая над тем, как создаются, сохраняются и воспроизводятся коллективные представления о прошлом, приходит к выводу, что это происходит посредством нарративов. Воспоминания общества, считает Уайт, содержатся в различных видах исторического письма: анналы, летописи, настоящая история. Особенности коллективной памяти этнокультурных и национальных групп характеризуется теми текстовыми ресурсами, которые имеются в их культурном и историческом наследии. Так, анналам присуща минимальная степень повествовательности: они состоят из регистра списка событий, расположенных в хронологическом порядке [22, с. 5]. Летописи представляют собой незаконченные истории, однако в них есть центральная тема и хронология, поэтому они характеризуются несколько большей степенью повествовательности, нежели

анналы. Настоящие истории обладают самой высокой степенью повествовательности: в них присутствует сюжетная линия, герои, события наделены общим смыслом [22, с. 21]. Итак, чем более высокий по степени повествовательности ресурс использует общество для записи важных событий своей истории, тем более обширную информацию содержит его социальная память. Потребность в использовании более информативной формы нарратива может возникнуть в обществе, члены которого понимают значимость связи между настоящим, прошлым и будущим и заботятся о сохранении коллективных воспоминаний. Следовательно, для перехода от использования одной формы нарратива к другой необходимо, чтобы произошли изменения в структуре общества, а именно чтобы память стала ценностью.

Таким образом, исследования представителей постструктуралистского направления направлены на поиск устойчивых структур общественного сознания.

Отдельно стоит выделить социально-историческое или эволюционное направление изучения социальной памяти, в котором работали Э. Тоффлер, Г. Шуман, Ж. Скотт.

Э. Тоффлер, говоря о памяти, выделяет два ее вида: во-первых, индивидуальную, или частную, которая недоступна для других; во-вторых, общую, или социальную, открытую для совместного доступа. В общей (социальной) памяти социолог видит двигатель эволюции, потому что она, в отличие от индивидуальной, не умирает вместе с человеком, а передается от поколения к поколению. Развитие социальной памяти коррелирует с развитием общества. Так, в обществе Первой волны не существовало иных форм хранения социально значимой информации, кроме самих людей. Следовательно, объем социальной памяти был жестко ограничен. Цивилизация Второй волны существенно расширила границы памяти. Распространение грамотности, ведение систематических деловых записей, строительство библиотек и музеев, изобретение картотеки, – все это были новые способы хранения информации, которые извлекли социальную память из-под «черепной

коробки». Однако, существуя только на бумаге или фотографии, память теряет свою подвижность. Оживает она только в процессе мышления человека. Поэтому следствием Второй волны Тоффлер считает «заморозку» социальной памяти. Третья волна характеризуется созданием компьютеров, которые сделают возможными появление новых теорий, технических прорывов и идей, то есть компьютеры «оживляют» социальную память. Таким образом, информационная сфера Третьей волны способна сделать социальную память не только обширной, но и активной. В новом обществе общая память снова становится важнейшим цивилизационным механизмом [15, с. 126].

Г. Шуман и Ж. Скотт в своей работе «Коллективная память поколений» раскрыли неоднородность пространства социальной памяти в рамках одной общности. Проведя исследование, касающееся опроса респондентов о наиболее важных событиях в истории США, социологи пришли к двум основным выводам: 1) воспоминания о важных политических событиях и социальных изменениях структурированы по возрасту; 2) юность и период ранней взрослости – главный период, когда в сознании запечатлеваются важные политические воспоминания, характерные для данного поколения. Также ученые выяснили, что образование имеет существенное влияние на запоминание важных исторических событий. В заключение своего исследования Г. Шуман и Ж. Скотт отмечают, что следует выделять два значения термина «коллективная память» (воспоминание) – в узком (персонифицированные коллективные воспоминания) и широком смысле (коллективные оценки и восприятия, значимые для формирования будущего поведения членов данного поколения). Таким образом, различие между двумя трактовками связано не столько с содержанием воспоминания, сколько со степенью личного переживания, которое относится к прожитым событиям [20].

Итак, представители социально-исторического направления рассматривают социальную память с точки зрения эволюции ее содержания и возможностей сохранения. Социальная память предстает здесь в качестве

элемента жизнедеятельности общества, который характеризует степень его развитости как в материальном (способы хранения, накопления и передачи информации), так и духовном отношении (воспоминания о важных событиях).

В основе информационного направления исследований лежит представление о неразрывной связи функционирования памяти, процессов познания, получения и накопления информации и динамики социальных систем. Представления К. Поппера о «третьем мире» считаются значимыми для понимания сущности социальной памяти. Поппер представлял социальное пространство состоящим из трех миров: 1) мир физических представлений; 2) мир субъективных состояний сознания; 3) мир объективного содержания мышления и предметов человеческого сознания вне познающего субъекта. Первый и третий миры взаимодействуют только через второй мир [5, с. 582]. В своей трактовке «третьего мира» К. Поппер высказал мысль о том, что содержание социальной памяти обладает самостоятельностью и объективностью, поэтому оно не является просто продуктом индивидуального сознания.

В.Г. Афанасьев отстаивает значимость социальной памяти через понятие системы социальной информации, которая обеспечивает вертикальный (накопление, хранение, транслирование важной, программирующей поведение индивидов информации от поколения к поколению) и горизонтальный обмен информацией (обмен информацией между людьми одного поколения). Человек становится существом социальным благодаря воссозданию информации, которая была накоплена предшествующими поколениями, и объединению ее со знаниями современников [7, с. 41]. Таким образом, Афанасьев рассматривал информацию с точки зрения процессов ее познания и актуализирования в социальной памяти. Информация необходима для воспроизводства социальной памяти.

Отечественный ученый Я.К. Ребане определял социальную память в качестве совокупности ненаследственных социально-культурных средств и систем информации, являющихся основой для индивидуального и общественного познания на каждом этапе исторического развития [11, с. 44–

54]. Социальная память является основным инструментом хранения информации. Ребане выделил основные группы носителей социальной информации: 1) овеществленные результаты труда и орудия производства; 2) объективные социальные отношения; 3) язык и внелингвистические семиотические средства, способные передавать информацию [12, с. 107]. Таким образом, социальную память по Я.К. Ребане можно представить в виде всего многообразия социальной информации, которая существует в данный исторический период развития общества.

Следующим представителем информационного направления является В.А. Колеватов, который считает память, то есть способность накапливать и хранить информацию, важнейшим свойством любой системы. Исследуя категорию «социальная память» ученый пришел к представлению о том, что социальная память имеет общенаучный статус. По мнению Колеватова, социальная память – процесс функционирования социокультурных средств хранения ценной для общества информации, которая необходима для его существования [7, с. 35].

Б.С. Илизаров и В.Б. Устьянцев рассматривают социальную память как социальное образование, которое функционирует в трех основных качествах: 1) социальный институт (совокупность организаций, транслирующих материальные и духовные ценности); 2) сложная информационная система; 3) разновидность социокультурной деятельности (воспроизводство существующих образцов поведения и восприятия) [16, с. 15–18].

Таким образом, в информационном подходе раскрыта информационно-познавательная сущность социальной памяти, описана ее структура и развитие когнитивных схем. Социальная память здесь предстает в виде ретроспективного типа социальной информации, которая передает данные о прошлых состояниях социальной системы [2, с. 165].

Многообразие направлений изучения социальной памяти свидетельствует об актуальности данной темы среди исследователей. С точки зрения социологического подхода социальная память – элемент структуры общества,

характеризующий его устойчивость, который является результатом взаимодействия людей, сохраняется и воспроизводится в различных формах (материальной, духовной) и выражается в усвоении и передаче от поколения к поколению социально значимой информации.

Список литературы:

1. Аникин Д.А. Память как социальный феномен. Известия Саратовского университета Т. 7. Сер. Философия. Психология. Педагогика, вып. 1, 2007. – С. 3–9.
2. Аникин Д.А. Социальная память в свете информационного подхода. Журнал Вестник Поволжского Института Управления. Выпуск № 12, 2007. – С. 163–168.
3. Аникин Д.А. Коллективная память религиозных сообществ в эпоху глобализации. Ученые записки Казанского университета. Том 157. Кн. 1, 2015. – С. 7–15.
4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М., 1995. – 323 с.
5. Грицанов А.А. Поппер / А.А. Грицанов // Всемирная энциклопедия: Философия XX век / главн. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. – М.: АСТ-Минск: Харвест: Современный литератор, 2002. – 1312 с.
6. Игнатенко Т.И. Интерсубъективная социальная память как форма социокультурной преемственности. Журнал Известия Волгоградского Государственного Технического Университета. Выпуск № 5. Том 7, 2008. – С. 44–46.
7. Колеватов В.А. Социальная память и понимание. – М.: Мысль, 1984. – 190 с.
8. Мосс М. Социальные функции священного. – СПб.: Евразия, 2000. – 446 с.
9. Нора П. Всемирное торжество памяти / Неприкосновенный запас. 2005. № 2–3(40–41) – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/nora22.html> (Дата обращения 04.11.2015).
10. Рафиков А.М. Социальная память и механизмы ее воспроизводства. Журнал Вестник Башкирского Университета. Выпуск № 2. Том 11, 2006. – С. 119–121.
11. Ребане Я.К. Информация и социальная память // Вопросы философии, № 8, 1982.
12. Ребане Я.К. Социальная детерминация познания: комплексная проблема исследования // Общественные науки № 4, 1980.
13. Семенова В.Н. Гуссерль / В.Н. Семенова // Всемирная энциклопедия: Философия XX век / главн. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. – М.: АСТ-Минск: Харвест: Современный литератор, 2002. – 1312 с.
14. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002 г. – 232 с.
15. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: ООО «Фирма» Издательство АСТ», 2004. – С. 6–261.
16. Устьянцев В.Б. Культура и социальная память // Закон возрастания роли культуры. Саратов, 1998.
17. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память / Морис Хальбвакс // Неприкосновенный запас. – 2005. – № 2-3. – С. 8–27.

18. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. Монография. – М.: Новое издательство, 2007. – 348 с.
19. Храпов С.А. Концептуализация понятия «социальная память» в системе философского знания. Гуманитарные исследования № 4 (36), 2010. – С. 23–26.
20. Шуман Г., Скотт Ж. Коллективная память поколений. – Социологические исследования № 2, 1992. – С. 47–60.
21. Шюц А. Структура повседневного мышления // Социс. 1988. № 2.
22. White H. The Content of the Form: Narrative Discourse and Historical Representation. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1987. – 244 p.

ЖЕСТОКОЕ ОБРАЩЕНИЕ С ДЕТЬМИ В СЕМЬЕ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

Марчук Юлия Николаевна

*студент Уральского государственного педагогического университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Королева Светлана Викторовна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц. кафедры технологий социальной
работы Уральского государственного педагогического университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Актуальность выбранной темы обусловлена возросшими случаями жестокого обращения с детьми. Дети являются наиболее незащищенными членами общественных отношений. Поэтому ребенок зависит от взрослых, нуждается в поддержке и защите со стороны семьи, взаимоотношения внутри которой регулируются посредством семейного законодательства.

Семья – это основанная на браке и (или) кровном родстве малая группа, члены которой объединены совместным проживанием и ведением домашнего хозяйства, эмоциональной связью, взаимными обязанностями по отношению друг к другу [7].

К числу основных функций семьи отнесены: репродуктивная, воспитательная, хозяйственно-бытовая, экономическая, социально-статусная, досуговая, эмоциональная, функция духовного общения и первичного социального контроля. Воспитание молодого поколения является основополагающей функцией семьи [5].

В 1990 году Российская Федерация ратифицировала принятую в 1989 году Генеральной Ассамблеей ООН Конвенцию о правах ребенка, целью которого является защита каждого ребенка и помощь в становлении его личности. Ее положения сводятся к 4-м основным требованиям, которые должны обеспечивать права ребенка: право ребенка на жизнь, на развитие, на защиту и на активное участие в жизни общества.

В Конвенции указано, что *ребенком* признается каждое человеческое существо до достижения 18-летнего возраста. Поэтому любые формы жестокого обращения относятся данному возрастному периоду [1].

В современном обществе дети чаще всего не испытывают защиты в семье, а переживают грубое отношение, становятся свидетелями или жертвами насилия. Можно сказать, что нарушаются права и свободы наиболее незащищенных, уязвимых членов общества, которые впитывают грубость, жестокость и невежество со стороны взрослых, берут с них отрицательный пример. В подобных случаях у детей формируется отклоняющееся поведение, растет детская и подростковая преступность, беспризорность, безнадзорность, развиваются различные виды зависимостей [3].

Проблема насилия и жестокого обращения с детьми в семье с каждым годом становится все более актуальной. Поэтому возникает необходимость решать возникшую социальную проблему в обществе, чтобы снизить нарастающую угрозу физическому, психическому и духовному развитию с целью создания безопасных условий для жизни и развития детей.

В научных источниках можно найти достаточно много вариантов определения *жестокого обращения с детьми*. Мы же будем придерживаться того, которое дал кандидат медицинских наук Цымбал Е.И.: «Любые умышленные действия или бездействие со стороны родителей, лиц, их заменяющих, лиц, на которых возложены по закону обязанности по воспитанию ребенка, а также лиц, обязанных осуществлять надзор за ребенком, причинившие вред физическому или психическому здоровью ребенка или вследствие которых нарушилось естественное развитие ребенка либо возникла реальная угроза для его жизни или здоровья» [4].

В зависимости от характера преобладающего вреда, причиненного ребенку, выделяются следующие формы жестокого обращения:

- физическое насилие (вред причиняется жизни или физическому здоровью);
- психическое насилие (вред причиняется психическому здоровью);

- сексуальное насилие или развращение (нарушается психосексуальное развитие);
- пренебрежение основными нуждами (нарушается психофизическое развитие) [4].

К *физическому насилию* относят преднамеренное нанесение ребенку родителями или лицами, их замещающими, или лицами, ответственными за их воспитание, физических повреждений, которые могут привести к смерти ребенка, или вызывают серьезные (требующие медицинской помощи) нарушения физического или психического здоровья, или ведут к отставанию в его развитии. Сюда также можно отнести телесные наказания, наносящие ущерб физическому и психическому здоровью ребенка [6].

Современная семья сталкивается со многими факторами, которые повышают риск физического насилия над ребенком. Чаще всего это происходит в семьях, находящихся в социально опасном положении, а также, если родители имеют низкий образовательный уровень, заняты неквалифицированным трудом, либо в отношении них самих в детстве было применено насилие со стороны родителей, старших братьев или сестер. Кроме того, исследования показывают, что многодетность также является существенным фактором риска для проявления в отношении детей физического насилия. Не стоит забывать о том, что бедность также провоцирует негативное отношение человека к обществу, его ценностям и нормам поведения, а значит, к личности самого ребенка [4].

Целуйко В.М. дает следующее определение *психического (эмоционального) насилия* – это длительное, постоянное или периодическое психологическое воздействие, приводящее к формированию у ребенка патологических черт характера или нарушающее развитие его личности [6].

По мнению большинства специалистов, данная форма насилия встречается чаще остальных и приносит наибольший вред становлению личности ребенка. Грубое поведение родителей или лиц, их замещающих, в отношении ребенка приводят к психическим деформациям, снижению самооценки, разрушение

здоровья и нарушению развития ребенка, его веры в себя. К психологическому насилию относятся открытое непринятие ребенка, оскорбление его достоинства, угрозы, преднамеренная физическая и социальная изоляция ребенка. Сюда также можно отнести неспособность родителя или лица, осуществляющего уход, обеспечить ребенку внимание, заботу, привязанность, поддержку, понимание нужд ребенка, что может выражаться в нелюбви к ребенку, словесном грубом отношении.

Наиболее частым в последнее время становится *сексуальное насилие (развращение, растление)* – это вовлечение ребенка с его согласия или без такового, осознаваемое или неосознаваемое им в силу физической незрелости или других причин, в сексуальные действия со взрослыми с целью получения последними удовлетворения или выгоды. К сексуальному насилию относят посягательства на половую неприкосновенность детей любых лиц, а не только родителей [6].

В обществе на сегодняшний день имеют место мифы, являющиеся осознанной или неосознанной попыткой искажения причин и последствий сексуального насилия над детьми.

Миф 1: Сексуальное насилие совершается в основном над детьми подросткового возраста (На самом деле, наиболее уязвимый возраст для насилия – 9 лет).

Миф 2: Сексуальное насилие совершается незнакомыми людьми (В реальности российскими и зарубежными исследователями доказано, что хорошо знакомы ребенку люди чаще совершают над детьми сексуальное насилие).

Миф 3: Сексуальное насилие совершается только над девочками (В действительности, девочки подвергаются насилию, конечно, чаще, но и насилие над мальчиками тоже имеет место быть).

Миф 4: Сексуальное насилие случается только один раз (На самом деле, это длительный процесс, когда эксплуатируются доверительные отношения ребенка ко взрослому).

Миф 5: Только половой акт наносит ущерб ребенку (На самом деле, ребенок, переживший сексуальное насилие, столкнется с психологической травмой, когда доверие ко взрослым исчезнет, разрушится потребность в безопасности, повысится страх, тревога, снизится самооценка).

Пренебрежение основными нуждами и потребностями ребенка также является распространенной формой насилия над личностью ребенка. Чаще всего оно проявляется в тех семьях, чьи родители в детстве сами стали жертвой насилия или пренебрежения со стороны взрослых [2].

Близкое определение пренебрежения основными потребностями ребенка дается Т.Я. Сафоновой: «Недобросовестное выполнение родителями или лицами, их заменяющими, своих обязанностей, вследствие чего ребенок испытывает острую или хроническую нужду в питании, одежде, жилище, гигиене, безопасности, любви и заботе, медицинской помощи, образовании и других условиях, необходимых для его физического, интеллектуального и эмоционального развития. Пренебрежение нуждами ребенка может начаться еще во внутриутробном периоде, когда мать употребляет алкоголь, наркотики, игнорирует необходимость медицинского наблюдения и не следит за своим собственным здоровьем» [4].

Отсутствие должного внимания и заботы в отношении ребенка может быть вызвано болезнью, бедностью, неопытностью, чрезмерной занятостью, т. е. это все это происходит не предумышленно. Матери, не проявляющие к детям необходимого внимания, могут быть охарактеризованы как импульсивные, грубые, резкие, социально незрелые и не имеющие навыков по уходу за ребенком. Их неопытность в вопросе воспитания детей может отрицательно сказаться на формировании личности ребенка, что в будущем отразится на состоянии общества в целом.

Данная форма насилия над детьми тоже может быть определена по определенным признакам: пассивность, подавленное настроение, агрессивность, плохие социальные взаимоотношения, антиобщественное поведение, плохая успеваемость, эмоциональные проблемы, низкая самооценка,

неразборчивое дружелюбие. Хотя и пренебрежение и выделено в отдельную форму насилия над детьми, в обществе оно таковым не воспринимается. Поэтому низка вероятность того, что дети будут жаловаться на плохое отношение родителей к ним. Следовательно, важно уделять внимание особенностям поведения детей и принимать соответствующие меры [2; 6].

Применение физического, психического, сексуального насилия в семье, пренебрежение основными потребностями ребенка являются опасными по отношению к личности, только начинающей развиваться в социуме. Ребенок, не ощущающий заботы со стороны родителей, испытывающий постоянную грубость, не имеющий должного образования и медицинского ухода, может начать злоупотреблять алкоголем, наркотическими средствами, совершать преступления.

Таким образом, для детей, переживших насилие в семье, период детства будет уже не ярким, беззаботным, счастливым, а превратится в безрадостное существование, лишённое любви, внимания и заботы со стороны главных людей в их жизни. Именно поэтому обществу стоит уделять внимание данному вопросу, а не замалчивать его. Для решения проблемы жестокого обращения с детьми в семье нужно продумать и применять целенаправленно определенные действия специалистов различных ведомств. Однако, насилие – это социальная проблема, которую надо решать не только посредством правового регулирования, но и изменением ценностных ориентаций и института семьи, являющегося залогом благоприятного функционирования личности ребенка и успешного развития общества и государства.

Список литературы:

1. Зубкова Т.С. Организация и содержание работы по социальной защите женщин, детей и семьи [Текст]: учеб. пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / Т.С. Зубкова, Н.В. Тимошина. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 224 с.
2. Насилие в семье: особенности психологической реабилитации [Текст]: учеб. пособие / под ред. Н.М. Платоновой и Ю.П. Платонова. – СПб.: Речь, 2004. – 154 с.
3. Павленок П.Д. Технологии социальной работы с различными группами населения [Текст]: учеб. пособие / П.Д. Павленок, М.Я. Руднева. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 272 с.

4. Предотвращение жестокого обращения с детьми в семье [Текст]: практич. пособие / сост. А.И. Зырина; Т.Л. Индейкина. – Пермь, 2009. – 109 с.
5. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Семьеведение» [Текст]: сост. Н.Я. Иванова. – Тольятти, 2004. – 36 с.
6. Целуйко В.М. Психология неблагополучной семьи [Текст]: книга для педагогов и родителей / В.М. Целуйко. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2006. – 271 с.: ил. – (Психология для всех).
7. Технологии социальной работы [Текст]: учеб. / **под общ. ред. проф.** Е.И. Холостовой. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 400 с. – (Серия «Высшее образование»).

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА НА ПЕРЕДОВИЦАХ ГАЗЕТ

Роянова Ксения Валерьевна

*студент Северо-Восточный государственный университет,
РФ, г. Магадан*

Леснов Александр Вадимович

*научный руководитель, доц., канд. филос. наук,
Северо-Восточный государственный университет,
РФ, г. Магадан*

С каждым годом, в мире происходят различные изменения, меняется не только общество, как целое, но и его составляющие. Изменениям подвергается все, в том числе и незначительные маленькие составляющие общей системы.

Ближе всего, к человеку являются газеты. Это столь привычные предметы повседневной жизни человека, что он никогда не интересуется тем, как изменяется содержимое. Для того чтобы понять, есть ли изменения, мы решили взять для изучения первую страницу газеты «Колымский тракт».

Перед тем, как преступить непосредственно к самому анализу, мы выяснили, что данная газета выпускается с 1999 года в городе Магадане, поэтому на данный период 2015 год, эта газета выпускается уже 16 лет. Для нашего анализа мы решили взять все выпуски газеты, за пятнадцать лет, то есть с 1999 года по 2014 год.

Мы фотографировали для анализа только обложку газеты, при анализе мы изучали только фотографии, которые там располагались.

Анализ проводился по следующим критериям:

1. Кто изображен на фотографии.
2. Количество участников.
3. Если есть фон, то какой он.
4. Цвет фотографий.
5. Какие эмоции у людей.
6. Почему используются именно эти фотографии.

7. Внешний вид участников.

При анализе использовалось около 780 газет, то есть столько же мы и сделали фотографий для анализа.

В результате анализа мы пришли к следующим выводам:

В первый год издания, в газете «Колымский тракт» чаще всего на обложке использовались карикатуры и редко фотографии, все зависело от темы, которая освещалась в газете. Если тема была обыденной и повседневной, в газете использовались одиночные фотографии женщин или мужчин, они выглядели очень хорошо и всегда улыбались, но если в газете поднималась тема какого-либо негативного характера, например, алкоголизм, наркомания и т. д., то тогда использовались как раз таки карикатуры.

Постепенно количество используемых карикатур уменьшилось, и, начиная с 2000 года, все больше начало использоваться фотографий, но они занимали незначительное место на обложке газеты. Изображались рабочие-женщины и мужчины, на фоне стройки и других местностей, на них всегда одета спецовка, они выглядят усталыми, но счастливыми. Также появляться начали фотографии детей, в том числе еще и увеличилось количество фотографий мужчин, обычно они опечалены и одеты в однотонную одежду, все это связано с тем, что темы обычно негативного характера, примером служит сиротство или же заключение и т. д.

На протяжении с 2001 по 2002 год, в газете мало используется фотографий, большую площадь на обложке занимали чистые фоны с большими надписями.

При анализе, мы обратили внимание на одну особенность, что некоторые фотографии могут повторяться. Иногда это не связано с одной и той же темой, темы могут быть разными, а вот фотографии и рисунки иногда используют годовалой давности, главное, довольствуясь правилом о том, чтобы и рисунок, и тема должны быть в одной концепции и не противоречить друг другу.

Стоит обратить внимание также на то, что с улучшением жизни в городе, на передовицах газет, начинают чаще появляться высокопоставленные лица

города, причем это не обязательно депутаты, это различные директора школ, владельцы каких-либо предприятий и т. д. Одеты они, безусловно, по последней моде, всегда аккуратно причесаны и ухожены, всегда улыбаются и держат прямую осанку. Начали появляться также и фотографии групп людей, обычно это школьники или молодые люди студенческого возраста, которые всегда в костюмах и счастливые, но такие фотографии появляются лишь в сентябре, во время начала учебного года. Иногда все еще можно встретить шуточные карикатуры, но чаще всего обычно одиночные фотографии.

В 2003 году, начинают появляться фотографии целых коллективов, от 7 до 25 человек в среднем, все зависит лишь от того, что это за коллектив и какая тема статьи. Все они также счастливы, всегда улыбаются, чаще всего встречаются работники каких-либо компаний, а с сентября месяца появляются еще и школьники, иногда это дети младших классов, а иногда и старшеклассники, вместе со своим преподавателем. Стоит отметить также и то, что все они в форме и выглядят очень ухоженными, что говорит о хорошем заработке их родителей.

Далее почему-то, в 2004 году, количество фотографий уменьшается, и основную часть передовицы занимают различные надписи. Что же касается фотографий, то это одиночные фотографии, изредка это фотографии коллективов каких-либо компаний, общая численность которых до 30 человек.

Иногда мы встречали одиночные фотографии или же фотографии до трех человек, на которых были изображены простые работники и выглядели они не очень ухоженно, обычно такие фотографии делали маленькой и почти не заметной на фоне больших фотографий, с более обеспеченными гражданами.

С последующими выпусками каждый год с 2005 по 2014, фотографии начали меняться, все это можно связать и с изменением жизни граждан города. Постепенно все больше начало использоваться детских фотографий и фотографий групповых, иногда даже встречаются семейные фотографии. Стоит обратить внимание на то, что фотографии с негативным содержанием

и эмоциями, чаще всего имеют маленький масштаб, нежели положительные фотографии.

Изредка можно встретить карикатуры, которые со временем могут встречаться раз или два в 5–10 выпусках газет. Но обычно, такие карикатуры посвящены, к примеру, экономическим ситуациям, к которым трудно подобрать фотографии, для этого используются карикатуры.

Внешний вид граждан улучшается, а прически изменяются. Чаще стали появляться не только высокопоставленные чины, но и просто хорошо обеспеченные граждане. В том числе и фотографии дорогих автомобилей, магазинов и т. д. С улучшением жизни граждан, это и отразилось на фотографиях, которые используют в данной газете.

Подводя итог можно выделить следующие пункты:

1. На фотографиях часто изображены мужчины и женщины от 30 до 45 лет.

2. Чаще всего используются одиночные фотографии мужчин и женщин, но с 2005 года чаще начали появляться групповые фотографии от 5 до 20 человек.

3. Фон обычно отсутствовал, но иногда встречался фон виде домов или стройки, с изменениями в обществе фон также начал изменяться и фон, который стал более богатым, к примеру, дорогой ювелирный магазин или новые дома.

4. Цвет фотографий не изменялся с момента основания газеты, они все были черно-белые.

5. Чаще всего на лицах людей улыбки и такие фотографии занимают значительное место на передовицах, но также и встречаются фотографии с грустным или отчаявшимся выражением лица, такие фотографии обычно маленького размера и на фоне больших они теряются.

6. Используются фотографии или рисунки в соответствии с заголовками статей, то есть обычно либо это участники произошедшего события, либо подобранная по смыслу карикатура.

7. Что касается внешнего вида участников, то это всегда костюм, причем это не зависит от пола или возраста человека. Иногда встречаются рабочие, на них соответственно их стандартная форма. Стоит обратить внимание на то, что чем ближе к современному времени, то есть в период с 2012 по 2014 год, иногда появляются молодые люди и девушки в джинсах. Преимущественно это лица из категории молодежь.

Итак, можно сказать, что значительных изменений на фотографиях в газете, на обложке, нет. Есть своего рода критерии и штампы, по которым, судя по всему, и отбираются фотографии в печатном издании.

Мы проводили анализ за 15 лет, с одной стороны это не малый срок, но с другой, мало что изменилось в фотографиях, разве только количество участников на фотографиях и мода. Для того чтобы подробно изучить моду костюма или прически, нужно исследовать именно сами фотографии жителей города Магадана, но это сложно осуществить, поскольку в городе не существует архива города фотографий.

Мы считаем, что впоследствии возможно спустя 10 или же 20 лет, можно будет лучше отследить изменения или же не отследить в фотографиях на первой странице газеты.

МУЗЫКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СТИЛЯ ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ

Роянова Ксения Валерьевна

*студент Северо-Восточного государственного университета,
РФ, г. Магадан*

Чепенко Людмила Васильевна

*научный руководитель, ассистент кафедры социологии и философии,
Северо-Восточного государственного университета,
РФ, г. Магадан*

Музыка является один из компонентов, который оказывает влияние на формирование и развитие личности, как в духовной, так и в материальной сфере жизнедеятельности. Некоторые способны связывать с музыкой непосредственно свою профессиональную деятельность, в соответствии с этим у них формируется свое мировоззрение, свой стиль жизни, стиль одежды и т. д.

При этом музыка, как часть культуры, способна оказывать положительное и отрицательное влияние на любого человека в обществе, что позволяет каждому сформировать свою социальную реальность. Возможно, также регулировать поведение человека, посредством воздействия норм музыкальной культуры.

Изучением музыкальной культуры занимались такие социологи, как: Теодор В. Адорно, Мозгот В.Г., Лукьянов В.Г., Колчинская В.Ю. и многие другие. Эти ученые занимались изучением музыкальной культуры с различных сторон, выясняя причины и степень влияния музыки в обществе, а также каким образом это происходит. Такое количество научных работ по музыкальной тематике, свидетельствует о том, что даже в отношении социологии, музыка является актуальной темой для исследования, хотя при этом и не является самой распространенной.

Именно поэтому, для нашего исследования, мы решили взять данную тематику. Но в нашем исследовании мы решили конкретизировать тему исследования, а также в городе Магадане ранее не проводилось исследования, среди студентов «Колледжа искусств».

Цель: выявить взаимосвязь музыки и стиля жизни молодежи.

Объект: студенты «Колледжа искусств» города Магадана, с 1 по 4 курс.

Предмет: стиль жизни студентов.

Метод исследования: анкетирование.

Задачи:

1. Проанализировали работы социологов о представлении места музыки у молодежи.
2. Проанализировали работы социологов о стиле жизни у молодежи.
3. Выяснили, какое место музыка занимает в жизни молодежи, которая обучается в «Колледже искусств».
4. Выяснили, оказывает ли что-либо влияние на формирование музыкального интереса под влиянием музыкальной культуры.
5. Выяснили, насколько индивиды подвержены влиянию музыкальной культуры.
6. Провести сравнительный анализ выводов по полученным результатам с результатами 2014 года.

Гипотезы:

- Музыка оказывает влияние на стиль жизни студентов.
- По окончании обучения, все студенты будут работать или же обучаться далее по своей специальности.
- Предпочтения студентов в музыке не зависят от каких-либо факторов.

Выборочная совокупность – это сплошной опрос, поскольку исследование проводилось в малочисленной социальной группе, где количество респондентов составляет 10–15 человек. Дополнительных критериев, мы вводить не будем.

2.3. Анализ полученных данных, в ходе проведенного анкетирования.

В результате проведенного опроса, среди студентов Колледжа искусств, мы получили данные, по результатам которым пришли к следующим выводам.

Можно увидеть возраст опрошенных респондентов. Стоит обратить внимание, что респондентов в возрасте 20 лет не было опрошено, именно

поэтому при анализе, мы исключили данную переменную. Таким образом, мы видим, что нами было опрошено больше всего респондентов в возрасте 18 лет, что составило 60 % от общего числа респондентов.

Нас также интересовали причины, из-за которых студенты учатся в «Колледже искусств». Поскольку мы считаем, что существует взаимосвязь между получаемой профессией и музыкой, как фактором, формирующим стиль жизни у молодежи.

Итак, как видно на слайде 6, 54,5 % респондентов нравится их будущая специальность. Для получения дополнительного образования и для самовыражения себя реализуют в этом колледже – по 18,2 % респондентов. Таким образом, можно сказать, что студенты желают себя реализовать, как специалистов в выбранной ими профессии.

В опросе были опрошены студенты: 40 % – это студенты специальности НХТ, то есть актеры, по таким специальностям, как СКД (режиссер) и Теоретик (музыкант и вокал), составило по 30 % респондентов. В процессе проведения опроса, мы посчитали, что для полной картины о том, оказывает ли музыка влияние на стиль жизни молодежи, стоит провести опрос по всем трем специальностям.

Для того чтобы узнать, оказывает ли музыка воздействие на стиль жизни молодежи, мы решили узнать занимались ли студенты музыкой до поступления в колледж.

По этим данным, мы можем сказать, что занятие музыкой оказало влияние на поступление студентов в данный колледж. Но, не смотря на такой большой процент в ответе респондентов на данный вопрос, при ответе на вопрос о том, сколько времени в неделю они уделяют занятию музыкой. Респонденты дали, следующие ответы.

Как видно 1–2 раза в неделю музыкой занимаются только – 10 % респондентов, 5–6 раз в неделю уделяют занятию музыкой только – 20 % респондентов. Что касается оставшихся 70 % респондентов, то они предпочли

не отвечать на данный вопрос, поскольку они относятся к специальностям СКД (режиссер) и НХТ (актер).

Поскольку наше исследование касается стиля жизни молодежи, мы интересовались, не только занимаются ли студенты музыкой, но также тем, какую музыку они слушают.

Самыми популярными музыкальными жанрами среди опрошенных студентов являются:

1. Популярная музыка (Попса) – 16,7 %.
2. Реп – 16,7 %.
3. DubStep – 16,7 %.

Выбор прослушиваемой музыки, никак не зависит от их специальности. Мы решили также узнать, считают ли сами респонденты, оказывает ли музыка влияние на их стиль жизни, независимо от того занимаются они музыкой непосредственно сами, и независимо от того какой жанр музыки они предпочитают.

Таким образом, можно сказать, что по-мнению респондентов, несмотря на то, что 30 % респондентов уделяют время занятию музыкой каждую неделю, а также то, что все предпочитают различные музыкальные жанры, музыка никак не оказывает влияние на их стиль жизни.

Мы предполагали, что прослушивание музыки может быть связано с принадлежностью к какой-либо субкультуре, но из 10 опрошенных, только один респондент соотнес себя с субкультурой «Металлист», но при этом он отметил тот факт, что музыка, которую он слушает, никак не зависит от его принадлежности к данной субкультуре.

В прошлом году, мы проводили также исследование, только среди студентов СВГУ при помощи глубинного интервью. Тема нашего исследования была следующая: *«Возможности применения глубинного интервью в социологии: исследование музыкальной культуры молодого человека (на примере студентов СВГУ)»* [1, с. 7].

По итогам данного исследования мы выяснили некоторые особенности формирования музыкального вкуса у студентов и то, каким образом музыка присутствует в их повседневной жизни.

Для того чтобы представить общую картину о том, каким образом музыка оказывает влияние на стиль жизни и на самого человека, мы решили сравнить сделанные нами выводы по новому исследованию, и исследованию 2014 года.

По проведенному сравнительному анализу выводов этих исследований мы смогли выявить следующее:

1. Музыка способна оказывать влияние на стиль жизни молодежи.
2. Независимо от получаемого образования, человек сам определяет степень влияния музыки.

Таким образом, музыка как фактор способна оказывать влияние на формирование стиля жизни у молодежи, но при этом только от самого человека будет зависеть то, каким образом и как сильно она будет оказывать влияние. Мы можем предположить, что человек творческой профессии, в нашем случае студенты «Колледжа искусств», полностью зависим от музыки и что она полностью формирует его стиль жизни.

В результате анализа мы выяснили, что студенты уделяют время занятию музыкой (30 %), но все же они не считают, что она каким-либо образом оказывает влияние на их стиль жизни. Мы предполагаем, что это связано с тем, что к музыке они относятся как к данности, которой они занимаются именно в колледже, а также связано еще с тем, что опрошенные респонденты являются только студентами, которые только обучаются своей профессии. Вполне возможно, что по окончании колледжа, те, кто продолжают свое обучение (60 %), смогут стать специалистами и тогда музыка, и их специальность в том числе, будут оказывать больше влияние не только на их стиль жизни, но и на их образ мышления и т. д.

Заключение.

Подводя итог данному исследованию, мы выполнили все поставленные задачи в данной работе:

1. Проанализировали работы социологов о представлении места музыки у молодежи.
2. Проанализировали работы социологов о стиле жизни у молодежи.
3. Выяснили, какое место музыка занимает в жизни молодежи, которая обучается в «Колледже искусств».
4. Выяснили, оказывает ли что-либо влияние на формирование музыкального интереса под влиянием музыкальной культуры.
5. Выяснили, насколько индивиды подвержены влиянию музыкальной культуры.
6. Провели сравнительный анализ выводов по полученным результатам.

Наши поставленные гипотезы в результате проведенного исследования, были опровергнуты, а некоторые подтверждены.

Гипотеза 1 – «Музыка оказывает влияние на стиль жизни студентов», была опровергнута. Мы выяснили, что, несмотря на то, что 30 % респондентов уделяют внимание занятию музыкой каждую неделю, они не считают, что она каким-либо образом оказывает влияние на их стиль жизни. Также данную гипотезу опровергают результаты о том, что остальные 70 % респондентов не занимаются музыкой и не считают, что музыка оказывает на них и их стиль жизни влияние.

Гипотеза 2 – «По окончании обучения, все студенты будут работать или же обучаться далее по своей специальности», данная гипотезы была и подтверждена, и опровергнута. Поскольку только 60 % респондентов планируют продолжить свое обучение, остальные 30 % респондентов ответили – нет, и только 10 % затруднились ответить на данный вопрос.

Гипотеза 3 – «Предпочтения студентов в музыке не зависят от каких-либо факторов», данная гипотеза была подтверждена. Поскольку респонденты отметили что то, что они слушают, никак не зависит от моды, знакомых и т. д.

Они указали на то, что слушают исключительно только то, что им нравится, независимо от каких-либо внешних факторов.

Таким образом, мы выяснили, что стиль жизни молодежи не зависит от музыки, а также от того по какой специальности обучается студент. Иначе говоря, музыка и музыкальный интерес у студентов «Колледжа искусств», зависит от самих студентов и их личностных особенностей. В то время, как у студентов СВГУ, где мы проводили интервью в 2014 году, музыка как фактор больше оказывает влияние на студентов и их стиль жизни.

Список литературы:

1. Роянова К.В. Возможности применения глубинного интервью в социологии: исследование музыкальной культуры молодого человека (на примере студентов СВГУ). – 2014. – С. 62.

ДОБРОВОЛЬЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ ЛЮДЯМ С ОГРАНИЧЕННЫМ ЗРЕНИЕМ ПРИ ИХ ПРИОБЩЕНИИ К ВИЗУАЛЬНОМУ ИСКУССТВУ

Терентьева Юлия Владимировна

*студент Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова,
РФ, г. Ярославль*

Соловьева Наталия Анемподистовна

*научный руководитель, доц. кафедры социальных технологий
Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова,
РФ, г. Ярославль*

В настоящее время в Российском обществе популяризировалась и активно развивается волонтерская и добровольческая деятельность, реализуемая общественными организациями, фондами, а также частными лицами. Добровольческая помощь осуществляется в самых разных направлениях для различных групп населения, в том числе и для людей с ограниченными возможностями, в частности, с ограниченным зрением, поскольку за счет выпадения или редуцирования зрительного канала они являются наиболее уязвимой категорией лиц с ограниченными возможностями и требуют особого внимания со стороны государства и общества. В силу ограничений по зрению у слабовидящих людей возникает проблема с получением визуальной информации, вследствие чего встает барьер на пути к чувственному познанию мира через визуальное искусство. При взаимодействии с визуальным искусством у человека с ограниченным зрением возникают вполне конкретные трудности, связанные с особенностями организации средово-бытовой зоны культурно-досуговых учреждений, производства технического оснащения, специфики общественного отношения к инвалиду, которые требуют поиска тех или иных путей решения со стороны специалистов, а также людей, готовых добровольно оказать посильную помощь в процессе решения данных вопросов.

Задача содействия людям с ограниченным зрением при их приобщении к визуальному искусству находит своё решение на государственном уровне, причем чаще всего в рамках школьного образования через введение уроков тифлогарифики с использованием необходимого технического оснащения

(макетов, аудиофильмов и т. д. и т. п.). Помимо этого, крупнейшими российскими музеями, среди которых можно отметить, в первую очередь, Эрмитаж, ведутся специальные экскурсии для людей с ограниченным зрением с использованием новейших технологий, которые в настоящее время доступны в использовании, как правило, лишь для молодой аудитории слабовидящих посетителей.

Существующие образовательные услуги на государственном уровне в настоящее время уже не удовлетворяют различные интересы и потребности людей с ограниченным зрением в сфере познания визуального искусства. Как никогда актуальными становятся формы добровольческой помощи, которые расширяют возможности государственной помощи в сфере приобщения людей с ограниченным зрением к визуальному искусству. Среди инновационного опыта добровольческой помощи, способствующего в приобщении к визуальному искусству не только слабовидящих школьников в рамках школьного образования, но и слабовидящих людей всех возрастов в рамках культурно-досуговых учреждений, в настоящее время реализуется создание объемных реплик известных произведений живописи, макетов архитектурных сооружений и скульптур, объемных светотеневых картин, звуковых картин, создание интерактивного 3D пространства по мотивам тех или иных произведений живописи.

Несомненно, наиболее применяемой и доступной формой помощи людям с ограниченным зрением в области приобщения к визуальному искусству является добровольческое тифлокомментирование, которое позволяет заместить или дополнить визуальную информацию, которая недоступна или малодоступна людям с ограниченным зрением, а так же непосредственное сопровождение при посещении учреждений культуры и искусства, обеспечивающее не только безопасность передвижения, но и снимающее у человека с ограниченным зрением излишнее напряжение при перемещении и ориентации в пространстве в данных учреждениях. Подобные формы помощи могут осуществляться на нескольких уровнях: как отдельно друг от друга

несколькими добровольцами, одни из которых владеют техникой сопровождения, а другие – техникой тифлокомментирования, так и в синтезе, когда один доброволец, оснащенный обеими этими техниками, одновременно осуществляет функцию сопровождения и функцию тифлокомментирования.

Рассматривая добровольческую помощь, оказываемую людям с ограниченным зрением при их приобщении к визуальному искусству, авторами было проведено исследование, основная цель которого – выявить уровень готовности добровольцев содействовать слабовидящим людям в области взаимодействия с визуальным искусством.

Для достижения поставленной цели были реализованы следующие задачи:

- 1) Выявить, какая часть респондентов в ходе своей добровольческой деятельности уже помогала людям с ограниченным зрением;
- 2) Выявить отношение респондентов к данному виду деятельности;
- 3) Выявить необходимость специальной подготовки респондентов к оказанию помощи людям с ограниченным зрением при приобщении их к визуальному искусству.

Перед началом данного исследования были выдвинуты следующие гипотезы:

- 1) Более 50 % добровольцев в ходе своей добровольческой деятельности уже помогало людям с ограниченным зрением;
- 2) Более 50 % респондентов считают необходимой помощь слабовидящим людям в процессе их взаимодействия с визуальным искусством, и готовы оказать данную помощь;
- 3) Более, чем 50 % респондентов необходима дополнительная помощь со стороны специалистов для подготовки к содействию слабовидящим людям в области визуального искусства.

В исследовании приняли участие 65 добровольцев в возрасте от 19 до 34 лет. Целевая аудитория была определена посредством случайной выборки через социальные сети и интернет-ресурсы.

Основным методом сбора и анализа первичной информации является анкетный опрос.

Изучая, какая часть респондентов в ходе своей добровольческой деятельности уже взаимодействовала с людьми с ограниченным зрением, было выявлено, что из 100 % опрошенных нами респондентов 83 % активно занимаются добровольческой деятельностью, однако лишь 13 % в ходе своей добровольческой деятельности уже взаимодействовали с людьми с ограниченным зрением. Таким образом, полученные результаты позволяют нам сделать вывод о том, что большинство респондентов не имеют опыта взаимодействия со слабовидящими людьми, лишь образно представляют специфику мировосприятия людей с ограниченным зрением, и имеют слабое представление об этических аспектах взаимодействия с ними. Можно предположить, что предложенная нами гипотеза была опровергнута.

Изучая, каково отношение респондентов к данному виду помощи, мы выявили, что 83 % респондентов готовы начать оказывать подобную помощь, но лишь 74 % респондентов считают её необходимой. Таким образом, подавляющее большинство добровольцев выражают готовность содействовать людям с ограниченным зрением при взаимодействии с объектами визуального искусства, то есть данная область деятельности интересна и добровольцам.

При изучении необходимости специальной подготовки респондентов к оказанию помощи людям с ограниченным зрением при их приобщении к визуальному искусству, 91 % из опрошенных нами добровольцев отметили, что им необходима специальная подготовка, причем лишь 26 % способны осуществить эту подготовку самостоятельно. Остальным же нужна помощь со стороны специалистов. 60 % респондентов отметили, что преимущественно хотели бы получить знания в области психологических особенностей людей с ограниченным зрением, среди 20 % приоритетным оказались получение знаний в области искусства, и 13 % сочли необходимым в первую очередь получить знания в области взаимоотношения с человеком с ограниченным зрением. Таким образом, можно сделать вывод, что более, чем среди 50 %,

а именно среди 91 % добровольцев на данном этапе осуществления их добровольческой деятельности будет востребована специальная подготовка для осуществления содействия людям с ограниченным зрением в процессе их взаимодействия с визуальным искусством.

Проведенное исследование подтверждает заинтересованность и желание добровольцев в содействии людям с ограниченным зрением при приобщении их к визуальному искусству, однако в настоящее время очевиден достаточно низкий уровень качественной подготовленности добровольцев к осуществлению данного вида деятельности, поскольку в ходе исследования было выявлено отсутствие опыта работы добровольцев со слабовидящими людьми, минимальные знания в области психологических особенностей людей с ограниченным зрением, а так же в области специфики взаимодействия с слабовидящими людьми. Полученные в ходе исследования данные свидетельствуют о недостаточной развитости добровольческой помощи людям с ограниченным зрением в области их приобщения к визуальному искусству в России, и на данном этапе её развития среди добровольцев будет востребована специальная подготовка для оказания данной помощи, которая может быть осуществлена через разработку и реализацию специальных программ по подготовке добровольцев и волонтеров к оказанию помощи людям с ограниченным зрением в области их приобщения к визуальному искусству

Список литературы:

1. Албегова И.Ф. Добровольчество как вид инновационной деятельности и форма социальной работы / И.Ф. Албегова // Вестник социально-политических наук: сб. науч. тр. № 12. – Ярославль: ЯрГУ, 2013. – № 12 – С. 3–7.
2. Албегова И.Ф. Добровольчество как инновационная деятельность в современном российском обществе / И.Ф. Албегова // Путь в науку: материалы II Международной молодежной науч.-практич. Конф – Ярославль, ЯрГУ 2014. – С. 69.
3. Албегова И.Ф. Добровольчество как инновационная форма социальной работы с инвалидами / И.Ф. Албегова // Социальные и психологические проблемы глазами молодых: материалы XVII международной науч.-практич. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых: тезисы докладов – Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского ун-та, 2013. – № 17. – С. 74–76.
4. Ваньшин С.Н., Ваньшина О.П. Социокультурная реабилитация инвалидов музейными средствами: Метод. пособ. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во ГДМ, 2009. – 76 с.

СЕКЦИЯ 2.

ФИЛОСОФИЯ

МАНУЭЛЬ КАСТЕЛЬС О СОЦИАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЯХ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Астраханцева Юнна Юлиановна

*студент 4 курса кафедры философии и культурологии факультета
гуманитарных и социальных наук
Оренбургского государственного университета,
РФ, г. Оренбург*

Писарчик Леонид Юрьевич

*научный руководитель, канд. филос. наук, доц. кафедры философии
и культурологии Оренбургского государственного университета,
РФ, г. Оренбург*

Сейчас мы живем в постиндустриальном обществе. Это общество в первую очередь основывается на информации. Для того, чтобы люди смогли как можно лучше адаптироваться к условиям такого общества, различные ученые исследовали и продолжают исследовать основные проблемы, появляющиеся на пути человека к гармоничному существованию с информацией. Одним из таких ученых является Мануэль Кастельс – американский социолог испанского происхождения, который входит в ряд теоретиков постиндустриализма, наравне с Даниелом Беллом, Элвином Тофлером и другими мыслителями. Кастельс – представитель «новой волны» постиндустриализма.

Важно то, что главной чертой современного информационного общества Кастельс считает не использование информации, так как это было и раньше, а возникновение информационных технологий. Это меняет мир в целом, ведь информационные технологии проникают во все сферы жизни. В связи с этим он выделяет ряд проблем, возникающих на этой основе.

Во-первых, это проблема значения городов и других регионов в информационном обществе, которые имеют риск потерять интерес к себе и потерять свое историческое значение. «В то время как власть создает

определенное функциональное пространство потоков, общества разрушают свою историческую культуру до уровня локализованной идентичности, что восстанавливает значение мест только ценой разрушения коммуникации между различными культурами и местностями. Между внеисторическими потоками и не уменьшаемой идентичностью местных сообществ, города и регионы исчезают как социально значимые места» [4]. И выход из такого положения, по автору, заключается в способности гармонично вписаться в пространство потоков. Населенным пунктам нужно быть способными получать и перерабатывать новую информацию, это повлечет за собой интеллектуальное развитие.

В своих работах Мануэль Кастельс приходит к выводу, что политическое общество претерпело значительные изменения. Так «политические системы охвачены структурным кризисом легитимности, периодически сотрясаются скандалами, существенно зависят от освещения в средствах массовой информации и личных качеств лидеров» [3; 386]. Становится важным образ, который создают имиджмейкеры, однако, этот образ часто не совпадает с реальностью.

Действительно, известно немало примеров скандальных ситуаций с участием в них политических лиц.

Меняется отношение к войне, как таковой. Хотя, по мнению испанского социолога, стремление к войне лежит в самой природе человека, сейчас государства по демократическому принципу начинают отвергать войну, то есть пытаются подогнать войну под рамки более, менее приемлемой для общества. То есть Кастельс выделяет моменты, под которые подстраивают понятие войны:

1. Война должна вестись с помощью профессиональной армии, чтобы как можно меньше затрагивать простых граждан. Она должна быть короткой, даже мгновенной, чтобы результаты не заставляли себя ждать, истощая человеческие и экономические ресурсы и поднимая вопрос об оправданности военной акции.

2. Война должна быть максимально скрытой от взгляда общества, что порождает важную роль информации для хода ведения войны.

Если сравнивать отношение испанского мыслителя к информации сквозь призму войны с воззрениями на это Самюэля Хантингтона, то можно увидеть, что последний не видит шагов к смягчению войны. «Военная конфронтация между Западом и исламским миром продолжается целое столетие, и нет намека на ее смягчение. Скорее наоборот, она может еще больше обостриться» [7]. У Энтони Гидденса мнение схожее с мнением Хантингтона. Он допускает вероятность большой войны, которая может случиться в будущем.

Во-вторых, Мануэль Кастельс обратил внимание на то, что с процессом информатизации все более отдаляются друг от друга глобализация и идентичность, сеть и понятие «я». И в этом аспекте социолог согласен с Реймондом Барглоу, который считает, что информатизация наравне с организацией человеческих сил ломает привычные понятия и устои, нарушает принцип самостоятельности. «Вместе с тем, однако, мировой экономике действительно присуща мощная тенденция интеграции, глобализации, которая в условиях господства ряда наиболее развитых стран приобрела ту форму, которую описал Кастельс» [6; 136]. Действительно, мы замечаем, что многие устои прошлых лет и в плане экономики и в плане коммуникаций меняются. Практически все население людей среднего и младшего возраста связано друг с другом с помощью средств связи, среди которых мобильный телефон, позволяющий всегда в любой момент дозвониться до нужного человека, с помощью всемирной сети, также позволяющей найти путь к дальним уголкам планеты. Человек чувствует, что всегда с кем-то связан, и уже не испытывает такую самостоятельность, которая была свойственна людям более старших поколений.

Важную роль в нашем обществе занимают мультимедиа. И главная черта, как пишет Кастельс, заключается в том, «что они охватывают в своей сфере большинство видов культурного выражения во всем их разнообразии» [3; 343]. То есть все проявления массовой и элитарной культуры, пропаганда

и образования, все виды СМИ сливаются в единый цифровой поток, который делает виртуальный мир человеческой реальностью. Однако эта реальность имеет некий дуализм. В плане обеспечения информации СМИ, в отличие от энциклопедий, упорядочивших в свое время информацию, распространяют ее хаотично, нарушая хронологию. Это касается образования, развлечений, новостей. Получается, что эта культура есть одновременно и культура вечного, и культура эфемерного. Кроме того, в современном обществе важную роль занимает реклама, которая также выстраивает идеальные образы, которые на самом деле довольно эфемерны.

В-третьих, интересный факт в современном обществе, который подмечает социолог – отрицание человеком смерти и попытка избежать ее всеми способами. Люди пытаются опираться на веру во всемогущий прогресс, и в этой вере помогают медицинские открытия и достижения. Кроме веры в прогресс людям помогает забыть о существовании смерти популярный в последние время цинизм, при котором все люди ассоциируются с вещами и товарами. Эти факторы порождают целую индустрию «здорового образа жизни»: гигиенической модой, витаминами, спортивной одеждой, а также компании, страхующие здоровье. «Господствующая тенденция в наших обществах как выражение эфемерного состоит в том, чтобы изъять смерть из жизни или сделать ее ничего не значащий посредством ее многократного представления в средствах массовой информации, представления всегда в виде смерти другого, так что нашу собственную мы встречаем с удивлением, как что-то неожиданное. Отделяя смерть от жизни, и создавая технологическую систему для того, чтобы продлить эти убеждения достаточно долго, мы конструируем вечность во время нашей жизни» [3; 422].

И еще Кастельс уделяет внимание отношениями опыта, с которым связан в основном кризис патриархальности, к которому относится и кризис отношений полов и в целом личности. Различные социальные движения, будь то феминизм или сексуальная революция, изменяют традиционное восприятие семьи. Рушится патриархальность, а вместе и с ней семья. Становятся

нормальными несемейные личные связи, одинокие или живущие друг с другом женщины, вовлечение отцов в жизнь своих детей. Кастельс соглашается с тем, что возрастание движений женщин, осознавших свое угнетенное положение положит путь к семьям эгалитарных форм, и в этом, несомненно, есть свои плюсы. Миллионы мужчин, уже готовы отказаться от своих привилегий и работать вместе с женщинами, чтобы найти новые формы отношений, при которых можно сочетать и работу, и воспитание детей. Однако нужно перейти к такой форме так, чтобы не перегнуть палку и не сбиться с пути, склоняясь к однополым бракам или к другим отклонениям от нормы.

То есть, главные проблемы духовной и культурной жизни, которые выделил М. Кастельс в своих трудах – влияние мультимедиа на становление эфемерной и виртуальной жизни реальной для современного человека, боязнь смерти, которая выливается в потребительский образ жизни и стремление к тому самому виртуальному. А также традиции семейных отношений, которые формируют личность, задачами которых в ближайшее время является плавный переход к гармоничному ведению семьи обоими партнерами, так как на основе семьи строится благополучие людей.

Список литературы:

1. Василенко И.А. Политическая философия / И.А. Василенко. – М.: Гардарики, 2004. – 45 с.
2. Гидденс Э. Последствия модернити // – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (www.lib.uni-dubna.ru/search/file) (дата обращения 02.06.13).
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 423 с.
4. Кастельс М. Информационный город. Информационная технология, экономическое реструктурирование и регионально-городской процесс // – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<http://www.urban-club.ru/?p=100>) (Дата обращения 25.05.13).
5. Кастельс М. Становление общества сетевых структур. // Новая постиндустриальная волна на Западе / В.Л. Иноземцев. – М.: Academia, 1990. – 631 с.
6. Орлов В.В. Философия экономики / В.В. Орлов, Т.С. Васильева. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2013. – 184 с. ISBN 978-3-8433-1939-3.
7. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций – статья Сэмюэля Хантингтона // – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (www.ecopost.ru) (Дата обращения 30.05.13).

СЕКЦИЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО АУТСОРСИНГА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Авилов Игорь Александрович

*магистрант Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Родионов Вячеслав Георгиевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

В настоящее время аутсорсинг представляет собой часть стратегии управления компанией, которая реализуется в процессе передачи различных услуг и работ стороннему исполнителю, основывающейся на принципе разделения труда, организованной, как устойчивый бизнес-процесс и направленной на улучшение эффективности организации и сокращения издержек. Применение логистического инструментария в управлении промышленным предприятием способно привести к сокращению себестоимости выпущенной продукции – до 30 % [1, с. 17]. Эффективная логистическая система обеспечивает не только высокое качество и сокращение сроков поставки продукции конечному потребителю, но и позволяет предприятию с минимальными издержками адаптироваться к изменениям внешней среды.

Логистические провайдеры являются коммерческими организациями, деятельность которых заключается в предоставлении услуг в сфере логистики (управление заказами, транспортировка, складирование и управление запасами, построение и поддержка дистрибутивных каналов и др.).

Чаще всего, специалисты таких компаний обладают определенным опытом в сфере логистического управления. Кроме того, у логистических провайдеров имеется развитая инфраструктура (терминал или терминальная сеть, парк

автомобильной и специальной техники, развитая сеть международных транспортных агентов и проч.).

Распространение логистического аутсорсинга и его развитие находится под влиянием определенных факторов, главными из которых являются:

- глобализация снабженческих и сбытовых сетей;
- поддержание высокого уровня обслуживания потребителей;
- достижение предприятиями высокого уровня организационно-функциональной гибкости.

Следует заметить, что, несмотря на все преимущества аутсорсинга, эта модель содержит немало рисков, к основным из которых относятся утечка конфиденциальной информации, отсутствие оперативных рычагов воздействия и управления процессами, переданными на аутсорсинг, неподконтрольное повышение цен за предоставляемые услуги.

Предприятие принимает решение об использовании логистических посредников в зависимости от наличия объективных факторов, которые подразделяются на экономические и организационные. Примером экономических факторов относятся: себестоимость выполнения определенной функции внутренними подразделениями в сравнении с ценой, запрашиваемой аутсорсером за выполнение соответствующих задач; рентабельность производственной деятельности; характеристика внешней среды. К группе организационных факторов можно отнести: прозрачность и безопасность сотрудничества, а также наличие эффективной системы управления и контроля за качеством выполняемых задач.

Кроме вышперечисленных факторов экономического характера, возможно наличие рисков связанных с утратой контроля над логистической цепочкой, в случае передачи её на удаленное управление. Однако большинство логистических провайдеров распоряжаются передовыми технологиями, при помощи которых они могут преобразовывать процессы складирования и транспортировки в единый информационный поток.

Самыми развитыми рынками логистического аутсорсинга обладают страны Европы и США. Эти же страны являются лидерами в сфере применения эффективных принципов и механизмов формирования логистической системы. За последние годы в США наблюдается рост рынка 3PL-услуг, он составляет 20–22 % в год. 3PL-провайдером возможно передать 2/3 от общих логистических затрат. По мнению множества экспертов, предприятия, использующие 3PL-подход, могут снизить затраты на управление запасами от 15 до 30 % [2, с. 132].

Анализ основных тенденции российского логистического аутсорсинга показал, что в России в настоящий момент большинство логистических компаний являются узкофункциональными логистическими посредниками.

Однако, в некоторых случаях, затраты предприятия на выполнение логистических функций собственными средствами и силами может быть ниже, чем передача их исполнения на аутсорсинг. Создание конкурентных преимуществ за счет сокращения операционных логистических затрат является основной целью сотрудничества производственных и торговых компаний с логистическими посредниками данного класса, что приводит к общему повышению эффективности функционирования логистической системы и, в дальнейшем, снижения себестоимости продукции. Особенно это актуально в связи с финансовым кризисом, когда минимизация издержек и сокращение сроков поставок становятся критически важными.

Последнее время наблюдаются существенные изменения в восприятии российскими предприятиями идеи логистического аутсорсинга. Предприятия различных сфер экономической деятельности активно взаимодействуют с логистическими операторами и постепенно внедряют логистический аутсорсинг. Но все же, Россия по показателю проникновения логистического аутсорсинга существенно отстает от показателей США и стран Европы [3, с. 137].

На данный момент ряд отечественных компаний проявляет осторожность в вопросах привлечения логистических посредников, объясняя это тем, что

пока не разработана универсальной и проверенной на практике методики, способной произвести точный расчет экономического эффекта от применения аутсорсинга. Дистанция от первоначальной стадии переговоров между оператором и предприятием до фактической постановки груза на обслуживание довольно существенна.

Внедрение аутсорсинга можно считать целесообразным если провести соответствующее обоснование и расчеты. Помимо явных затрат на персонал и содержание объектов недвижимости в структуре баланса существуют «скрытые» затраты, которые являются не менее важными и могут составлять значительную долю в общих логистических издержках. Речь идет о затратах на управление транспортировкой, обеспечение безопасности, эксплуатации транспортных средств, информационном обслуживании, налогах и др.

Существует ещё один немаловажный вопрос, требующий разрешения. Он заключается в определении числа поставщиков логистических услуг. По этому вопросу есть несколько мнений. Некоторые считают, что поставщиков услуг должно быть два-три. В таком случае практически не допускаются перебои в поставке продукции, оказании иных логистических услуг, исключается зависимость от одного поставщика, между поставщиками рождается конкуренция, улучшающая качество обслуживания и т. д. Сторонники же стратегии «стройного производства» предпочитают одного поставщика и рассматривают его как партнера по бизнесу. Острой проблемой для России являются уровень затрат на логистические услуги. С одной стороны, он обусловлен масштабами территории страны, но с другой, фактический разрыв между ценой производителя и потребителя, составляющий сотни процентов. При этом затраты логистику зарубежных компаний находятся в пределах 20 %, то есть на порядок ниже. Это подрывает конкурентоспособность отечественного производителя, способствует проникновению на внутренний рынок зарубежных товаров и услуг. Проблема настолько обострилась, например, депутаты законодательного собрания Краснодарского края обратились к главе правительства России с предложением обязать

торговые сети размещать на ценниках не только розничные, но и оптовые цены на продукты. По мнению парламентариев, это приведет к снижению торговых наценок.

Таким образом, можно сделать вывод, что российские предприятия привлекают сегодня посредников к выполнению логистических операций, но существует еще множество трудностей, по причине которых аутсорсинг не стал обычной практикой. Одной из главных причин является отсутствие на рынке достаточно компетентных и мощных операторов, предоставляющих полный комплекс логистических услуг по приемлемым, не завышенным ценам. Существуют все предпосылки того, что в будущем наличие спроса будет стимулировать процесс формирования логистических посредников, соответствующих предъявляемым компаниями требованиям.

Список литературы:

1. Горяев Н.К. Эффективность приобретения транспортных услуг на основе оперативного тендера / Н.К. Горяев // Транспорт Урала. – 2010.
2. Курбанов А.Х. Актуальные проблемы логистического аутсорсинга / А.Х. Курбанов // Транспортное дело России № 7 – 2011.
3. Якунина Ю.С., Окольников И.Ю. Тенденции развития современного рынка логистических услуг в России / Ю.С Якунина, Окольников И.Ю. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент № 1 – 2014.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В КРУПНЫХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Аксаниченко Наталья Анатольевна
студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Судова Татьяна Леонидовна
научный руководитель, проф.
Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Проблема социальной поддержки, финансового или иного содействия социально значимым проектам, организациям, отдельным гражданам со стороны негосударственных структур (компаний, фондов и т. п.) является сегодня весьма актуальной темой. Основными формами подобной деятельности являются спонсорство и благотворительность.

Причины интереса компаний к благотворительности кроются в росте социальной ответственности представителей бизнеса, развитии идей социального партнерства, осознании бизнесом невозможности построить комфортную для предпринимательской активности среду в условиях острого социального отчуждения. Российский бизнес начал понимать значение благоприятной социальной среды для успешной деловой активности и то, что для создания такой среды необходимы усилия самого бизнес-сообщества.

В соответствии с Федеральным законом «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11.08.1995 № 135-ФЗ под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки [5].

Существует множество мотивов, побуждающих компании осуществлять социальную деятельность. Согласно результатам Исследования «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства»,

выполненного по заказу ГК «Новард» компанией ЗАО «КПМГ» и Фондом «Единое общество», на первый план выходят личные ценности. Данный факт свидетельствует о том, что при осуществлении благотворительной деятельности важнейшую роль играет личность руководителя, владельца, именно от его ценностных установок зависит направленность, объем и масштаб социальной деятельности компании. Среди других факторов выделяют традиции компании, корпоративные требования и повышение значимости бренда [1].

Основными целевыми группами, на которые направлена социальная деятельность компаний крупного бизнеса, являются [2]:

- дети-инвалиды, дети с заболеваниями;
- дети-сироты и дети из неблагополучных семей;
- пожилые люди;
- студенты и молодые предприниматели.

Наиболее популярными направлениями социальных инвестиций являются:

- поддержка образования;
- физкультура и спорт;
- социальное обеспечение и предоставление социальных услуг;
- культура и искусство;
- экология.

Но, как отмечают исследователи, направления социальных инвестиций компаний крупного бизнеса не совпадают с целевыми группами, на которые ориентирована их деятельность. Так, среди крупных российских компаний по 16 % приходится на поддержку образования и проектов в области физкультуры и спорта, по 14 % – вложения в социальное обеспечение и предоставление социальных услуг и инвестиции в культуру и искусство [4].

Основными механизмами финансирования и реализации социальных программ компании являются [3]:

- Финансирование мероприятий по запросам организаций и/или физических лиц, которым оказывается помощь.

- Реализация собственных социальных и благотворительных программ компаний.

- Участие в соц. программах, реализуемых органами власти, на различном уровне.

- Предоставление бесплатных товаров и/или услуг.

- Содержание собственных объектов социального назначения.

- Финансирование и реализация соц. программ через благотворительные фонды.

- Участие в партнёрских программах, разрабатываемых и реализуемых совместно с госструктурами и НКО.

- Поддержка программ корпоративного волонтерства и сбора частных пожертвований сотрудников.

- Социально ориентированный маркетинг.

Система управления социальной деятельностью, в ее составе и благотворительной, зависит от размера и структуры компании. Чем крупнее компания, тем более масштабны решаемые задачи, соответственно, и структура управления у крупных компаний более дробная и иерархичная. Зачастую в крупных компаниях созданы отделы КСО либо функционируют группы специалистов в составе других отделов.

От размера компании, как правило, зависит уровень формализации и зарегулированности ее деятельности. Чем крупнее компания, тем более формализована ее деятельность, описаны все основные бизнес-процессы и проч.

Форма управления социальной деятельностью также зависит от размера и структуры компании. Чем крупнее компания, тем больше ее социальная деятельность будет более формализована.

Так, среди крупных российских компаний 22 % имеют отдельный отдел КСО, в 16 % компаний социальная деятельность находится непосредственно в ведении директора, в 15 % компаний имеются отдельные группы специалистов в составе различных отделов; в 12 % социальная деятельность

находится непосредственно в ведении собственников и акционеров компании, в 10 % компаний социальная деятельность сосредоточена в корпоративном фонде [1].

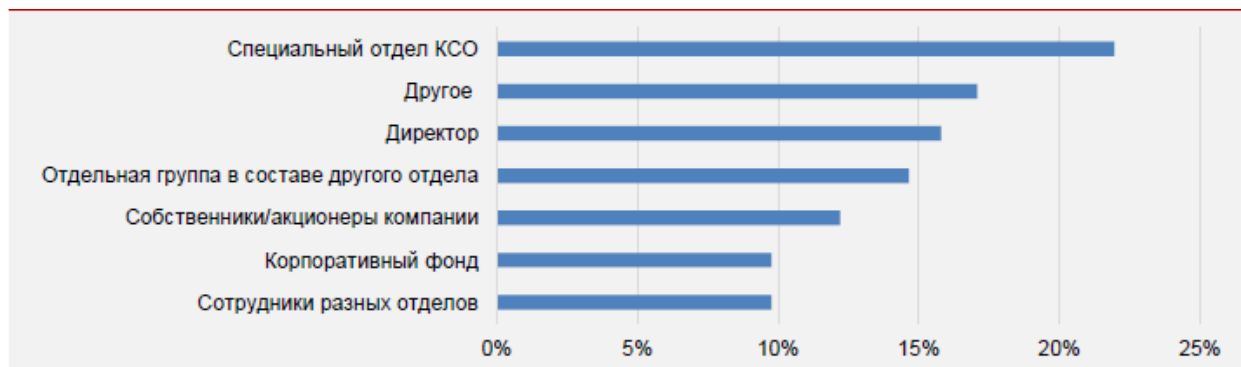


Рисунок 1. Форма организации управления социальной деятельностью крупного бизнеса, %

Основным источником финансирования для крупного бизнеса является официальная прибыль. Также источниками финансирования может быть финансовое участие сотрудников компании, личные средства акционеров и собственников компаний, бюджеты корпоративных фондов.



Рисунок 2. Источники финансирования благотворительной деятельности крупного бизнеса, %

Зачастую компании уделяют особое внимание регулированию любой деятельности. Как правило, чем крупнее компания, тем более важную роль

играет регламентация ее деятельности, в том числе социальной. Это отражается на наличии документов, регулирующих благотворительную деятельность.

Основным документом, регламентирующим благотворительную деятельность крупных компаний, является политика. Некоторые компании разрабатывают специальную стратегию, регламент. Также документом, регулирующим благотворительную деятельность компании, может служить официальное заявление первого лица. Согласно исследованиям, порядка 5 % крупных российских компаний не имеют никаких регулирующих документов.



Рисунок 3. Документы, регламентирующие благотворительную деятельность крупного бизнеса, %

С целью обеспечения эффективного функционирования компании прибегают к процессам планирования своей деятельности. В компаниях крупного бизнеса применяется кратко-, средне- и долгосрочное планирование. Процесс планирования распространяется и на благотворительную деятельность.

В компаниях крупного бизнеса планирование социальной деятельности осуществляется, как правило, на ежегодной основе [4].

В рамках составления планов компании утверждают целевые показатели, а также комплекс мероприятий по их реализации. Достижимость тех или иных показателей может быть проконтролирована посредством проведения соответствующей оценки эффективности проектов компании. Поскольку планирование благотворительной деятельности крупный бизнес осуществляет на регулярной основе, то и оценка эффективности по данным проектам

проводится регулярно. Так, подобная оценка проводится в 50 % крупных российских компаний. Порядка 17 % крупных российских компаний осуществляют оценку раз в полгода и раз в квартал [4].

Список литературы:

1. Аналитический обзор по результатам исследования «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства». – М.: Группа компаний «Новард», 2015.
2. Библиотека корпоративных практик. Доступ: Сайт Российского союза промышленников и предпринимателей.
3. Сборник корпоративных практик «Бизнес – регионам»: социальные программы компаний. – М.: Российский союз промышленников и предпринимателей, 2014.
4. Социальная роль бизнеса в общественном развитии: Корпоративная благотворительность и спонсорство в бизнесе. – М.: Международная Ассоциация менеджеров, 2013.
5. Федеральный закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (с изменениями и дополнениями, действующая редакция от 5 мая 2014 года).

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ЭНЕРГОСБЫТОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЮТЭК»)

Андреев Никита Юрьевич

*студент 4 курса, кафедра менеджмента, ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск*

Костина Ольга Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск*

Одной из важнейших задач в работе любого предприятия является прогноз его стабильности в долгосрочном периоде. Для того, чтобы понимать, к чему организация придет в будущем, ее руководству следует регулярно проводить мероприятия по оценке финансовой устойчивости. Финансовая устойчивость – есть превышение величины собственного капитала над заемным, превышение активов предприятия над пассивами. Если такое условие не соблюдается, то организация становится финансово нестабильной, что может привести к ее банкротству.

Согласно ФЗ от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» «несостоятельность (банкротство) – признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей» [1].

Крайняя мера процедуры банкротства представляет собой мероприятие по распродаже имущества компании на аукционе для возмещения ее кредиторам займов, а также для уплаты долгов. За тем следует полная ликвидация фирмы, и она перестает существовать как юридическое лицо.

Для оценки вероятности банкротства существуют различные модели. В данной работе будут рассмотрены модель Хайдаршиной, Фулмера и иркутская модель. Данные модели не являются гарантом правильной оценки состояния банкротства организации, однако они помогают указать на то, что у организации имеются проблемы в ее финансовом состоянии.

Модель Хайдаршиной является 11 – факторной logit – моделью, разработанной в 2009г. российским ученым экономистом Хайдаршиной Гульнаррой Артуровной. Ниже приведена формула (1) для оценки вероятности банкротства по модели Хайдаршиной.

$$P = \frac{1}{1 + e^{-z}}, \quad (1) [3]$$

где:

P – вероятность риска банкротства предприятия;

e – число Эйлера.

$$Z = a_0 + a_1 * X_1 + a_2 * X_2 + a_3 * X_3 + \dots + a_{11} * X_{11}, \quad (2) [3]$$

где:

X_1 – фактор определяющий «возраст» предприятия. Может принимать «0», если предприятие было создано больше десяти лет и «1» – если меньше десяти;

X_2 – показатель, который определяет кредитную историю предприятия. Если она положительная, то данный показатель равен «0», если нет – «1»;

X_3 – показатель текущей ликвидности;

X_4 – показатель отношение прибыли до уплаты процентов и налогов к уплаченным процентам;

X_5 – \ln (собственного капитала);

X_6 – ставка рефинансирования Центрального Банка РФ;

X_7 – показатель, определяющий деятельность предприятия с точки зрения его региональной специфики. Равен «0», если предприятие расположено в Москве или Санкт – Петербурге, и «1» – если оно находится в других регионах;

X_8 – показатель рентабельности активов предприятия (ROA);

X_9 – показатель рентабельности собственного капитала (ROE);

X_{10} – показатель отражающий темп прироста собственного капитала;

X_{11} – показатель отражающий темп прироста активов.

Значение коэффициента a определяется в соответствии с отраслевым сегментом, в котором действует предприятие: промышленность, топливно-

энергетический комплекс, торговля или сельское хозяйство. Фрагмент таблицы, отражающий значения коэффициента a представлен ниже.

Таблица 1. [3]

Значение коэффициента a_n для показателя X_n в различных отраслевых сегментах

Фактор модели	Коэффициент	Отраслевой сегмент			
		Промышленность	ТЭК	Торговля	С/х
Константа	a_0	10,2137	30,7371	35,0326	13,5065
X_1	a_1	0,0303	3,7033	4,1834	0,2753
X_2	a_2	6,7543	8,9734	9,0817	6,6637
-----	-----	-----	-----	-----	-----
X_{11}	a_{11}	-7,3087	-22,0294	-22,7614	-6,9339

Вероятность банкротства P находится в интервале от 0 до 1:

- 1) $0,8 < P < 1$ – максимальная вероятность банкротства;
- 2) $0,6 < P < 0,8$ – большая вероятность банкротства;
- 3) $0,4 < P < 0,6$ – умеренная вероятность банкротства;
- 4) $0,2 < P < 0,4$ – небольшая вероятность банкротства;
- 5) $0 < P < 0,2$ – минимальная вероятность банкротства.

К плюсам данной модели следует отнести комплексность охвата, т. е. анализ предприятия со всех сторон, к недостаткам – громоздкость вычислений.

Иркутская модель разработана в Иркутской государственной экономической академии. Данная модель больше подходит для российских организаций, поскольку учитывает специфику их деятельности. Поэтому в некоторых случаях значения результата данной модели расходятся со значениями, полученными в моделях зарубежных ученых. Формула расчета представлена ниже:

$$R = 8,38 * X_1 + X_2 + 0,054 * X_3 + 0,63 * X_4, (3) [3]$$

где:

- X_1 – чистый оборотный капитал / стоимость активов;
- X_2 – чистая прибыль / собственный капитал;
- X_3 – чистый доход / валюта баланса;
- X_4 – чистая прибыль / суммарные затраты.

Значение R:

- 1) $R < 0$, максимальная вероятность банкротства (90–100 %);
- 2) $0 - 0,18$ – высокая вероятность банкротства (60–80 %);
- 3) $0,18 - 0,32$ – средняя вероятность банкротства (35–50 %);
- 4) $0,32 - 0,42$ - низкая вероятность банкротства (15–20 %);
- 5) $R > 0,42$ – минимальная вероятность банкротства (до 10 %).

Модель Фулмера, также, как и модель Хайдаршиной, является громоздкой по объемам вычислений. Однако, несмотря на это, результаты, полученные с помощью этих моделей, детально и комплексно отражают финансовое состояние организации. Формула расчета по модели Фулмера представлена ниже:

$$H = 5,528 * X_1 + 0,212 * X_2 + 0,073 * X_3 + 1,270 * X_4 - 0,120 * X_5 + 2,335 * X_6 + 0,575 * X_7 + 1,083 * X_8 + 0,894 * X_9 - 6,075, (4) [3]$$

где:

X_1 – нераспределенная прибыль прошлых лет / валюта баланса;

X_2 – выручка от реализации / валюта баланса;

X_3 – прибыль до уплаты налогов / собственный капитал;

X_4 – денежный поток / долгосрочные и краткосрочные обязательства;

X_5 – долгосрочные обязательства / баланс;

X_6 – краткосрочные обязательства / совокупные активы;

X_7 – \log (материальные активы);

X_8 – оборотный капитал / долгосрочные и краткосрочные обязательства;

X_9 – \log (прибыль до налогообложения + проценты к уплате / выплаченные проценты).

Результат данной модели должен быть больше 0, иначе наступление неплатежеспособности неизбежно.

Рассмотрев данные модели в теории, перейдем к их апробации на примере ОАО «ЮТЭК».

В 2007 г. ОАО «Югорская территориальная энергетическая компания» начало свою деятельность как самостоятельная энергосбытовая компания.

Единственным учредителем Организации является Правительство ХМАО – Югры. Основными видами деятельности Организации являются купля – продажа электроэнергии в централизованной и децентрализованной зонах, а также услуги по выполнению функций службы заказчика управления капитального строительства. В мае 2007 г. Организации присвоен статус Гарантирующего поставщика. Статус предоставляет право на заключение договоров купли-продажи электрической энергии с любым обратившимся к компании потребителем электрической энергии либо с лицом, действующим от имени и в интересах потребителя электрической энергии и желающим приобрести электрическую энергию.

В настоящее время ОАО «ЮТЭК» обслуживает более 263 тыс. потребителей (физические и юридические лица) на территории Ханты – Мансийского автономного округа – Югры. При этом объем полезного отпуска электроэнергии составляет более 2 600 млн. кВт/ч в год.

Составим таблицу 2 и 3 с данными, необходимыми для расчета показателей всех моделей, рассматриваемых в данной работе. Таблицы будут составлены на основе информации, указанной в бухгалтерском балансе организации, а также ее отчета о прибылях и убытках за 2014 год.

Таблица 2. [2]

Статьи отчета о прибылях и убытках за 2014 год, необходимые для расчета показателей моделей

Наименование статьи	Сумма, тыс. руб.
Выручка от реализации	1 560 991
Суммарные затраты	2 285 631
Прибыль до налогообложения	159 742
Проценты к уплате	14 595
Чистая прибыль	142 997

При оценке вероятности банкротства при помощи модели Хайдаршиной нужно рассчитать значения базовых показателей X_n на основе данных бухгалтерской отчетности организации и перемножить их на коэффициенты a_n . Результаты расчетов представлены в таблице 4.

Таблица 3. [2]

Статьи бухгалтерской отчетности за 2014 год, необходимые для расчета показателей моделей

Наименование статьи	Сумма на начало года, тыс. руб.	Сумма на конец года, тыс. руб.	Среднегодовая стоимость, тыс. руб.
Материальные активы	7 116 651	8 431 004	7 773 828
Оборотные активы	3 176 006	1 161 265	2 168 636
Стоимость активов	10 117 740	9 503 215	9 810 478
Собственный капитал	7 600 078	7 743 075	7 671 577
Нераспределенная прибыль	3 030 346	3 159 043	3 094 695
Долгосрочные обязательства	1 269 755	1 108 224	1 188 990
Краткосрочные обязательства	1 247 907	651 916	949 912
Кредиторская задолженность	1 242 581	645 423	944 002
Чистый оборотный капитал	658 344	-598 875	29 735

Таблица 4.

Расчет значения Z в модели Хайдаршиной

Показатель X		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	
Значение		1	0	2,297	10,945	15,853	
Коэфф – т a	a ₀	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	a ₅	
Значение		3,703	8,973	-8,761	-7,011	-1,643	
X*a	30,737	3,703	0	-20,124	-76,735	-26,046	
Показатель X		X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁
Значение		0,075	1	0,015	0,019	0,968	1,113
Коэфф – т a	a ₆	a ₇	a ₈	a ₉	a ₁₀	a ₁₁	
Значение		-0,140	-0,691	-5,089	-15,388	7,367	-22,029
X*a	-0,011	-0,691	-0,076	-0,292	7,131	-24,518	
Z	30,737+3,703+0-20,124-76,735-26,046-0,011-0,691-0,076-0,292+7,131-24,518 = -106,922						

Анализируя таблицу 4 отметим, что наибольшее влияние оказывают такие показатели как X₂ – кредитная история предприятия, X₃ – текущая ликвидность предприятия, X₄ – отношение прибыли до налогообложения и уплаченных процентов к сумме уплаченных процентов, X₉ – рентабельность активов, X₁₁ – темп прироста активов. Общий результат значений (Z) равняется -106,922. Далее рассчитаем вероятность банкротства P:

$$P = \frac{1}{1 + e^{106,922}} = \frac{1}{1 + 2,7^{106,922}} = \frac{1}{7,54612E - 47}$$

Данный ответ показывает, что полученный результат ничтожно мал. Это свидетельствует о несущественной вероятности банкротства данной организации согласно модели Хайдаршиной.

Расчет результата оценки вероятности банкротства согласно Иркутской модели представлен в таблице 5.

Таблица 5.

Оценка вероятности банкротства по иркутской модели

Показатель	X_1	X_2	X_3	X_4
Значение	0,003	0,119	0,159	0,063
Коэффициент	8,38	1	0,054	0,63
$X * K_0$	0,025	0,119	0,009	0,40
R	0,025 + 0,119 + 0,009 + 0,40 = 0,553			
Вероятность наступления банкротства	0,553 > 0,42 (минимальная)			

Значение показателя R , а именно вероятность банкротства ОАО «ЮТЭК», по иркутской модели равняется 0,553, что выше минимального порога риска банкротства в данной модели на 0,133. Следовательно, риск банкротства в данной организации согласно этой модели минимальный.

Расчет результата оценки вероятности банкротства согласно модели Фулмера представлен в таблице 6.

Значение показателя H в модели Фулмера должно быть не менее 0, иначе наступление неплатежеспособности неизбежно. В нашем случае значение H равно 1,238, что намного выше нижнего порога наступления вероятности банкротства.

Таким образом проанализировав результаты трех моделей оценки вероятности банкротства, а именно модель Хайдаршиной, модель Фулмера и иркутскую модель, мы можем с уверенностью сказать, что ОАО «ЮТЭК» в обозримом будущем не будет являться потенциальным банкротом. Напротив, показатели, характеризующие ее платежеспособность, находятся на высоком уровне, что доказывают результаты использованных моделей.

Таблица 6.

Оценка вероятности банкротства по модели Фулмера

Показатель	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5
Значение	0,315	0,159	0,021	0,067	0,121
Коэфф – т	5,528	0,212	0,073	1,270	-0,120
$X * K_0$	1,741	0,334	0,002	0,085	-0,015
Показатель	X_6	X_7	X_8	X_9	
Значение	0,097	6,89	0,014	1,077	
Коэфф – т	2,335	0,575	1,083	0,894	-6,075
$X * K_0$	0,226	3,962	0,015	0,963	-6,075
H	1,741 + 0,334 + 0,002 + 0,085 – 0,015 + 0,226 + 3,962 + 0,015 + 0,963 – 6,075 = 1,238				
Вероятность наступления банкротства			1,238 > 0 (минимальная)		

По нашему мнению, в любом проводим анализе финансового состояния организации, необходимо опираться ни на одну модель оценки вероятности наступления банкротства, а сразу на несколько. Это позволит получить более точные результаты и сделать рациональные выводы.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127 – ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О несостоятельности (банкротстве)» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // «Собрание законодательства РФ», 28.10.2002, № 43, ст. 4190.
2. Годовая бухгалтерская отчетность за 2014 год / Официальный сайт ОАО «ЮТЭК» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <http://www.yutec-hm.ru/upload/medialibrary/vnutrdoc/gbo2014.rar> (Дата обращения 07.11.2015).
3. Оценка вероятности банкротства организации / Анализ финансового состояния организации – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/13 (Дата обращения 07.11.2015).

ВЫСОКОЭФФЕКТИВНОЕ ЛИДЕРСТВО. ВИДЕНИЕ ЛИДЕРСТВА В РОССИИ

Гуляева Альбина Альбертовна

*студент Северо-восточного федерального университета им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Борисов Василий Дмитриевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. Кафедры менеджмента
в горно-геологической отрасли Финансово-экономического института
Северо-восточного федерального университета им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Ни для кого не секрет, что Россия отстает от Запада в развитии на несколько десятилетий – это издержки плановой экономики и распада Советского Союза. Но в то же время нельзя назвать нашу систему безнадежной. Из года в год мы приближаемся к концепциям, предложенным Западом и встречаем массу проблем: начиная от средств достижения целей и их реализации и заканчивая конкурентоспособностью, так как на рынке мы взаимодействуем с иностранными компаниями. Конкурентоспособность – самая главная проблема, так как большинство российских компаний ориентированы только на получение конечных результатов и только начинают задумываться о лидерстве, тогда как иностранные компании уже имеют большой опыт.

Лидерство – это особый случай межличностного влияния, благодаря которому человек или группа людей делают то, что лидер хочет от них [2, с. 33]. Лидер может быть формальным и неформальным - может быть руководителем и подчиненным. Теория лидерства уже достаточно изучена, выдвинуто множество теорий, таких как: теория черт, поведенческие теории, ситуационные теории, современные теории.

Теории черт исходят из предположения о том, что центральную роль в различии лидеров и нелидеров играют определенные черты как: энергичность, стрессоустойчивость, потребность в власти, ориентация на успех,

эмоциональная зрелость, уверенность в себе, высокие моральные качества, настойчивость, гибкость, интеллект и т. д.

Эта теория практикуется по всему миру, но приносит эффективность вместе с другими теориями. Безусловно, все руководители должны обладать всеми этими качествами, но не бывает так, что они в комплексе проявляются в одном человеке. Как показывает практика, они могут быть у руководителей-холериков или сангвиников.

Поведенческие теории утверждают, что руководство играет основную роль в окончательных результатах: лидеры-руководители либо ориентированы на работника, либо на результат. Последние обеспечивают производительность на порядок ниже, чем те, кто вкладывают во взаимоотношения с подчиненными много сил. В России эта теория проявляется чаще всего, в основном все руководители средних предприятий нацелены только на результат, и вследствие этого не могут конкурировать с более успешными предприятиями.

Ситуационные теории являются противоположностями поведенческим и теории черт. Теория лидерства Ф. Фидлера рассматривает контроль над ситуацией – лидер определяет, чем будет заниматься команда, также предвидит последствия действий группы и принятых решений, используя шкалу наименее предпочитаемого коллеги. Также он создал теорию когнитивных ресурсов, т. е. поведение лидера определяется компетентностью его и команды, стрессом, опытом, поддержкой от команды. Теория лидерства «путь-цель» Р. Хауса утверждает, что основная функция лидера – адаптация своего лидера таким образом, чтобы оно дополняло возможности, предоставляемые ситуацией. Модель лидерства Херши и Бланчарда предлагает четыре стиля лидерства и соотносит с готовностью подчиненных: «делегирующий» – «способны и хотят, уверены», «вовлекающий» – «способны, но не хотят, или неуверены», «продающий» – «не способны, но хотят, или уверены», «излагающий» – «неспособны и не хотят, или неуверены» [1, с. 56–58]. Данные теории проглядываются в предприятиях развитых стран и нацеленно работают

на эффективность. Применившие эти теории предприятия России, имеют огромный успех, получают сверхприбыли.

Современное теоретическое лидерство делает акцент на харизматическом и трансформирующем подходах к лидерству и различных аспектах видения, связанных с ними.

По Р. Хаусу, харизматические лидеры – это те лидеры, которые могут в силу своих личных способностей, оказывать глубокое и чрезвычайно сильное воздействие на своих подчиненных. Д. Конджер и Р. Канунго разработали трехстадийную модель харизматического лидерства: критическая оценка лидера, формулировка цели и видение будущего, новаторский и необычный способ ее достижения. Б. Шамир описал далеких харизматических лидеров как настойчивых, обладающих ораторским искусством, мужественных, с идеологической направленностью; непосредственных харизматических лидеров – общительных, активных, привлекательных оригинальных, опытных, задающих высокие стандарты окружающей обстановки, с чувством юмора; далеких и непосредственных лидеров – уверенных, честных, властных и жертвенных.

Б. Басс предложил трансформационное лидерство, оно имеет место в тех случаях, когда лидеры расширяют интересы своих сотрудников и заставляют последователей отказаться от личных интересов во благо окружающих людей. Оно характеризуется четырьмя параметрами: харизмой, вдохновением, интеллектуальным подъемом и уважением к личности. Б. Басс полагает, что трансформационное руководство сильнее всего проявляется на высшем административном уровне и может сочетаться с транзактным – обменом между лидером и его последователями, необходимым для достижения рутинного выполнения работы, в соответствии с соглашением между ними.

В современных теориях, в которых акцент делается на атрибуции и символических аспектах, лидер может быть не только руководителем, но и рядовым сотрудником [3, с. 221]. Данная теория также существует

во многих предприятиях: такие лидеры ведут за собой своих сотрудников, вовлекают в деятельность и так далее.

Россия находится в начальной стадии по развитию лидерства в компаниях. Мы замечаем, что в обиход уже вошли понятия, как «корпоративный дух», «повышение квалификации» – они развивают лидерские качества. Компании, которые развивают их, всегда первые в рейтингах успешных.

Россия обладает качественным лидерским потенциалом, это можно подтвердить тем, что люди, жившие в СССР за железным занавесом, где инициатива была «наказуема» после распада стали предпринимателями во время разгосударствления. Мы их сейчас видим: они сформировали сегодняшний российский рынок, до сих пор развиваются и конкурируют по всему миру. Такое качество сидит в каждом человеке, так как «лидерами не рождаются – лидерами становятся». Россияне невероятно волевые люди, всегда стремятся к победе, добиваются ее всеми способами – проявляют лидерские качества. Однако существует много проблем, связанных с лидерством.

К особенностям культуры российских лидеров можно отнести преобладание личных отношений над профессиональными. Во многих российских организациях фактически сложилась иерархия, построенная на личных связях и зачастую противоречащая профессиональным требованиям организации. Эта проблема способствует низкой эффективности, так как данные нанятые люди не прошли никаких испытаний, не проявили себя как люди с лидерскими качествами. Также можно отнести и то, что большинство россиян не умеют работать в команде. Ведь лидер должен налаживать отношения, создавать командную среду, а не наоборот. Тем более в компаниях большинство вопросов в силу решить только команда, так как пути их решения нужно рассматривать со всех сторон.

Большой проблемой является то, что в большинстве компаний преобладает авторитарный стиль управления – все в руках руководителя. Для развития лидерства необходима децентрализация и делегирование своих полномочий

подчиненным. Но в нашей действительности мы видим неочерченную зону ответственности, тотальный контроль, недоверие, нездоровый климат в коллективе.

Руководители компании не развивают лидерские качества своих сотрудников: не так стимулируют, не вовлекают в общую деятельность и так далее. Это приводит к тому, что работники просто приходят, делают то, что положено; не любят свою работу – тем самым наносят урон компаниям своей низкой эффективностью.

Решение проблем лежит только в работе менеджеров высшего звена. В первую очередь, руководитель должен работать с человеческим ресурсом своей компании, его качеством, непосредственно взаимодействовать с ним. Также воздержаться от личных связей, предоставить работу тем, кто это действительно заслужил. Руководителю нужно знать каждого сотрудника, его психологию и возможности.

Во-вторых, нужно, чтобы руководители отошли от авторитарного стиля управления к демократическому. Дав работникам свободу действий, творческую инициативу, они повысят эффективность организации, а работа для подчиненных будет приносить удовольствие.

В-третьих, нужно работать над лидерским потенциалом сотрудников, не просто делегированием своих обязанностей, а повышением их уровня, начиная от деловых игр и заканчивая различными программами обучения. Также он не должен забывать и о себе, ведь руководитель должен в первую очередь обладать лидерскими навыками, развивать их. Если руководитель будет открытым, сдержанным, будет показывать, что он ценит своих сотрудников, то он будет их стимулировать к эффективному выполнению работы.

Теория лидерства хорошо изучена, выработано достаточно много теорий и каждая имеет место быть в деятельности компаний – все зависит от их руководителей. Можно сделать вывод, что большинство из авторов рассматривают руководителей как лидеров, но современная теория лидерства также гласит о неформальных.

Российским компаниям предстоит долгий путь для улучшения сегодняшнего положения: нужно осознать важность лидерства, изучить теории и применить их комплексно, так как в каждом есть свои плюсы. Руководитель должен обладать большинством из «теории черт», обладать харизмой, чтобы вести за собой своих подчиненных. Также для получения положительного результата своей деятельности, лидеру нужно работать над своим человеческим ресурсом: предоставлять больше свободы в принятии решений, развивать и возвращать их как лидеров.

Список литературы:

1. Голубкова О.А. Организационное поведение: теория и практика: учеб. пособие. – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ, 2013. – 224 с.
2. Станченкова Ю.И. Управление персоналом и организационное поведение: Словарь терминов и персоналий. – ВГИПУ, 2009. – 76 с.
3. Шермерорн Дж., Хант Дж., Осборн Р. Организационное поведение, 8-е издание. / Пер. с англ. под ред. Е. Г. Молл. – СПб.: Питер, 2004. – 637 с.

ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Данилина Вероника Станиславовна
студент Пензенского государственного университета,
РФ, г. Пенза

Осташков Александр Валерьевич
научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
РФ, г. Пенза

На сегодняшний день в Российской Федерации проблема стратегического планирования регионов является крайне актуальной, так как каждый регион имея свои индивидуальные особенности, связанные с географическим расположением и социально-экономическими характеристиками, сталкивается с серьёзной конкуренцией со стороны других территорий. В этих условиях отечественные учёные и специалисты активно прорабатывают теоретико-методологические основы стратегического планирования регионов.

Что представляет собой стратегический план? Стратегический план развития региона – это управленческий документ, который содержит взаимосвязанное описание различных актов деятельности по развитию региона. Это индуктивный документ, который позволяет администрации региона и региональному сообществу действовать совместно, закладывает определённый фундамент развития стратегического плана социально-экономического развития региона. Этот документ принадлежит не исключительно администрации, но и всем субъектам процесса регионального развития, включая и экономических агентов, и участников политического процесса.

Определение целей развития региона должно стать исходным пунктом разработки концепции и отраслевых приоритетов развития региона. *Основная цель развития региона* заключается в решении проблемы самодостаточности региона, то есть самостоятельно выполнять совокупность функций, определённых его статусом. *Основной целевой установкой* стратегического плана развития региона является повышение качества и уровня жизни населения региона.

В процессе стратегического планирования социально-экономического развития региона возникают следующие проблемы. Одной из самых важных проблем является – *неопределенность в методологическом подходе социально-экономического развития региона*, так как этот подход составляет основу процесса стратегического планирования в целом. Необходимо до начала стратегического планирования определиться с подходом, который станет основополагающим в дальнейшем социально-экономическом развитии региона, обозначить и закрепить «точки роста», выявить недостатки и преимущества отраслевого, кластерного и других подходов. Трудности, связанные с разработкой и согласованием стратегии региона легко можно будет устранить на уровне регионального законодательства.

Второй, не менее важной проблемой является *недостаток организационного обеспечения процесса стратегического планирования*. Текущий процесс не должен быть предоставлен сам себе, он нуждается в постоянном усовершенствовании и контроле. Предоставить разработку стратегического планирования продвинутым консультантам и ждать высоких результатов – глупо, необходимо учитывать мнение собственных квалифицированных специалистов той или иной организации, так же выстроить прочные взаимоотношения между подразделениями региональных органов власти и органов местного самоуправления, задействовать известные общественные корпорации. Важным шагом является структурирование и внедрение методологического проектного управления, это принесет пользу не только отдельно взятой организации, но и всей системе управления экономикой региона.

Разработать наилучшую стратегию, не противоречащую в логическом и содержательном аспектах, невозможно не решив проблему – создания системы стратегического планирования на уровне региона.

Отсутствие контура стратегического планирования на уровне муниципальных образований составляет третью проблему, чтобы обеспечить результативность стратегии развития региона следует организовать процесс

стратегического планирования на «низовом уровне», то есть в муниципальных образованиях. Поиск человека, который обладает блестящей способностью организовывать процесс грамотного стратегического планирования именно на уровне муниципальных образований, а также оперативно решать сложные задачи, возникающие с отсутствием финансовых средств, кадровых и организационных ресурсов – отражает суть данной проблемы организационно – методологическим характером.

Четвертая проблема рождается вследствие *отсутствия стратегических представлений по отношению к будущему состоянию и развитию региона.*

Следует отметить, что разработанная стратегия оказывается невостребованной, так как теряется ее ведущая, движущая сила из-за неприменения стратегического мышления в процессе планирования, что в итоге приводит к тому – стратегическое планирование, утрачивает целенаправленность.

Исходя из этого, не удастся сформулировать дальнейшие перспективы будущего и соответствующие ему стратегические инициативы. Специалистам сложно ориентироваться в огромном потоке информации, их выводы из анализа нечеткие, наделены отвлеченным характером, а иногда попросту не подходят к выбранной стратегии.

Неправильный подход к использованию услуг внешних консультантов – проблема № 5. Очень часто допускаются непоправимые ошибки, при заключении контрактов с внешними консультантами на разработку стратегии. На данном этапе нельзя предоставить свободу разработки стратегии специалистам, не указав основные цели и задачи предприятия, не стоит предоставлять эту возможность определить главные цели самим специалистам, и чрезмерное использование внешних консультантов не приведет к высоким результатам. Им предоставляется возможность решать все без исключения задачи, связанные с разработкой стратегии развития региона. Предварительно нужно самостоятельно провести всю подготовительную работу, включая разработку видения будущего региона и стратегических инициатив

региональных органов власти, и только затем обратиться за помощью к внешним специалистам.

Проблема № 6 – *разделение законодательной и исполнительной ветвей власти, вызывает большую сложность при разработке стратегии.* Данная проблема объективно происходит из особенностей системы государственного и муниципального управления в России. Возникает конфликтная ситуация: исполнительная ветвь власти отвечает за разработку стратегии, а законодательная – оценивает и утверждает ее. Одна сторона никак не может согласиться с действиями противоположной стороны, но понимает и осознает их важность, а ведь стратегия развития – это множество компромиссов между интересами заинтересованных сторон.

Седьмая проблема – *стремление получить результат в кратчайший срок, разработать эффективную стратегию развития региона за 3–6 месяцев, даже грамотному специалисту очень сложно, так как нужно уделить большое внимание подготовительному этапу. За короткий срок невозможно качественно проработать каждый пункт, следовательно, из-за многочисленных противоречий полученная стратегия – некорректна, малоэффективна.*

Невнимание к макроэкономическому прогнозированию в процессе разработки стратегии развития региона ограничивается использованием данных Федерального агентства государственной статистики – этого недостаточно, что, следовательно, образует восьмую проблему. Следует уделить особое внимание технологическому прогнозированию, позволит определить социально – экономические стороны развития региона, установить приоритеты при финансировании программ поддержки промышленности и научно – исследовательских проектов.

Творческая обстановка позволяет организовать работу предметных специалистов и экспертов, исследовать сложные проблемы, найти инновационные решения, затем выработать механизм их реализации, а *недостаток творческого подхода* формирует девятую проблему. Именно творческое воображение может серьезно помочь в создании картины будущего,

понимании ключевых факторов социально – экономического развития региона, государства и мировой экономики в целом.

Многие руководители пренебрегают управленческими проблемами, о которых сигнализируют отрицательные факторы. Данное положение недопустимо в разработке стратегии развития, поскольку на следующем этапе невозможно будет установить объективные цели и разработать планы по их реализации, *неприятие отрицательных факторов* – проблема № 10.

Руководитель должен критично оценивать достижения и неудачи, моментально отыскивать факторы успеха и причины ошибок.

На этапе планирования социально – экономического развития региона, важно выявить целевую аудиторию, затем определить желаемую ответную реакцию и выбор обращения, которое позволяет решить три проблемы: содержание, структуру и форму обращения. Ответная желаемая реакция – это притягательный мотив или тема. Коммуникатор, чтобы реализовать данную идею, принимает три решения:

Первое – это необходимо в обращении сделать четкий вывод, который будет понятен всей аудитории, а в дальнейшем станет мощным рычагом управления.

Второе – это прописать аргументацию, обозначить все доводы как «за», так и «против».

Третье – это использование действенных аргументов, с учетом их применения в начале обращения или в конце.

Нельзя обойтись и без выбора механизма распространения информации, то есть канала коммуникации, но этого будет недостаточно, если не производить мониторинг потока обратной связи, который предполагает: опрос членов целевой аудитории, с целью узнать, понимают ли они-то или иное обращение, сколько раз они его видели или какие моменты из него запомнили и т. д.

В *заключении* следует отметить, что важнейшим заключительным этапом управления является решение проблем стратегического планирования

социально-экономического развития региона и выявление оценки эффективности стратегии. Сегодня, в процессе управления существуют несколько научных подходов, используемых для оценки реализации стратегии по показателям уровня и качества жизни населения всего региона, и индекса развития человеческого потенциала. Помимо научных теорий, реализующихся в научных подходах, используют совокупность методов оценки реализации стратегии, которая сложилась в ходе практики регионального управления. Ключевым элементом является – стратегическое планирование, то есть процесс разработки стратегического плана с помощью постановки целей, выявления критериев управления, мониторинга проблем и изучение среды развития, с последующей разработкой стратегических идей и выделения конкурентных преимуществ и базовых стратегий развития. В процессе стратегического планирования составляется прогноз социально – экономического развития, разрабатываются комплексные целевые программы для расчета качества жизни всего населения, чтобы максимально эффективно обеспечить функционирование того или иного региона.

Для предотвращения ошибок в стратегическом планировании необходимо чётко и правильно определять социально-экономические проблемы, важно, соотносить их с текущим состоянием экономики государства и общим экономическим циклом развития мировой экономики.

Список литературы:

1. Волкогонова О.Д., Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. Учебник – М.: Форум, Инфра – М, 2013. – 256 с.
2. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. Учебник для бакалавров. Гриф МО издание 4-еМ.: Юрайт, 2013. – 375 с.
3. Осташков А.В. Маркетинг. Пенза: ПГУ, 2005. – 294 с.
4. Стратегическое управление: регион, город, предприятие / Отд-ние общественных наук Рос. акад. наук; Ред. Д.С. Львов, А.Г. Гранберг, А.П. Егоршин . – М. : Экономика, 2004 . – 605 с.

БЕНЧМАРКИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Попова Айталиа Андреевна

*студент 4 курса, кафедры Экономики и Управление производством
Финансово-экономический институт
Северо-Восточный Федеральный университет,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Сибилева Елена Валерьевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. СВФУ,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Данная статья посвящена методике проведения конкурентного бенчмаркинга и её применению в целях повышения качества и эффективности работы предприятий в условиях кризиса. Рассмотрены понятие и этапы конкурентного бенчмаркинга. Особое внимание уделено основным и эффективным методам проведения конкурентного бенчмаркинга, таких как: SWOT-анализ, DEA-анализ, позиционирование.

Сегодня бенчмаркинг является процессом определения, разделения и использования знаний и лучших практических примеров. Он направлен на то, чтобы улучшить любой заданный бизнес процесс с помощью исследования лучших методов, а не просто измерения лучшей производительности, а нахождение, изучение и выполнение лучших практик обеспечивает огромные возможности для достижения стратегического, операционного и финансовых преимуществ [1].

Конкурентный бенчмаркинг предполагает сравнение своей организации с конкурентами и обычно требует скрытого проведения независимых исследований или конкурентной разведки и, соответственно, анализа относительного конкурентного и стратегического позиционирования. Эталонное сопоставление конкурирующей продукции также можно рассматривать в качестве конкурентного бенчмаркинга. Как правило, оно оказывается менее затруднительным, и в значительной степени проводится на основе общедоступной информации [2].

Целью данной статьи является: выбор оптимальных методов проведения конкурентного бенчмаркинга в российских предприятиях в условиях кризиса.

В России, в основном, бенчмаркинг применяют крупные компании или компании, работа которых связана с зарубежными (западными) рынками. Поэтому, достаточно трудно встретить в общедоступных источниках адекватные и применимые на практике методики проведения конкурентного бенчмаркинга.

Несмотря на это, интерес к методикам конкурентного бенчмаркинга существует. В особенности, интерес к адаптированным и работоспособным методикам бенчмаркинга проявляют специалисты, перед которыми поставлена задача найти подходящие методы повышения эффективности компании. Кроме того, комплексная методика может быть полезна при написании практических работ по конкурентному бенчмаркингу.

Применение комплексной, адаптированной методики позволит исключить время на превращение теоретической информации в практическую методику и сократить период адаптации под специфику отечественных предприятий [3].

Существуют множество методов проведения конкурентного бенчмаркинга. Но остановимся конкретно на: SWOT, DEA-анализах и позиционировании торговой компании. После изучения разных методов в опытах западных компаний выяснилось, что эти методы применения конкурентного бенчмаркинга активно используются и дают положительный результат, и рекомендованы опытными специалистами для применения в российских компаниях.

Рассмотрим их по подробнее:

1) Конкурентный бенчмаркинг может быть проведен на основе моделей стратегического планирования с применением SWOT анализа. SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации. За основу бенчмаркинга принимается одна из стратегических моделей и отдельные стратегические направления подвергаются SWOT анализу. SWOT анализ SWOT матрица строится для каждого конкурента, подвергаемому бенчмаркингу. С применением SWOT

анализа может быть быстро выполнен с применением программы SWOT анализа для любых конкурирующих объектов (компаний, продуктов, технологий) [1].

В данной статье предлагается SWOT-анализ в конкурентном бенчмаркинге для российских предприятий, так как в западных странах 55,2 % [1] случаев выполнения конкурентной разведки был использован именно этот метод для изучения разведывательной информации о конкурентах, и результаты оправдали ожидания.

Для поддержки аналитической работы по изучению фирмы и ее конкурентного окружения, а также для разработки ее стратегий используют специализированное программное обеспечение “KonSI-SWOT ANALYSIS”, которого создала компания “KonSI”. Она разрабатывает технологии для маркетинговых исследований и выпускает аналитическое программное обеспечение.

Пользователи SWOT анализа обращаются к KonSI за советом и за программным обеспечением для решения корпоративных и личных проблем.

Например, ООО «Радомила Импорт», оптовая и розничная торговля в Санкт-Петербурге, применила ПО “KonSI-SWOT ANALYSIS” к изучению положения фирмы в конкурентной бизнес-среде; ООО «Марпа» торговля строительными материалами в Москве применила программу для конкурентного анализа рынка и стратегической оценки новых товарных позиций; ОАО «Челны-Лада» Реализация автомобилей в Набережных-Челнах применяет программу SWOT для анализа сильных и слабых сторон конкурентов [1].

Исходя из этих данных видно, что метод SWOT анализа активно применяется российскими компаниями для изучения конкурентов.

2) Конкурентный бенчмаркинг для многих конкурирующих объектов проводится с применением метода DEA анализа (data envelopment analysis). DEA основан на методе линейного программирования, применяется для

измерения производительности одних компаний с компаниями-эталоном. Модель DEA сравнивает каждую компанию с другими и вычисляет рейтинг эффективности, который определяется отношением притока ресурсов к выпуску продукции или услуг. Главная особенность этого подхода в том, что с помощью множеств элементов затрат (материалы и рабочее время) и результатов (проданная продукция и удовлетворенные потребители) можно получить коэффициент эффективности. Это более понятное и надежное средство, чем оценка по многим показателям и по использованию прибыли [4].

Например, эффективность производства методом DEA определил Ирбитский мотоциклетный завод (ИМЗ). В качестве эталона была рассмотрена индийская мотоциклетная компания RoyalEnfield, и выяснилось, что на исследуемом эталоне работают примерно одинаковое количество людей, но из расчета на одного сотрудника в RoyalEnfield выпускается 25 мотоциклов, а в ИМЗ – 1,7. Решено было применить следующие меры: уменьшить простои оборудования, обучить рабочих дополнительным профессиям и повысить их квалификацию [5].

3) Бенчмаркинг как позиционирование.

Конкурентный бенчмаркинг может быть проведен на основе технологии позиционирования компании на сегментах потребителей. Строится карта позиционирования (карта восприятия) компании и конкурентов сегментами потребителей.

Коонкурентный бенчмаркинг есть соотнесение позиции компании и конкурентов относительно целевого сегмента. Бенчмаркингу с помощью технологии и позиционирования могут быть подвергнуты компании, бренды и их продукты, рассматривается бенчмаркинг конкурентоспособности продуктов [1].

С помощью предложенных методов применения конкурентного бенчмаркинга организации должны придерживаться следующих шести этапов конкурентного бенчмаркинга:

Этап 1. Сравнение своего продукта, объемов продаж или прочих показателей роста с текущим положением дел у прямых конкурентов.

Этап 2. Выбор критериев, по которым будет проводиться сравнительный анализ.

Этап 3. Выбор конкретного предприятия-конкурента, с которым будут сравниваться свои показатели.

Этап 4. Тщательный сбор информации из открытых (или любых возможных) источников.

Этап 5. Анализ. Он предполагает определение истинных причин (инноваций, технологических или управленческих решений) успеха конкурента, а также возможностей применить этот опыт у себя.

Этап 6. Непоосредственно внедрение заимствованного решения, как правило, в несколько адаптированном под свои условия работы [6].

Результаты применения рассмотренных методов позволяют провести полномасштабную и, что очень важно, достаточно объективную оценку конкурентной позиции компании в отрасли и повысить эффективность деятельности компании в условиях кризиса. В основном, методы проведения конкурентного бенчмаркинга в компаниях зависит от общего состояния компании на рынке. Но методы, которые рассмотрены, являются самыми универсальными и эффективными, исходя из зарубежных опытов.

Список литературы:

1. «Бенчмаркинг: основные понятия и процесс реализации» http://www.cfin.ru/management/controlling/benchmarking_meths.shtml.
2. «Западная Маркетинговая Группа» // «Конкурентный бенчмаркинг» <http://wmg.lviv.ua/ru/competition-benchmarking.html>.
3. “KonSI” каталог программ для маркетинговых исследований <http://www.benchmarking-ci.ru/benchmarking-pokazat.html>.
4. Меркушова Н.И. Бенчмаркинг: практика использования на российских предприятиях и проблемы применения / Н.И. Меркушова, А.В. Старун // Молодой ученый. – 2014. – № 15. – С. 185–187. <http://www.moluch.ru/archive/74/12524/>.
5. «Методика бенчмаркинга» http://www.kpms.ru/General_info/Benchmarking_metod.htm.
6. «Производственный и операционный менеджмент» 10-е издание, Часть 2 Проектирование продукта и выбор процесса С. 538 <https://books.google.ru>.

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Тужик Анна Михайловна

*студент 4 курса, кафедра банковского дела
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Кайгородова Кристина Александровна

*студент 4 курса, кафедра банковского дела
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Ронова Галина Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Реструктуризацию промышленных и финансовых предприятий определяют как процесс, направленный на создание условий для эффективного использования всех факторов производства в целях повышения финансовой устойчивости и роста конкурентоспособности, поэтому наша тема весьма актуальна. В данной статье мы постараемся раскрыть всю сущность и тонкость понятия «реструктуризация предприятий».

Реструктуризация предприятия представляет собой осуществление комплекса организационно-хозяйственных, финансово-экономических, правовых, а так же производственно-технических мероприятий, которые направлены на реорганизацию предприятия, изменение формы собственности, системы управления, организационно-правовой формы. Еще данный термин применяется для финансового оздоровления предприятия, увеличения объемов выпуска конкурентоспособной продукции, повышения эффективности производства и удовлетворения требований кредиторов. Из этого следует вывод о том, что понятие «реструктуризация предприятия» очень схоже с понятием «реорганизация предприятия», но на самом деле, совершенно другое определение. Как нам известно, «реорганизация» включается в понятие

«реструктуризация», следовательно, реструктуризация имеет более широкий смысл, нежели реорганизация [3, с. 67].

Существуют данные формы реструктуризации (это зависит от объекта и характера мер, которые осуществляются по реформированию данного предприятия):

1. Является реструктуризация производства;
2. Служит реструктуризация активов предприятия;
3. Считается финансовая реструктуризация;
4. Реорганизация, т. е. принципиальное изменение всей организационной структуры данного нам предприятия [4, с. 176].

Все из данных выше форм реструктуризации представляют собой проведение не одного, а множества мероприятий, которые должны быть направлены на усовершенствование и оптимизацию соответствующей сферы данного предприятия. На мой взгляд, наиболее важной и необходимой ключевой формой реструктуризации считается реорганизация предприятия, которая направлена на совершенствование организационно-хозяйственной и управленческой структуры предприятия.

Чаще всего встречаются следующие виды реорганизации (следовательно, и реструктуризации) предприятий:

1. Является направленная на укрупнение предприятия (слияние, присоединение, поглощение);
2. Служит направленная на дробление предприятия (разделение, выделение);
3. Считается стандартный вид, то бишь без изменения размеров предприятия (преобразование) [3, с. 92].

Суть всех приведенных нами видов реорганизации заключается в следующем: слияние двух и большего количества предприятий в одно приводит к переходу имущества, всех прав и обязанностей каждого из включенных предприятий к новому, вновь созданному предприятию. Выделяют горизонтальное слияние, которое представляет собой объединение

предприятий, которые будут производить однотипные товары или будут предоставлять одни и те же услуги. Другим видом является вертикальное слияние, которое представляет собой объединение какого-либо предприятия с тем, кто потребляет его продукцию или же с поставщиком его сырья [4, с. 123]. Присоединение одного из предприятий к другому приводит к переходу имущества, всех прав и обязанностей от первого предприятия ко второму. Нового предприятия из-за данного типа реорганизации не открывается. Поглощение является приобретением всех или абсолютного большинства корпоративных прав одного из данных предприятий другим предприятием. При всем этом у предприятия, которое поглотили, есть два варианта дальнейших действий [2, с. 201]. Первый вариант: предприятие может сохранить свой юридический статус и стать дочерним предприятием. Второй вариант: может стать просто структурным подразделением предприятия, к которому присоединилось, но, потеряв при этом свой статус юридического лица. Разделение предприятия представляет собой создание на основе одного, уже существующего предприятия двух и большего количества новых предприятий как самостоятельных, которые будут иметь свой юридический статус. После такого изменения первоначальное предприятие перестает существовать, другими словами его ликвидируют. Данный вид реорганизации еще никогда не был применен в металлургическом комплексе [1, с. 79].

Выделение представляет собой создание новых предприятий из одного либо нескольких структурных подразделений, которые были выделены из одного, уже существующего предприятия. Если первоначальное предприятие было юридическим лицом, то можно говорить о том, что при выделении к каждому новому предприятию переходят соответственные и в соответствующих частях различные имущественные права и обязанности первоначально реорганизованного юридического лица. Преобразование предприятия является изменением уже существующей формы собственности, или организационно-правовой формы предприятия на какие-либо другие без всяческого прекращения его хозяйственной деятельности. При возвращении

к ново - возникшему предприятию переходят всевозможные права и обязанности ныне существовавшего предприятия [2, с. 73]. В нашем случае, главное, суметь обратить внимание на то, что при осуществлении всех перечисленных нами способов трансформации предприятий возможно правопреемство, то бишь, замена в уже ранее возникших правоотношениях одних юридических лиц другими с переходом ко вторым всевозможных прав и обязанностей первых. Если говорить о практике, к вновь созданному юридическому лицу от уже прекратившего свое существование предприятия со своим юридическим статусом переходят все и почти все требования и различные долги, имущество, незаконченные расчеты, права и обязанности по договорам, т. е. другими словами, весь его актив и пассив [5, с. 157]. Иными словами, мы можем судить о том, что реструктуризация по своей сути представляет собой наисложнейшую процедура комплексной оптимизации структуры и функционирования данного предприятия в соответствии со всеми требованиями внешней экономической среды и выработанной стратегией его развития.

Этапами проведения реструктуризации системы управления служат: Последовательность этапов реструктуризации предприятия может прилично варьировать, и это будет зависеть от состояния нашей компании, ее потенциала, позиций на рынке, поведения конкурентов, характеристик производимых ею товаров и услуг и многих других факторов [5, с. 90].

Первым этапом служит определение целей реструктуризации. Собственники и менеджмент на данном этапе должны понять, что именно их не устраивает в текущей деятельности данной компании, и чего они хотят добиться в результате последующих структурных изменений. Ведь, исходя из их действий, можно будет судить о дальнейшем развитии компании, и следственно, так сказать, жизнь реструктуризационной программы. Именно поэтому необходимо все грамотно распределить.

Вторым этапом является диагностирование компании. Ее проводят с целью выявления всяческих проблем компании, дабы определить какие стороны у нее

слабые, а какие сильные. Также этот этап необходим для того, чтобы суметь понять перспективы и рентабельность дальнейшего инвестирования в данный бизнес. На этом шаге при проведении диагностики проводят несколько анализов: правовой, налоговый, операционной деятельности, рынка и инвестиционной привлекательности компании. Еще следует упомянуть об изучении финансового состояния данного предприятия, а также стратегии и деятельности руководства компании.

Третьим этапом служит разработка стратегии и программы реструктуризации. На данном шаге по полученным на предыдущем этапе данным представляются несколько вариантов развития данной компании. Для каждого из предложенных вариантов предлагают методы реструктуризации, также рассчитывают всевозможные прогнозные показатели, оценивают всевозможные риски и объемы ресурсов, которые были задействованы в производстве. Далее менеджмент и собственники предприятия проводят оценку эффективности всех предложенных альтернатив по различным критериям, после чего они останавливают свой выбор на одной, в соответствии с ней и будет проводиться программа реструктуризации предприятия. Параллельно с этим уточняются и формализуются разные стратегические цели предприятия, детализируются количественные и качественные целевые параметры, которые должна достичь система с учетом неких ресурсных ограничений.

Четвертым этапом можно назвать осуществление реструктуризации в соответствии с разработанной программой. Образовывают команду специалистов, которые будут проводить дальнейшие действия. Они, тщательно все изучив, постепенно и последовательно реализуют все этапы выбранной программы. В процессе работы проверяются все показатели, и если происходит какой-либо сбой, то предприятие корректирует данную программу.

Пятым этапом является сопровождение программы реструктуризации и оценка ее результатов. На данном шаге, вышеупомянутая команда, которая отвечала за реализацию программы, производит очередной контроль

за исполнением всех целевых показателей и анализирует полученные результаты, после чего подготавливает итоговый отчет.

Список литературы:

1. Брутенц К. О реструктуризации современных международных отношений // Мировая экономика и международные отношения. 2009, С. 79.
2. Любишкина А.А., Ронова Г.Н. Технология реструктуризации дебиторской и кредиторской задолженности. Учебное пособие / Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. Москва, 2007, С. 73; 201.
3. Ронова Г.Н., Грицай Б.А. Система бюджетного управления как инструмент реализации стратегии компании. Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2007., С. 67; 92.
4. Ронова Г.Н., Королев П.Ю., Осоргин А.Н., Хаджиев М.Р., Тишин Д.И. Оценка стоимости предприятий. Учебное пособие / Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. Москва, 2009, С. 123; 176.
5. Ронова Г.Н., Ронова Л.А. Финансовый менеджмент. Учебное пособие / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – 2008., С. 157; 90.

БРЕНД ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Юрьева Арина Сергеевна

*магистрант Московского городского педагогического университета
Институт менеджмента,
РФ, г. Москва*

Шевченко Тамара Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, проф.
Московского городского педагогического университета,
РФ, г. Москва*

В современном обществе потребность в брендах обусловлена, в первую очередь, особенностями культуры, а также специфическими особенностями экономического развития страны. Бренды способствуют сокращению рисков, выполняют роль проводников информации и являются носителями определенного имиджа. Наряду со стратегическими, репутационными активами, а также человеческими ресурсами и корпоративной культурой бренд является нематериальным активом организации.

Учитывая растущую важность бренда для потребителей, все большее внимание стало уделяться таким вопросам, как его продвижение, повышение уровня осведомленности о нем, формирование необходимого имиджа или его улучшение через призму потребителей. Брендинг, выступая одним из стратегических ориентиров современного предприятия, ставит своей целью создание долгосрочной лояльности потребителей. Нам импонирует подход авторов, рассматривающих брендинг как деятельность по созданию, продвижению и реализации брендов с позиций устоявшихся норм взаимодействия организаций, потребителей, посредников и других субъектов потребительского рынка по поводу идентификации подобного товара [6, с. 14].

Сложность и интерес данной тематики определяются тем, что в настоящее время существуют различные и весьма неоднозначные трактовки понятия «бренд». В современной концепции маркетинга под брендом понимается совокупность явных и неявных характеристик продукта: его имени, упаковки,

цены, истории, репутации и способов продвижения, которые делают предложение уникальным. Бренд является сочетанием впечатления, которое он производит на потребителей, и результатом их опыта в его использовании.

На принятие потребителем решения о покупке товара или услуги влияют следующие факторы:

- наличие информации о бренде;
- социальные условия, обучение и воспитание;
- мировоззрение личности;
- установки и социальные нормы;
- знания, способности, характер;
- какие интересы личности заставили его заинтересоваться товаром;
- какого состояния человек хочет достичь, купив этот товар;
- в какие отношения с брендом и с окружающими вступает личность

в процессе коммуникации с брендом [3, с. 128].

При рассмотрении значения брендинга в современной концепции маркетинга можно выделить следующие ключевые направления его проявления и актуализации в теории и на практике:

- брендинг занимает одно из важнейших мест в теории и практике управления и развития предприятий;

- управление предприятием и любыми его инициативами в рамках сетевого взаимодействия со средой осуществляется с учетом стратегического воздействия этих процессов на бренд;

- бренд является одним из приоритетных объектов управления;

- превращение бренда из носителя информации о продукте в элемент стратегии;

- бренды оказывают глобальное воздействие на рынок, его структуру и поведение потребителей;

- бренд рассматривается как неоспоримое конкурентное преимущество и уникальный актив, помогающий формировать перспективные формы взаимодействия с потребителями.

Как следует из вышесказанного, чаще всего понятие «бренд» используется применительно к коммерческим структурам и организациям. Однако в настоящее время понятие «бренд» широко распространено и в системе образования, в образовательных организациях. Бренд образовательной организации – это ожидаемое качество оказываемых образовательных услуг, формирующееся в сознании потребителя, а также способность потенциального потребителя узнать образовательную организацию среди других. Бренд школы – это ее имя, которое должно хорошо запоминаться, и общая команда, принадлежность к которой будут чувствовать все участники образовательного процесса.

Создание сильного бренда образовательной организации может стать основой для самоопределения родителей, учащихся и педагогического коллектива образовательного комплекса, в том числе, для понимания учителями самих себя. Содержание сильного бренда послужит аргументом для осознания отличительных признаков школы, что приведёт к формированию ощущения избранности [1, с. 144]. Ожидаемое качество оказываемых образовательных услуг и условия, которые создаются в школе, побуждают потенциального потребителя к выбору конкретной школы. Услуга плохого качества никогда не станет брендом. Таким образом, бренд школы должен быть конкурентоспособным, он должен мощно и эффективно воздействовать на сознание потребителей, побуждая их, в конечном счете, к выбору данного образовательного комплекса. Устойчивый позитивный бренд способствует закреплению доброго имени школы, в которой хочется учиться.

Эффективные бренды обладают сильными убеждениями и оригинальными идеями. Они не только изменяют отношение потребителя к услуге, но и преобразуют сознание людей. Создание сильного бренда – непростой творческий процесс, требующий профессионального подхода. Больше всего

способствует успешному развитию школы продуманный подход к средствам продвижения образовательных услуг к потребителю, формирование планов коммуникаций маркетинговой деятельности, эффективная организация рекламной деятельности.

Рассматривая процесс покупки образовательной услуги и влияние ее бренда на покупателя, невозможно не обратить внимание на то, какие преимущества получает от бренда его владелец (продавец услуги) – образовательная организация. Во-первых, бренд школы при продаже образовательных услуг, так же как и при продаже любых других товаров (услуг), позволяет владельцу выделиться из среды конкурентов. Во-вторых, бренд позволяет образовательному комплексу более активно привлекать средства, как бюджетные, так и внебюджетные. Так, школы с популярным брендом более охотно и активно поддерживаются государством, в то же время они привлекают большее число учащихся, а значит, увеличиваются внебюджетные вливания. В-третьих, сильный бренд позволяет минимизировать риски при внедрении новых проектов [2, с. 7]. В-четвертых, брендовые школы в большинстве своем заслуживают репутацию надежных организаций, что способствует развитию крепких партнерских отношений с другими образовательными организациями. Кроме того, эмоциональная связь брендовых школ с потребителями намного крепче, что способствует формированию долгосрочной лояльности [5, с. 88].

В условиях потребительского общества бренд любого товара (услуги) зачастую является основным критерием выбора покупателя. Он является своеобразным индикатором качества образовательной организации и укрепляет позиции общеобразовательного комплекса, что, в свою очередь, способствует усилению самого бренда [8, с. 42]. Поэтому руководству школ необходимо уделять особое внимание развитию бренда организации. В свою очередь, каждый отдельный структурный элемент в виде конкретного преподавателя также должен работать над усилением собственного бренда. Тогда вполне

можно ожидать синергетического эффекта, который отразится на силе бренда учреждения в целом.

Наиболее важными для продвижения бренда школы являются следующие инструменты маркетинговых коммуникаций: реклама, специальные события, связи с общественностью, прямой маркетинг, мифологизация, разработка фирменного стиля, представительство школы в Интернете. Для поддержания устойчивого положительного имиджа и формирования бренда школе необходимо постоянно представлять потребителям услуг информацию относительно уникальности учебного заведения, особенностей его жизнедеятельности. Также важно разрабатывать информационный материал о школе, который должен отражать позитивные перемены в школьной жизни, демонстрировать достижения школы, полученные в процессе перемен.

Профессиональное проведение маркетинговых исследований, эффективная работа по продвижению бренда школы, продуманный подход к созданию коммуникативных программ по формированию бренда школы являются факторами и ресурсами успешного ее развития. Таким образом, формирование бренда школы происходит в результате правильно организованной коммуникационной политики. Привлекательный бренд организации позволит ему находиться на уровне востребованности в образовательных услугах, повысить значимость его деятельности, привлечь в школу дополнительный контингент учеников, повысить заинтересованность родителей в управлении школой, позволит дополнительно стимулировать участие педагогов, детей и родителей в ее развитии.

На основе проведённого анализа нами была разработана программа, целью которой является повышение конкурентоспособности образовательной организации на рынке образовательных услуг через формирование ее эффективного бренда. Задачи программы мы определяем следующим образом:

- повысить привлекательность школы для потребителей образовательных услуг школы, в том числе и потенциальных;
- оптимизировать информационную среду о деятельности школы;

- спланировать новые мероприятия и повысить эффективность уже имеющихся мероприятий по информированию населения относительно образовательных и дополнительных услуг, оказываемых школой;

- разработать фирменный стиль школы.

Определены основные направления реализации программы.

1. Административно-правовое: наделение функциями PR-службы имеющего необходимую квалификацию должностного лица; разработка нормативно-правового обеспечения PR-деятельности школы.

2. Организационное: изучение ожиданий от школы потенциальных и реальных потребителей (родителей, учащихся, выпускников), социальных партнеров; изучение конкурентов – других образовательных организаций, их сильных и слабых сторон; передача позиционирования целевому сегменту с помощью маркетинговых коммуникаций – личных контактов, PR, социальных акций, имиджевых мероприятий; разработка и развитие визуального образа (логотип, фирменный стиль); обновление, разработка и создание других брендовых элементов школы: флаг, гимн, визитные карточки руководства школы, фильм, компьютерная презентация, бейджи и пр.; освещение деятельности и достижений школы в СМИ; организация мероприятий, поддерживающих контакты с потенциальными потребителями; мифологизация жизнедеятельности школы (личные контакты); публичные информационно-аналитические, творческие отчеты о результатах деятельности школы; ежегодное коллегиальное обсуждение проблем деятельности органов общественного самоуправления школы.

3. Контрольно-аналитическое: осуществление мониторинга продуктивности взаимодействия педагогов и органов общественного самоуправления школы (ежегодное измерение результатов, анализ); мониторинг степени адекватности восприятия школы-бренда: узнаваемость атрибутов, положительное восприятие образа школы, ее ценностей и целей потенциальными и реальными потребителями.

Для того чтобы стать узнаваемым образовательным учреждением, коллектив общеобразовательной организации может начать свою работу по формированию бренда школы с создания фирменного стиля, который призван усиливать эффективность рекламных контактов школы с потребителями, способствовать росту репутации и известности школы на рынке образовательных услуг, вызывать доверие социальных партнеров, создавать чувство общности, единения всех участников образовательного процесса.

Наиболее традиционным способом продвижения образовательных услуг как для администрации школы, так и для потребителей является реклама. Чаще всего используется сувенирная реклама: ручки, календари, футболки, кепки с фирменной символикой школы, а также печатная реклама (проспекты, буклеты); интернет-реклама, размещение на сайте школы различной информации. Реже используется реклама в прессе: статьи в местных газетах, ролики на телевидении. Существуют и другие виды рекламы, которые могут активно влиять на продвижение бренда школы. Например, наружная реклама (реклама на фасадах зданий, щиты, лайтбоксы, реклама на транспорте и т. д.), телевизионная реклама. Необходимо активнее использовать сувенирную рекламу, включив в нее специально изготовленные для учащихся конкретной школы тетради, дневники, обложки на дневник, тетрадь, личные визитки сотрудников школы, бейджи, форменную одежду или аксессуары.

Связи с общественностью – еще одно из направлений деятельности в рамках маркетинговых коммуникаций школы. Их задачи состоят в непосредственном двухстороннем общении как с потребителями, так и с социальными партнерами, обществом в целом. Данный вид маркетинговой коммуникации может быть развит через традиции школы: публичный отчет руководителя школы перед общественностью; день открытых дверей для выпускников школы и родителей будущих первоклассников; день рождения школы; презентации образовательных услуг для общественности; эксперимент и его освещение в СМИ; проведение семинаров по различным вопросам для коллег из других

образовательных учреждений; тематические родительские собрания; специально организованные мероприятия для родителей, жителей микрорайона (осенняя ярмарка, выставка домашних любимцев и др.); организация работы школы будущего первоклассника и многие другие.

Важно использовать ресурс специальных событий, под которыми подразумеваются «специально организованные мероприятия для достижения маркетинговых, информационных целей или продвижения бренда школы» [4, с. 55]. Данная технология с каждым годом приобретает все большую актуальность. Ее особенность заключается в том, что продвижение осуществляется посредством организации какого-либо события, мероприятия (школьный праздник, олимпиада или карнавал). Акцент сделан на эмоциональные средства, и корпоративные идеи органично включены в сценарий праздника, его атмосферу, поэтому продвижение осуществляется косвенно и корректно, без использования прямых рекламных обращений. Когда целевые аудитории становятся участниками ярких интересных запоминающихся событий, корпоративная информация запоминается на уровне эмоций. Организуя специальные события, важно оставить позитивный эмоциональный след в сознании целевой аудитории.

В каждой образовательной организации принято ярко, интересно, творчески проводить праздники: День знаний, День учителя, последний звонок для выпускников, выпускной вечер. Специальные события школы – это источники позитивной информации, но важно заниматься и продвижением самих событий, формировать интерес к ним, рекламировать их (эффективно размещать на территории школы афиши, давать анонсы событий в корпоративных СМИ, размещать анонсирующую и итоговую информацию на корпоративном сайте). Следует отметить, что подобные мероприятия способствуют созданию «команды» единомышленников, которая работает с четким пониманием общих целей и интересов, осознанием своего уникального места в общей системе организации и ощущением дружеской и профессиональной поддержки коллег.

Следующим элементом продвижения бренда школы является прямой маркетинг, т. к. на рынке образовательных услуг очень важна межличностная коммуникация, степень доверия к источнику информации. Если потребитель доверяет источнику информации (представителю школы), он формирует свое положительное мнение о школе, то есть доверяет школе. Здесь, конечно же, на передний план выходят личные контакты работников школы с настоящими и потенциальными потребителями образовательных услуг школы. Для этого необходима подготовка перспективных и текущих планов взаимодействия с потенциальными потребителями, последовательная реализация намеченного с участием всех педагогов школы.

Необходимо позаботиться о том, чтобы осуществить такое действие, которое будет вызывать несомненный интерес у общественности. Это может быть, например, подготовленный слайд-фильм или презентация, в которых она представлена в неожиданном свете. Это поможет потенциальному потребителю лучше понять цели, ценности учебного заведения. Школа, желающая сделать себе имя, должна создать новый контекст, новый поток коммуникаций, привлечь нового слушателя, читателя, зрителя новым продуктом, фильмом, книгой» [7].

На сегодняшний день самым популярным элементом маркетинговых коммуникаций является представительство школы в интернете. «Электронные коммуникации школы включают как минимум четыре направления деятельности: 1) создание и управление корпоративным сайтом школы; 2) организация рекламных кампаний в интернет-пространстве; 3) сотрудничество и размещение различной информации на отраслевых порталах; 4) работа с блогами и в рамках социальных сетей» [4, с. 61].

Подводя итог сказанному, можно сделать вывод о том, что для формирования бренда школы необходимо использовать различные коммуникационные технологии, объединяя их в систему продуманных стратегически выстроенных действий.

Список литературы:

1. Акопова Е.С. Бренд как составная часть информационного контура вуза / Е.С. Акопова, В.В. Ванюшкина // Вестник Томского государственного университета. – 2011. - № 352. – С. 143–145.
2. Аюпова В.К. Перспективная модель развития образовательного учреждения, использующего бренд-менеджмент образовательных услуг / В.К. Аюпова // Вестник ВЭГУ. – 2013. - № 2.
3. Белянская Ю.А. Как бренды манипулируют нами / Ю.А. Белянская // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 3. – С. 124–129.
4. Каверина Е.А. Организация рекламной деятельности вуза / Е.А. Каверина. – СПб: Книжный Дом, 2007.
5. Коневская Е.В. Бренддинг как инструмент конкурентоспособности высшего учебного заведения на рынке образовательных услуг / Е.В. Коневская // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2011. – № 2.
6. Роздольская И.В. Основные теоретические подходы к познанию сущности бренда / И.В. Роздольская, А.А. Клименко // Репутациология. – 2008. – № 1. – С. 13–20.
7. Самохина А.К. Бренд школы: создание, поддержка и развитие / А.К. Самохина // Справочник руководителя образовательного учреждения. – 2008. – № 10.
8. Юданов А.Ю. Вузы: как выжить, несмотря на кризис / А.Ю. Юданов // Экономика образования. – 2012. – № 1.

СЕКЦИЯ 4. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕРЫ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

Горохова Мария Андреевна

*студент, ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет
им. М.К. Аммосова»,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Кузьмина Анна Алексеевна

*студент, ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет
им. М.К. Аммосова»,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Сибилева Елена Валерьевна

*научный руководитель, доц. кафедры «Экономики и управления
производством» Финансово-экономический институт Кафедра экономики
и управления производством ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный
университет им. М.К. Аммосова»,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

В данной статье сделан анализ региональных мер финансовой поддержки малого предпринимательства Республики Саха (Якутия) и сформулированы рекомендации по совершенствованию и развитию рынка финансовых услуг для субъектов малого предпринимательства в Республике Саха (Якутия).

Малое предпринимательство – это сектор экономики, который определяется деятельностью субъектов малого предпринимательства на рынке товаров, работ и услуг. Субъектом малого предпринимательства является малое предприятие [1].

Малое предпринимательство имеет ряд преимуществ, таких как: развитие конкуренции в регионе, создание дополнительных рабочих мест, наполнение рынка новыми товарами и услугами, повышение гибкости и адаптивности экономики, укрепление социальной стабильности. Таким образом, этот сектор

экономики выполняет ряд важных социально-экономических задач и имеет большое значение для формирования структуры экономики и ее развития.

Этот сектор экономики особенно важен для регионов тем, что создает благоприятные условия для регулирования региональной экономики. Потому что, малое предпринимательство зависит от региональных и местных органов управления, чем крупные и средние предприятия.

В настоящее время принимаются и разрабатываются региональные и федеральные нормативно правовые акты, регламентирующие поддержку МСП в целях его развития. Но, большинство руководителей малых предприятий считают, что одной из причин сдерживающего развития малого бизнеса в Республике Саха (Якутия) является отсутствие финансовой поддержки, сложность в получении кредитов для развития малого предпринимательства.

Рассмотрим график динамики развития малых предприятий в РС (Я) (рис. 1). Данные для графика динамики взяты из Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по РС (Я) [4].

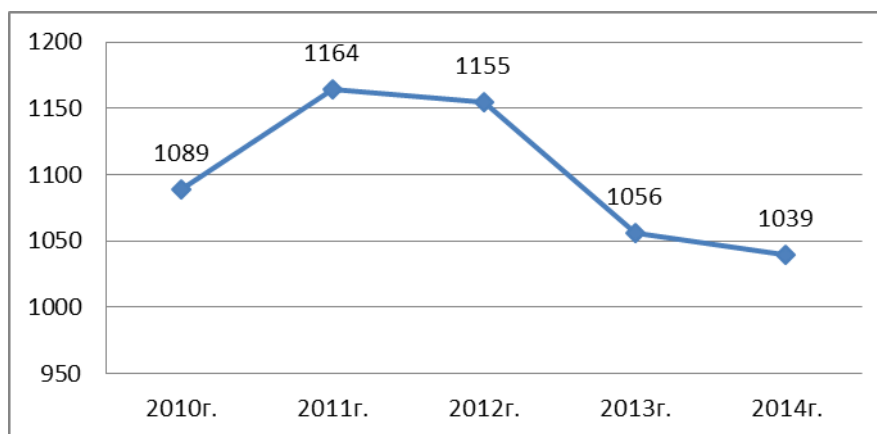


Рисунок 1. Динамика развития малых предприятий в РС (Я), ед.

Как видно из динамики развития малых предприятий в РС(Я), их численность с каждым годом сокращается. Причиной такой динамики может служить недостаточная поддержка со стороны государства, в том числе и финансовой. На основе данных статистики, представленных выше, можно

сделать выводы о том, что для развития малого предпринимательства на всей территории Республики Саха (Якутия) требуется активная финансовая поддержка малых предприятий.

Существенную роль в развитии малого предпринимательства могут сыграть региональные программы поддержки малых предприятий. Рассмотрим основных участников рынка финансовых услуг для субъектов малого предпринимательства Республики Саха (Якутия) и их виды оказываемой финансовой поддержки (Таблица 1).

Таблица 1.

Основные участники рынка финансовых услуг для субъектов малого предпринимательства РС (Я) и их виды оказываемой финансовой поддержки

Основные участники поддержки	Виды поддержки
Министерство по делам предпринимательства и развития туризма	субсидирование
	прочие виды финансовой поддержки
Коммерческие банки	ОАО «Сбербанк РФ»
	ОАО АКБ «Алмазэргиенбанк»
	ЯРФО ОАО «Россельхозбанк»
	ЯФ ОАО «Банк Москвы»
	ЯФ ОАО «Азиатско-Тихоокеанский банк»
	ФКБ «Мак-банк»
	ОАО АБ «Алданзолотобанк»
	ОАО «МТС-БАНК»
	ОАО АКБ «Связь-Банк»
	ОАО АБ «Татта»
	ОАО АКБ «РОСБАНК»
Фонд поддержки малого предпринимательства в Республике Саха (Якутия)	Микрофинансирование краткосрочное (до 1 года)
	Микрофинансирование среднесрочное (до 3 лет)
	Микрофинансирование из средств МСП Банка
	Инвестиционные займы
	Экспресс-займы (для субъектов из сельских поселений)
	Предоставление поручительств
Кредитные кооперативы	финансовая (микрокредитование, предоставление поручительств)
	имущественная
	информационная
	образовательная

Муниципальные фонды поддержки предпринимательства в РС (Я)	Сегодня в форме некоммерческих организаций в 16 муниципальных образованиях РС(Я) созданы фонды поддержки малого предпринимательства, в 15 муниципальных образованиях имеются центры поддержки малого предпринимательства (4 из которых на текущий момент не зарегистрированы).
Частные кредиторы	Отличительной особенностью частных кредиторов является то, что они могут предоставлять предпринимателям так называемый «неформальный» кредит, то есть кредит без письменного соглашения (на основании устной договоренности) и/или без залогового обеспечения.

Несмотря на все виды оказываемой финансовой поддержки, каждая из них имеет свои недостатки, которые сдерживают развитие субъектов малого предпринимательства.

Получение субсидирования от Министерства по делам предпринимательства и развития туризма, а также кредитов, предоставляемые коммерческими банками, являются длительными и трудоемкими процессами, особенно это труднодоступно в сельских местностях. Также на получение кредита могут рассчитывать не все предприниматели, так как каждый коммерческий банк имеет свой отличительный ряд условий кредитования.

Микрокредитования, предоставляемые Фондом поддержки малого предпринимательства в Республике Саха (Якутия), выдаются на короткий срок, а также ее сумма является недостаточной (до 1 млн. руб.). Что касается частных кредиторов, не регулируются законодательством и довольно высокие ставки кредитования (80–100 % в год).

Муниципальный фонд поддержки предпринимательства в РС (Я) способен охватить своей поддержкой около 1350 субъектов МП, зарегистрированных в тех районах, где имеются муниципальные фонды или центры поддержки. Это составляет всего лишь около 30 % от общего числа субъектов МП РС (Я), что явно недостаточно для обеспечения эффективного развития малого предпринимательства по всей территории РС (Я).

Кредитные кооперативы способны осуществлять широкий по территориальному охвату спектр микрофинансовых услуг, однако, в результате

их ограниченности в финансовых ресурсах не все предприниматели способны воспользоваться данной поддержкой, а кредиты обладают высокой стоимостью.

На основе вышеуказанных недостатков дадим рекомендации по совершенствованию и развитию рынка финансовых услуг для субъектов малого предпринимательства в РС (Я):

1. Повысить территориальную доступность кредитных продуктов банков для всех районов РС (Я) на основе расширения филиальной сети, открытия дополнительных офисов коммерческих банков;

2. Повысить доступ предпринимателей, преимущественно в сельских поселениях и малых населенных пунктах Республики Саха (Якутия), к субсидированию, предоставляемым Министерством по делам предпринимательства и развития туризма за счет дистанционного конкурсного отбора;

3. Увеличение суммы и сроков предоставляемого Фондом поддержки малого предпринимательства микрокредитования в РС (Я);

4. Развитие системы взаимопомощи на основе кооперации предпринимателей;

5. Развитие микрофинансирования через муниципальные фонды поддержки малого предпринимательства, выступающие представителями финансовых услуг регионального Фонда развития малого предпринимательства РС(Я).

Список литературы:

1. Общая теория финансов. Официальный сайт – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.finedstud.ru (Дата обращения: 14.10.15).
2. Официальный информационный портал Республики Саха (Якутия). Официальный сайт – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sakha.gov.ru (Дата обращения: 15.10.15).
3. Фонд развития малого предпринимательства Республики Саха (Якутия) Официальный сайт – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.fondsakha.ru (Дата обращения: 30.10.15).
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия). Официальный сайт – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sakhagks.ru (Дата обращения: 15.10.15).

ПРОБЛЕМЫ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЯКУТИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Семенов Нюргун Николаевич

*студент 4 курса, кафедры Экономики и управления производством,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Герасимов Богдан Иннокентьевич

*студент 4 курса, кафедры Экономики и управления производством,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Сибилева Елена Валерьевна

*научный руководитель: доц. кафедры Экономики и управления производством
СВФУ им. М.К. Аммосова, г. Якутск*

В данной статье рассмотрено состояние угольной промышленности в Республике Саха (Якутия), проведен краткий анализ экономического потенциала ТЭК региона в условиях кризиса.

Ископаемый уголь – полезное ископаемое, вид топлива, образовавшийся из частей древних растений под землей без доступа кислорода.

Больше половины добываемого в мире угля используется в качестве топлива. В основном он сжигается на теплоэлектростанциях. Четверть добываемого сырья применяется в коксохимической промышленности, а полученный на заводах кокс используется для выплавки чугуна.

Уголь применяется при производстве различных видов товара, начиная с ядовитого аммиака заканчивая лекарственными препаратами.

На текущий момент крупнейшими угольными бассейнами нашей страны являются Тунгусский (предполагаемые запасы – 2299 млрд. тонн) и Ленский (предполагаемые запасы – 1647 млрд. тонн), который по большей части расположен в Республике Саха (Якутия), впрочем, данные месторождения находятся далеко от освоенных районов, а их разработка требует больших затрат из-за трудных климатических условий.

Доля Республики Саха (Якутия) в общем объеме добычи угля по Российской Федерации, по итогам 2014 года составляет около 3,6 %. Тем не менее, якутский уголь в основной массе представляет собой коксующий

уголь, который является основным видом топлива в сфере производства стали и энергетики, что делает его необходимым в любых экономических ситуациях.

Ленский и Тунгусский угольные бассейны расположены в Восточной части Сибири и Якутии. Площадь Ленского бассейна – 750 000 кв. км, Тунгусского – около 1 млн. кв. км. По количеству запасов угля данные очень разнятся, геологические запасы Ленского бассейна составляют – от 283 до 1 800 млрд. тонн, а Тунгусского – от 375 до 2 000 млрд. тонн.

Добыча угля в этих бассейнах затруднена в связи с труднодоступностью территорий. На сегодняшний день в Ленском бассейне добыча ведется на 2 шахтах и 3 разрезах, среднегодовая добыча – около 1,5 млн. тонн угля. В Тунгусском бассейне добычу ведет 1 шахта и 2 разрез, среднегодовая добыча – около 800 тыс. тонн угля.

В 2014 году кризис существенно повлиял угольную промышленность. Вследствие низкого курса рубля затраты российских компаний заметно увеличились. Состояние мирового рынка угля, и его изменения влияют и на региональный рынок.

Однако по прогнозам аналитиков спрос на уголь будет повышаться примерно до 2020 года. Это связывают с увеличением объемов потребления.

В настоящее время в отрасли имеются проблемы, это – трудные природно-климатические условия, неразвитость инфраструктуры, проблемы с финансированием и с большими расходами на транспортировку угля.

Для преодоления этих проблем угольной промышленности Якутии необходимо в обязательном порядке сократить расходы на добычу и транспортировку угля. Необходимы большие вложения ресурсов для развития перспективных угольных месторождений. Также очень важно развивать технологии по обогащению и переработке сырья, чтобы поставлять на рынок более дорогие марки угля.

Список литературы:

1. <http://coroma.ru/stati/stati06.htm> – Добыча полезных ископаемых.
2. <http://www.sakha.gov.ru/node/16591> – Госкомстат Республики Саха (Якутия).
3. <http://minenergo.gov.ru/activity/coalindustry/> – Министерство Энергетики РФ
4. <http://utmagazine.ru/> – Бизнес-газета.
5. <http://metalexpertresearch.ru/> – Индивидуальные исследования и прогнозы рынков.
6. <http://ru.wikipedia.org/> – Свободная энциклопедия.
7. Ефремов Э.И. Экономика топливно-энергетического комплекса Якутии. ISBN 5-02-032239-3.

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА

РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В СЛАБО ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫХ РЕГИОНАХ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ХМАО – ЮГРЫ

Андреев Никита Юрьевич
студент 4 курса, кафедра менеджмента ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск

Арасланов Ренат Камилович
научный руководитель, канд. экон. наук, доц. ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск

ХМАО – Югра на протяжении многих лет входит в число наиболее динамично развивающихся российских регионов, обладающих мощным инвестиционным потенциалом. В экономике России Югра — ключевая территория по добыче нефти и производству электроэнергии. Доля Югры в общероссийской добыче нефти за 2014 год составила 47,7 % или 250,2 млн. т. нефти. Отметим, что добыча нефти снизилась на 1,9 % а доля в общей структуре на 1,1 % по сравнению с прошлым годом [4]. За последние три десятилетия в регионе создан мощнейший в стране электроэнергетический комплекс. Основную долю выработки электроэнергии на территории автономного округа обеспечивают ОАО «Сургутская ГРЭС–1», ОАО «Сургутская ГРЭС–2», ОАО «Нижневартовская ГРЭС» и «Няганская ГРЭС». Общая выработка электроэнергии в 2013 году составила – 88,5 млрд. кВт–ч. В 2014 году выработка электроэнергии составила 91,2 млрд. кВт–ч, что на 3,1 % больше, чем в прошлом году [4].

В результате проводимой Правительством автономного округа политики по созданию благоприятного инвестиционного климата 29 августа 2014 года рейтинговое агентство Standard & Poor's подтвердило долгосрочный кредитный рейтинг эмитента Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на уровне

«BBB-», прогноз «Негативный» и подтвердило рейтинг по национальной шкале на уровне «ruAAA».

Рейтинговое агентство Fitch Ratings 3 октября 2014 года подтвердило Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре рейтинг «BBB», прогноз «Негативный». Национальный долгосрочный рейтинг подтвержден на уровне «AAA(rus)», прогноз «Стабильный». Таким образом, прогноз по рейтингам автономного округа соответствует прогнозу по суверенным рейтингам эмитента – Российской Федерации. Настоящие рейтинги отражают высокий уровень благосостояния региона, его позитивные показатели ликвидности, низкий уровень долга и низкий уровень условных обязательств. К тому же, автономный округ по уровню кредитного рейтинга находится по рейтинговой шкале после городов Москвы и Санкт-Петербурга [1].

Составим таблицу 1 на основе данных «Итогов социально–экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа Югры» за период 2011–2014 гг. [2], для оценки объемов инвестиций в основной капитал за этот период.

Объем инвестиций в основной капитал по полному кругу предприятий за счет всех источников финансирования за 2014 год – 709,4 млрд. рублей. В 2013 году данный объем составил 720,1 млрд. рублей. По данным «Итогов социально экономического развития ХМАО – Югры за 2014 год» инфляция на потребительском рынке за 2014 год составила 8,2 %.

Вследствие этого, индекс физического объема инвестиций в основной капитал составил 91 % по отношению к уровню 2013 года [2].

Наибольший объем вливаний наблюдается в 2013 году, его величина равняется 720,1 млрд. рублей. Включительно до 2013 г. наблюдается стабильный рост суммы инвестиций, но к 2014 г. объемы снова сократились, однако за весь анализируемый период увеличились на 11,4 %.

По нашему мнению, целесообразно рассчитать величину инвестиционных вложений в неизменных ценах, т. е. взять за базис цены 2011 и 2014 годов. Данный метод покажет более точную величину инвестиций, поскольку будет учтен фактор инфляции.

Взяв за основу цены 2011 года, мы наблюдаем следующий результат: наибольшая сумма инвестиций, 647 млрд. рублей, получена в 2013 году. Из таблицы 1 видно, что абсолютный прирост за 2012 год составил 2,9 млрд. рублей, а за 2013 г. 7,8 млрд. рублей. Наименьшее значение принадлежит 2014 году, в этом году было вложено 589,2 млрд. рублей. Несмотря на прирост инвестиций в текущих ценах, в неизменных ценах 2011 года мы наблюдаем снижение их величины на 47,8 млрд. рублей или 7,5 %.

Таблица 1.

Объем инвестиций в основной капитал за период 2011–2014 гг. [2]

Показатель	2011	2012	2013	2014	Темп роста, %
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.	637	669,9	720,1	709,4	111,4
Инфляция, %	1,053	1,048	1,062	1,082	102,8
Индекс физического объема инвестиций в основной капитал, %	-	100,3	101,2	91	
Коэффициент пересчета	1	1,048	1,113	1,204	-
Инвестиции в основной капитал в постоянных ценах (цены 2011 г.), млрд. руб.	637	639,2	647	589,2	92,5
Коэффициент пересчета	1,204	1,149	1,082	1	-
Инвестиции в основной капитал в постоянных ценах (цены 2014 г.), млрд. руб.	766,9	769,7	779,1	709,4	92,5

В неизменных ценах 2014 года наименьшее значение суммы инвестиций принадлежит 2014 году. В этом году сумма вливаний составила 709,4 млрд. рублей, как уже отмечалось ранее. С 2011 года по 2013 год наблюдается стабильный рост инвестиционных вложений: прирост в 2012 году 2,8 млрд. рублей, в 2013 году 9,4 млрд. рублей. В целом за весь анализируемый период снижение составило также 7,5 %.

Таким образом, учитывая результаты расчетов в неизменных ценах, мы видим, что прирост инвестиций за весь анализируемый период отсутствует, напротив, величина инвестиционных вложений уменьшилась.

На рисунке 1 представлено за счет каких источников осуществлялись инвестиционные вливания в 2014 году.



Рисунок 1. Источники инвестиционных вливаний в 2014 г. [2]

Как видно из рисунка 1 наибольший удельный вес, а именно 83 % инвестиционных вложений, принадлежит собственным средствам предприятий. За счет привлеченных средств осуществилось 12 % инвестиций. Наименьший удельный вес занимают бюджетные средства, их доля равна 5 % от общего объема вливаний. По нашему мнению, данная структура весьма очевидна для ХМАО – Югры, поскольку приоритетной отраслью является нефтедобыча. Обычно предприятия данной сферы деятельности получают огромные суммы сверхприбыли, поэтому вполне целесообразно для них вкладывать излишки средств в финансовые инструменты или капитальное строительство.

Однако, несмотря на снижение объема инвестиций, Югра занимает третье место в России по объему инвестиций на душу населения, при этом обеспечивая исполнение Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике» по доле инвестиций – 25 % в валовом региональном продукте.

Добиться высоких объемов вклада инвестиций в экономику и социальную сферу автономного округа удалось за счет масштабных строек и крупных инвестпроектов.

В таблице 2 представлены данные о реализованных и реализующихся инвестиционных проектах. Таблица составлена на основе «Отчетов о ходе реализации приоритетных инвестиционных проектов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» [3].

Таблица 2.

**Структура инвестиционных вложений в основной капитал
за 2013–2015 года [3]**

Направления вложений	до 2014 г.			Структура, %
	реализов., шт.	реализующ., шт.	оказание гос. поддержки, тыс. руб.	
Жилищная сфера	16	4	972 681,05	37,03
Коммунальная сфера	7	2	382 545,97	16,67
Социальная сфера	1	14	287 962,59	27,78
Животноводство	6	-	4 527,67	11,11
Промышленность	3	1	192 826,82	7,41
Итого	33	21	1 840 544,1	100
	54			
до 2015 г.				
Жилищная сфера	26	5	1 248 102,87	32,98
Коммунальная сфера	11	3	380 024,78	14,89
Социальная сфера	11	14	669 741,66	26,60
Животноводство	12	2	371 108,04	14,89
Промышленность	5	5	2 180 133,25	10,64
Итого	65	29	4 849 110,6	100
	94			
до 01.07.2015 г.				
Жилищная сфера	26	5	1 248 102,87	32,98
Коммунальная сфера	11	3	380 024,78	14,89
Социальная сфера	12	13	669 741,66	26,60
Животноводство	12	2	371 108,04	14,89
Промышленность	6	4	2 180 133,25	10,64
Итого	67	27	4 849 110,6	100
	94			

По данным из таблицы видно, что на период до 2014 года было реализовано 33 инвестиционных проекта, а 21 находились в стадии реализации. Наибольший удельный вес (37,03 %) принадлежал инвестициям, вложенных в жилищную сферу. В данную сферу включаются вложения в строительство многоквартирных домов. Отметим, что государственная поддержка для этой сферы составила 972 681,05 тыс. рублей. Наименьший удельный вес, а именно 7,41 % занимает промышленная сфера, куда были включены молокозавод, завод по производству плит ДСП, кормоуборочная техника и т. д.

За год количество реализованных проектов увеличилось на 32, а реализующихся на 8. В основном прирост произошел за счет сдачи в эксплуатацию новых многоквартирных домов (+10), а также детских садов и торгово-развлекательных комплексов (+10). Наибольший удельный вес по-прежнему принадлежит жилищной сфере – 32,98 %, наименьший – промышленной – 10,64 %. Однако государственная поддержка на развитие промышленности увеличилась на 1 987 306,43 тыс. рублей, т. е. более чем в 10 раз.

За 2 квартала 2015 года ситуация несильно изменилась по сравнению с 2014 годом, а именно: был введен в эксплуатацию детский сад на 200 мест в 9-м микрорайоне в г. Мегион, а также тепличный комплекс ОАО «Агрофирма» в д. Ярки ХМАО – Югры.

Таким образом, несмотря на сокращение объемов инвестиций к 2014 году, округ продолжает разрабатывать и реализовывать новые инвестиционные проекты, в первую очередь направленные на жилищное обеспечение граждан, а также обеспечение населенных пунктов детскими садами.

Отметим тот факт, что доходы от нефтегазовой сферы деятельности округа трансформируются в капитальное строительство, развитие животноводства, промышленность, т. е. являются драйвером роста для других отраслей.

Мы считаем, что основные направления повышения инвестиционной активности ХМАО – Югры могут включать в себя:

1. Усиление диверсифицированности направлений деятельности:

- 1.1. ХМАО – Югра богат невероятно обширными лесными просторами. По нашему мнению, целесообразно развивать лесопромышленную сферу, а также создавать структуры по производству мебели из древесины и сопутствующих материалов.

- 1.2. В реках автономного круга водится большое количество, достаточно высоких по стоимости реализации, водно-биологических ресурсов, т. е. рыб. Вследствие этого развитие рыбо-хозяйственного комплекса также имеет огромный потенциал.

2. Предоставление государственных гарантий и льгот на инвестиционные проекты, реализуемые в округе.

3. Предоставление льготных налоговых условий.

По нашему мнению, данные направления помогут поднять инвестиционную активность округа на более высокий уровень.

Список литературы:

1. Департамент экономического развития ХМАО – Югры // Инвестиционная деятельность / – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <http://www.depeconom.admhmao.ru/wps/portal/ecr/home/id> (Дата обращения 02.11.2015).
2. Департамент экономического развития ХМАО – Югры // Итоги социально – экономического развития ХМАО – Югры за 2011–2014 года / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: http://www.depeconom.admhmao.ru/wps/portal/ecr/home/ser_hmao (Дата обращения 02.11.2015).
3. Департамент экономического развития ХМАО – Югры // Отчеты о ходе реализации приоритетных инвестиционных проектов ХМАО – Югры за 2013–2015 года – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <http://www.depeconom.admhmao.ru/wps/portal/ecr/home/id> (Дата обращения 02.11.2015).
4. Ханты-Мансийский автономный округ – Югра // Об округе // Экономика / – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: http://www.admhmao.ru/wps/portal/hmao/ob_okruga/obschie_svedeniya/obschie (Дата обращения 02.11.2015).

АНАЛИЗ СОСТАВА И ДИНАМИКИ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ И ИСТОЧНИКОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ЭНЕРГОСБЫТОВОЙ СФЕРЫ (НА ПРИМЕРЕ АО «ЮТЭК»)

Андреев Никита Юрьевич

*студент 4 курса, кафедра менеджмента, ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск*

Шамсиева Альбина Анасовна

*научный руководитель, старший преподаватель ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск*

На сегодняшний день трудности, с которыми столкнулась наша страна, вызваны обострившимся с конца 2014 г. финансово-экономическим кризисом. Продолжается спад промышленного и сельскохозяйственного производства, увеличение периода оборачиваемости дебиторской задолженности, увеличение процента убыточных предприятий. Помимо этого, наблюдается низкий уровень жизни населения, безработица, высокая инфляция. Вследствие этого экономика РФ должна адаптироваться к новым условиям, внести радикальные преобразования как в экономическую, так и в социальную сферу деятельности для преодоления продолжающегося финансового кризиса.

Социально-экономическое развитие предприятия, как и государства в целом, не может произойти без глубокого осмысления содержания финансов. На этой основе должен сформироваться такой финансовый механизм управления предприятием, который будет соответствовать основным направлениям его финансовой политики. Он необходим для того, чтобы повысить эффективность взаимодействия всех элементов организации, поддерживать достаточный уровень платеже- и кредитоспособности, а также обеспечить финансовую стабильность в сложившейся экономической ситуации. Специалистам в данной области важно знать сущность и функции финансов, уметь разбираться в особенностях формирования, распределения и использования финансовых ресурсов на предприятиях (в организациях).

Как показывает мировой опыт, в реальной рыночной экономике особую роль играют коммерческие организации. Ссылаясь на ч. 1 ст. 50 ГК РФ

«коммерческие организации – это юридические лица, преследующие извлечение, прибыли в качестве основной цели своей деятельности» [1]. Такие организации могут создаваться в виде хозяйственных товариществ, обществ, производственных кооперативов и т. д.

Процесс финансово – хозяйственной деятельности коммерческих организаций неразрывно связан с определенными финансовыми отношениями. Такие отношения связаны, непосредственно, с основным видом деятельности организации, с формированием и использованием самостоятельно сформированной базой финансовых ресурсов за счет собственных средств или привлеченных источников, с обеспечением обязательств перед своими кредиторами.

Согласно определению автора А.С. Нешиной «финансовые ресурсы предприятия – это совокупность всех денежных средств и поступлений, имеющих в распоряжении хозяйствующего субъекта» [2].

Таким образом, финансовые ресурсы организации это:

1. Денежные доходы – это:

1) прибыль от реализации товаров (работ, услуг);

2) прибыль от реализации имущества, сальдо внереализационных доходов и расходов.

2. Денежные накопления, т. е. аккумулированные финансовые ресурсы, сформированные в виде амортизационного фонда, резервного фонда и т. д.

3. Денежные поступления: средства из бюджета; средства, привлеченные на финансовом рынке; средства, полученные от основной («материнской») компании; от вышестоящей организации за счет внутри- и межотраслевого перераспределения.

Источниками формирования финансовых ресурсов являются:

1. Выручка от реализации продукции (работ, услуг).

2. Внереализационные доходы.

3. Средства, перечисленные из бюджетов, которые поступают в рамках государственной поддержки.

4. Поступления от основных («материнских») компаний, учредителя (учредителей).

5. Полученные займы и кредиты.

Рассмотрев финансовые ресурсы и источники их формирования в теории, рассмотрим и проанализируем их на примере АО «ЮТЭК» (далее – Организация).

В 2007 г. общество начало свою деятельность как самостоятельная энергосбытовая компания. Единственным учредителем Организации является Правительство Ханты – Мансийского автономного округа – Югры. Основными видами деятельности Организации являются купля – продажа электроэнергии в централизованной и децентрализованной зонах, а также услуги по выполнению функций службы заказчика управления капитального строительства. В мае 2007 г. Организации присвоен статус Гарантирующего поставщика. Статус предоставляет право на заключение договоров купли-продажи электрической энергии с любым обратившимся к компании потребителем электрической энергии либо с лицом, действующим от имени и в интересах потребителя электрической энергии и желающим приобрести электрическую энергию.

В настоящее время АО «ЮТЭК» обслуживает 263 тыс. потребителей (физические и юридические лица) на территории Ханты – Мансийского автономного округа – Югры, из них: 255 495 – население, 1 551 – бюджетные потребители и 6 267 – прочие потребители. При этом объем полезного отпуска электроэнергии составляет более 2 600 млн. кВт/ч в год [3].

Составим таблицу 1 для оценки состояния финансовых ресурсов в данной организации. Для составления таблицы воспользуемся информацией, приведенной в отчетах о прибылях и убытках АО «ЮТЭК» за 2012–2014 гг. Отчеты расположены на официальном сайте АО «Югорская территориальная энергетическая компания» и находятся в свободном доступе.

Финансовые ресурсы АО «ЮТЭК» за 2012-2014 гг., тыс. руб.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Абсолютное отклонение (2014–2012 гг.)
Чистая прибыль	2 850 027	336 227	142 997	- 2 707 030
Сальдо внереализационных доходов и расходов	3 253 700	1 222 387	884 382	- 2 369 318
Амортизационные отчисления	91 017	111 779	127 577	36 560
Резервный фонд	164 466	198 088	212 388	47 922
Целевое финансирование	1 269 755	1 269 755	1 108 224	- 161 531
Заемные средства	183	-	-	- 183

Анализ таблицы 1 целесообразно начать с первого и самого основного вида финансовых ресурсов – чистой прибыли. Показатель чистой прибыли, характеризует ту сумму, которая остается в распоряжении организации и направляется на различные цели: выплата дивидендов, расширение воспроизводства, увеличение резервного фонда и т. д. В 2012 г. значение показателя составило 2 850 027 тыс. руб. В 2013 г. наблюдается резкое снижение значения показателя более чем на 2,5 млн. тыс. рублей. Однако большое значение чистой прибыли в 2012 г. связано с тем, что в этом году доходы от вклада в уставный капитал составил 3 220 441 тыс. рублей, вследствие этого значение чистой прибыли является завышенным. В 2014 г. значение показателя снизилось еще на 193 230 тыс. рублей. Данное снижение объясняется сокращением объемов выручки от продаж на 68,9 %.

Положительное сальдо внереализационных доходов и расходов в 2012 г. составило более 3,2 млн. тыс. рублей. Большое значение показателя связано с тем, что в этом году доходы от вклада в уставный капитал составил 3 220 441 тыс. рублей. К 2013 г. наблюдается снижение показателя на 62,4 % или на более чем 2 млн. тыс. рублей. К 2014 г. значение показателя снизилось еще 0,338 млн. тыс. рублей. В целом за весь анализируемый период отрицательная разница составила более 2,3 млн. тыс. рублей.

Амортизационные отчисления за 2012 г. составили 91 017 тыс. рублей. Амортизационные отчисления – это отчисления, которые включены в себестоимость продукции (работ, услуг) и направляются на возмещение стоимости приобретенных основных средств. В 2013 г. наблюдается прирост показателя на 22,8 % или на 20 762 тыс. рублей. Прирост в 2014 г. составил 14,1 % или 15 798 тыс. руб. Данная динамика объясняется закупкой нового электросетевого оборудования и введением его в эксплуатацию. В целом абсолютный прирост составил 36 560 тыс. рублей.

За счет отчислений от чистой прибыли организация наращивала сумму резервного фонда. Резервный фонд служит некой «подушкой безопасности», т. к. он предназначен для осуществления погашения долговых обязательств, для компенсации ущерба, произошедшего в результате непредвиденных событий и т. д. В 2012 г. сумма резервного фонда составила 164 466 тыс. рублей, что соответствует 5 % от суммы уставного капитала. В 2013 г. сумма уставного капитала увеличилась на 32,9 %, в соответствии с этим руководством организации было принято решение увеличить свой резервный капитал. В этом году его значение составило 198 088 тыс. рублей, прирост составил 20,4 % или 33 622 тыс. рублей. Однако данного прироста было недостаточно, т. к. сумма резервного капитала составила лишь 4,5 % от суммы уставного капитала. В 2014 г. также наблюдается увеличение размера резервного фонда на 14 300 тыс. рублей или на 7,2 %. Несмотря на это, данной суммы также не хватает для установленного законодательством размера резервного фонда в 5 % от суммы уставного капитала. В 2014 г. он составил 4,85 %. Абсолютный прирост за весь период составил 47 922 тыс. рублей.

Целевое финансирование представляет собой средства государства или сторонних организаций, которые были выделены для организации на реализацию целевой программы. В 2012 г. сумма такого финансирования составила 1 269 755 тыс. рублей. Средства были выделены для осуществления строительно-монтажных работ и реконструкции электросетевого хозяйства. Из них: финансирование бюджета по инвестиционным программам составило

382 675 тыс. рублей; финансирование прочих организаций (ОАО «Тюменьэнерго») по инвестиционной программе в сумме 887 079 тыс. рублей. В 2013 г. сумма осталась неизменной. В 2014 г. наблюдается снижение показателя на 161 531 тыс. рублей или на 12,7 %. Снижение произошло за счет снижения средств, выделенных из бюджета.

Стоит отметить, что за весь анализируемый период АО «ЮТЭК» практически не пользовалось заемными средствами. Согласно пояснительной записке к бухгалтерскому балансу за 2012 г., 183 тыс. рублей – это сумма процентов, которую осталось выплатить по ранее уплаченному долгу. В 2013 и 2014 гг. организация займов не имеет.

Рассмотрев финансовые ресурсы АО «ЮТЭК» перейдем к анализу источников их формирования, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2. [3]

**Источники формирования финансовых ресурсов АО «ЮТЭК»
за 2012–2014 гг., тыс. руб.**

Источник	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Абсолютное отклонение (2014–2012 гг.)
Выручка от реализации продукции (работ, услуг)	6 559 830	5 022 398	1 560 991	- 4 998 839
Внереализационные доходы	4 259 995	1 362 182	1 077 967	- 3 182 028
Целевое финансирование	1 269 755	1 269 755	1 108 224	- 161 531
Займы и кредиты	183	-	-	- 183

Основным источников формирования финансовых ресурсов является выручка от реализации продукции, работ, услуг. В 2012 г. ее значение составило более 6,5 млн. тыс. рублей. К 2013 г. наблюдается снижение значения показателя более чем на 1,5 млн. тыс. рублей или на 23,4 %. Это связано с тем, что объемы продаж электроэнергии в централизованной зоне энергоснабжения были включены в сводный прогнозный баланс по трем группам точек поставок (ГТП) из шестнадцати заявленных. В 2014 г. значение показателя резко снизилось практически на 3,5 млн. тыс. рублей или на 68,9 %.

Это обусловлено передачей в ОАО «ТЭК» с 01.11.2013 г. тринадцати ГТП централизованной розничной зоны.

Сумма внереализационных доходов в 2012 г. составила более 4,2 млн. тыс. рублей. Как отмечалось ранее, это связано с доходом от вклада в уставный капитал (более 3,2 млн. тыс. руб.). В 2013 г. сумма внереализационных доходов составила 1,36 млн. тыс. рублей, т. е. снизилась на 2,9 млн. тыс. рублей или на 68 %. К 2014 г. снижение составило еще 0,284 млн. тыс. рублей или 20,9 %. Общее абсолютное отклонение за весь анализируемый период составило практически – 3,2 млн. тыс. рублей.

Целевое финансирование за весь анализируемый период снизилось на 161 531 тыс. рублей, а займы и кредиты вообще отсутствуют за 2013 и 2014 гг.

Проанализировав состояние финансовых ресурсов и финансовых источников АО «ЮТЭК», можно сделать вывод, что у организации достаточно финансовых ресурсов для формирования фактических и потенциальных фондов денежных средств, их распределения и использования на нужды производства и потребления. Что же касается источников, следует отметить, что наблюдается нисходящая тенденция по всем источникам формирования ресурсов, что, несомненно, является отрицательным фактом.

Таким образом, теоретическая база знаний особенностей формирования, распределения и использования финансовых ресурсов коммерческих организаций позволяет определить при помощи данных бухгалтерской отчетности, какие финансовые ресурсы имеются у организации, на что они направляются, за счет каких финансовых источников формируются. Это позволяет контролировать финансовые процессы организации, анализировать их и принимать грамотные управленческие решения в будущем.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51 – ФЗ (ред. от 13.07.2015) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <https://www.consultant.ru/popular/gkrf1/> (Дата обращения 10.11.2015).
2. Нешиной А.С. Финансы: учебник / А.С. Нешиной, Я.М. Воскобойников. –М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 528 с.

3. Бухгалтерская отчетность АО «ЮТЭК» за 2012–2014гг. / Официальный сайт АО «ЮТЭК» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <http://www.yutec-hm.ru/raskrytie-informatsii/raskrytie-informatsii-emitentov-emissionnykh-tsennykh-bumag/> (Дата обращения 10.11.2015).
4. Официальный сайт Акционерного общества «Югорская территориальная энергетическая компания» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <http://www.yutec-hm.ru> (Дата обращения 10.11.2015).

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ДЕЛОВУЮ РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИИ

Андреевская Людмила Сергеевна

*студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Сопин Вадим Станиславович

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Современные условия развития рыночных отношений характеризуются значительным ростом глобализации, который обуславливает либерализацию потоков капитала и существенно увеличивает конкуренцию на мировых рынках. Для того чтобы «выжить» и продолжить своё развитие на том или ином рынке компании необходимо активно бороться за лояльность потребителя, приверженность персонала.

В настоящее время одним из аспектов, обеспечивающих преимущества в борьбе за вышеуказанные факторы является имидж организации. Образ, сформированный в головах партнеров, потребителей и самих сотрудников становится одним из основных активов, поддерживающих уровень лояльности, а, следовательно, и уровень продаж и кредитоспособности. Так В.В. Опокин в своей статье «Имидж компании – к определению понятий» отмечает, что на сегодняшний день «производитель выбирается уже не столько по качеству произведенной продукции, сколько по характерному образу жизни, деловой партнер – по его общественной известности и клиентам, работодатель – по громкому имени» [9, с. 373].

Понятие имиджа тесно связано с понятием деловой репутации компании, однако отметим, что отождествление данных понятий является ошибочным. Так, И.С. Важенина отмечает, что «имидж организации – это поверхностное, сравнительно быстро и легко трансформирующееся представление об объекте, не требующее обязательной рациональной оценки его реальных качеств, которое складывается в сознании людей». В то время как деловая репутация

основана на рациональных мнениях и на подтвержденных достоинствах, либо недостатках организации. Говоря экономическими терминами, деловая репутация компании может быть определена как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу предприятия как имущественного комплекса, и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу. По оценкам руководителей крупных международных компаний, репутация является жизненно важным фактором успеха корпоративной деятельности, находящимся в самом верху списка нематериальных активов. По некоторым оценкам, до 85 % рыночной стоимости компании может приходиться на ее деловую репутацию. Одновременно происходит рост стоимости доли деловой репутации в общей цене компании [2, с. 134].

Из понятия репутации вытекает термин репутационный капитал, под которым понимается совокупность устойчивых характеристик компании, сформировавшихся в результате ее деятельности, таких как: компания:

- ответственный товаропроизводитель и работодатель;
- экологически ответственная компания;
- надежный деловой партнер;
- компания с высоким уровнем корпоративного управления и корпоративной культуры;
- социально ответственная компания.

Остановимся подробнее на последнем пункте – корпоративной социальной ответственности, который ряд исследователей выделяют как особый нематериальный актив. Предпосылкой распространения теории корпоративной социальной ответственности стал растущий спектр вызовов глобализации. Настоящая теория активно развивается в условиях современной экономики. Достаточно продолжительное время стоял вопрос в рамках терминологии, так как авторы значительно расходились во мнениях при определении сущности корпоративной социальной ответственности. В 2010 году спор на данную тематику значительно утратил свою актуальность после публикации международного стандарта ISO 26000 «Руководство по социальной

ответственности», который определяет социальную ответственность как ответственность организации за воздействие её решений и действий на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое:

1. Содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
2. Учитывает ожидания заинтересованных сторон;
3. Соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
4. Введено во всей организации» [8].

Таким образом, влияние корпоративной социальной ответственности на стоимость компании осуществляется за счет увеличения её нематериальных активов. Среди репутационных преимуществ, являющихся результатом реализации КСО можно выделить следующие:

1. Привлечение внимания средств массовой информации, обеспечивающих дополнительную бесплатную рекламную поддержку бизнеса.
2. Повышение доверия и формирование положительного мнения среди целевой аудитории потребителей, структур власти и широкой общественности.
3. Увеличение лояльности существующих и привлечение новых клиентов.
4. Приобретение лучших условий в процессе переговоров с властными структурами.
5. Повышенная лояльность сотрудников, обеспечивающая повышение их заинтересованности и инициативности.

Другой составляющей нематериальных активов компании является человеческий капитал, увеличение которого также возможно за счет реализации различных социальных программ, направленных на развитие персонала компании, в рамках осуществления КСО. Кроме того корпоративная деятельность, осуществляемая бизнесом, направлена в первую очередь на заинтересованные стороны, эффективное построение отношений с которыми приводит к увеличению социального капитала компании.

В целом, ряд исследователей отмечают, что в настоящее время показатели реализации социальной ответственности являются одними из первостепенных факторов, формирующих общественное мнение о компании. То есть грамотная реализация КСО выступает одной из важнейших ступеней формирования положительного образа о компании со стороны всех заинтересованных сторон. Согласно исследованию, проведенному компанией Новард, в рамках которого был опрошен ряд представителей крупных компаний, такие факторы как «увеличение лояльности клиентов» и «повышение значимости бренда» являются одними из мотивов, побуждающих компании к реализации социальной деятельности [1, с. 25–26]. А основным показателем репутации является именно оценка мнения заинтересованных сторон о компании и их намерение совершать экономические действия и принимать решения, связанные с компанией. Влияние укрепления репутации на повышение экономических показателей компании в основном проявляется через поведение заинтересованных лиц, проще говоря – через клиентов, приобретающих продукцию компании; инвесторов, вкладывающих капитал в акции компании; партнеров, доверяющих компании; сотрудников; местное сообщество и т. д. Говоря о повышении лояльности персонала к компании, стоит отметить, что согласно исследованию 2010 года, «около 80 % всех работников в 25 странах мира указали на свое желание работать в социально ответственных корпорациях» [4, с. 55].

Таким образом, реализация стратегии корпоративной социальной ответственности приводит к возможности управления деловой репутацией компании, которая, в свою очередь оказывает существенное влияние на рост её нематериальных активов и позволяет укреплять позиции компании на рынке.

Обобщая всё вышесказанное, можно сказать, что реализация грамотной политики в сфере корпоративной социальной ответственности приводит к повышению такого составляющего показателя деловой репутации компании как лояльность её заинтересованных сторон. В свою очередь, данный показатель может служить основой для формирования конкурентных

преимуществ, которые так необходимы любой компании вне зависимости от сферы её деятельности.

Список литературы:

1. Аналитический обзор по результатам исследования «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства» // ГК Новард, 2015. – 85 с.
2. Важенина И.С. Деловая репутация как конкурентный ресурс компании / И.С. Важенина // Журнал экономической теории. – 2006. № 4. С. 134–135.
3. Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества // Под общ. ред. Ю.Е. Благова, В.И. Кабалиной, А.А. Петрова-Савченко. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2014. – 146 с.
4. Каз М.С. Системы оценки деловой репутации и социальной ответственности: пути интеграции / М.С. Каз, Е.С. Сакун // Вестник Томского государственного университета. – 2010. № 3. – С. 55.
5. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность // под общ. ред. Дынкин А.А., Миловидов Д.В. и др. – М.: ИМЭМО РАН, 2004. – 112 с.
6. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие// Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов и др.; под ред. Э.М. Короткова. – М.: Изд-во «Юрайт», 2012. 445 с.
7. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008.
8. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.html> (Дата обращения: 08.11.2015).
9. Опокин В.В. Имидж компании – к определению понятий / В.В. Опокин // Гуманитарные и социальные науки. – 2012. № 5. С. 373.

МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Бони Юлия Юрьевна

*магистрант 3 курса, кафедра финансов и кредита СибГАУ,
РФ, г. Красноярск*

Мартынова Татьяна Алексеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры финансов и кредита
СибГАУ,
РФ, г. Красноярск*

Капитал – одно из самых используемых в финансовой экономике понятий. По своей сути, он является основой для создания и развития предприятия и на протяжении своего функционирования, реализует интересы не только собственников и персонала предприятия, но и государства.

Термин «капитал» в экономической литературе истолковывается весьма многообразно. С одной точки зрения, капитал предприятия определяют, как совокупность акционерного капитала, нераспределенной прибыли, отражающейся в балансе предприятия и эмиссионного дохода. Размер капитала рассчитывается как разность между стоимостью активов фирмы и ее кредиторской задолженностью.

Другой подход рассматривает капитал, как все долгосрочные источники привлечения средств.

Термин «капитал» нередко используют и для характеристики активов предприятия. При этом он подразделяется на основной капитал (долгосрочные активы, в том числе незавершенное строительство) и оборотный капитал (все оборотные средства предприятия).

Наряду с этим, встречаются, определения капитала, как совокупности стоимости средств в денежной, материальной и нематериальной формах, инвестированных в формирование его активов.

В западной литературе под термином «капитал» подразумевают совокупность всех источников средств, используемых для финансирования

активов и операций фирмы, включая привилегированные и обыкновенные акции, краткосрочную и долгосрочную задолженность.

Финансовый менеджмент рассматривает капитал с двух сторон. С одной стороны, капитал предприятия определяет общую стоимость средств в денежной, материальной и нематериальной формах, инвестируемых в формирование его активов. При этом определяется направление вложения средств. С другой стороны, при анализе источников финансирования, можно отметить, что капитал – это возможность и совокупность форм мобилизации финансовых ресурсов для получения прибыли.

Столь большое количество подходов к толкованию термина «капитал» обусловлено многообразием содержательных сторон экономической теории.

Главной целью формирования капитала любого предприятия является привлечение необходимого его объема для финансирования и получения активов, а также оптимизация его структуры с точки зрения обеспечения условий для последующего результативного использования.

Первоочередной задачей, при формировании капитала предприятия, становится максимально точное определение потребности в необходимом его объеме, а также четкое понимание его будущей структуры.

Недостаточный объем, на данном этапе, может существенно затянуть и отложить период открытия и освоения производственных мощностей предприятия, а в ряде случаев вообще, свести на «нет» все попытки начать операционную деятельность.

Впрочем, одновременно с этим, переизбыток формируемого капитала может привести к дальнейшему низкоэффективному и малорациональному использованию активов предприятия, уменьшить его норму доходности.

На практике, для создания общей потребности в капитале для любого предприятия используют следующие основополагающие методы:

1. Метод аналогий. Данный метод базируется на опыте установления объема используемого капитала на аналогичных предприятиях аналогичной

отрасли. Так же, при выборе предприятия – аналога, учитывается его региональная принадлежность, стадия жизненного цикла и многие другие факторы.

Недостатком данного метода считается частая невозможность подобрать достойное предприятие – аналог, на примере которого, можно было бы изучить и проанализировать все факторы, которые определяются, как важные в процессе формирования капитала.

2. Метод удельной капиталоемкости. Считается одним из наиболее простых методов, однако, зачастую, итоги расчетов предоставляют самые неточные данные. В основе лежит показатель «капиталоемкость продукции», который определяется соотношением величины капитальных вложений к определяемому ими приросту объема выпускаемой продукции.

Стоит так же отметить, что данный метод преимущественно используется на предварительных этапах расчета потребности в капитале, т. е. до начала проработки бизнес – плана. Применять этот метод как основной, можно только в том случае, если для подсчета будет применен показатель капиталоемкости продукции действующих предприятий-аналогов, который был вычислен с учетом влияния следующих факторов:

- величина предприятия;
- стадия жизненного цикла предприятия;
- прогрессивность используемых технологий;
- прогрессивность используемого оборудования;
- степень физического износа оборудования;
- уровень использования производственных мощностей предприятия

и ряд других.

3. Балансовый метод. В основе лежит первоначальное определение необходимой суммы активов, которая позволит предприятию начать хозяйственную деятельность. Этот метод расчетов основывается на балансовом алгоритме: общая сумма активов учреждаемого предприятия равна общей сумме инвестируемого в него капитала.

При выборе данного метода, стоит обратить внимание на то, что еще до начала формирования активов владельцы предприятия уже несут некоторые предстартовые расходы, связанные с проработкой бизнес-плана, разработкой и утверждением учредительных документов и т. п.

Формирование структуры капитала – далеко неоднозначный вопрос финансовой политики любого предприятия. Не существует некой общей теории, которая бы идеально подходила к каждому предприятию. Приходится анализировать и учитывать большое многообразие факторов, причем эти факторы могут носить как количественный, так и качественный характер.

В подавляющем большинстве случаев, применяют три группы методов количественной оценки структуры капитала. Ода их часть связана с анализом бухгалтерских показателей, акцентирует внимание на прибыли и дает лишь приблизительную картину. Вторая часть методов строится на основе финансовой модели анализа предприятия и предполагает использование данных, связанных с инвестиционным риском предприятия. И, наконец, третья, также опирается на принципы финансовой модели анализа, но, в отличие от второй группы, подразумевает моделирование и включает использование усложненных схем.

Стратегическая значимость принятия решений по формированию структуры капитала определяется тем, что высокие расходы на капитал, которые появляются как при недостаточном, так и при чрезмерном использовании заемных ресурсов, существенно мешают динамичному росту и развитию предприятия. Во-первых, ему предстоит движение по его кривой жизненного цикла с большими запросами к доходности вложенного капитала, быть гораздо более жестким и избирательным в выборе инвестиций, поскольку не каждая привлекательная бизнес-идея будет соответствовать значительным требованиям к доходности капитала. Во-вторых, из-за вероятности возникновения у предприятия дополнительных лимитов на инвестиционный потенциал, он не сможет быть в нужной степени эластичным и мобильным в условиях рыночной конкуренции. Большие затраты на капитал могут

превратиться в тормоз для оперативного и, главное, результативного реагирования на постоянно меняющиеся тенденции развития рынков сбыта. В-третьих, в случае, если соотношение заемного и собственного капиталов не является оптимальным, усиливается конфликт интересов профессионального менеджмента и собственников, или агентский конфликт. Он может проявляться в изменении мотивационных ценностей менеджмента, развитии эгоистичного стиля принятия инвестиционных решений, способствующего реализации малоэффективных, и даже крайне рискованных проектов. Наконец, преобладающая доля заемного капитала не может оставаться незамеченной приверженными ей контрагентами по бизнесу – клиентами и поставщиками, входящими в группу, так называемых, заинтересованных лиц предприятия.

Количественные методы формирования оптимальной структуры капитала могут дать лишь примерную оценку целевого соотношения собственного и заемного капиталов. В реальной ситуации структура капитала формируется под влиянием множества факторов, большинство из которых сложно оценить количественно. К ним можно отнести следующие:

- стадия жизненного цикла, на которой находится предприятие;
- различная степень выгодности источников финансирования для менеджмента;
- неравномерное распределение информации о товаре/услуге между сторонами сделки;
- необходимость поддержания финансовой гибкости/решение вопросов акционерного контроля над корпорацией;
- влияние так сторонних заинтересованных лиц, к числу которых относятся клиенты, работники, поставщики оборудования и программного обеспечения, регулирующие органы и т. д.

Все они могут негативно влиять на процесс наращивания предприятием суммы долга (заемного капитала), что, в конечном итоге, будет приводить к уменьшению ее чистых денежных потоков при стремлении увеличить финансовый рычаг.

Чтобы как можно точнее сформировать оптимальную структуру капитала предприятия, избежать финансовых ошибок и рисков, нужно использовать совокупность результатов количественных и качественных методов анализа.

Недостаточное развитие рынков капитала, отсутствие должного уровня профессиональной подготовки финансовых менеджеров во многих отечественных компаниях способствовали снижению внимания к формированию структуры капитала. Однако, сегодня наблюдаются тенденции к изменению ситуации в лучшую сторону: изменяется макроэкономическая среда, и отечественные компании, которые сумели обеспечить устойчивый рост, приходят к осознанию большой значимости необходимости принятия решений о дополнительных инвестициях для достижения роста стоимости капитала и бизнеса в целом. Очевидно, на этом вопросы, связанные с формированием структуры капитала предприятия, не заканчиваются. После принятия решений об уровне соотношения собственных и заемных средств, источниках финансирования и структуре капитала, каждое предприятие сталкивается с новыми задачами, требующими оперативного их решения. В условиях постоянно меняющейся экономической ситуации в стране и в мире, данный вопрос требует постоянного глубокого исследования. Анализ факторов, оказывающих влияние на принятие финансовых решений предприятий, способствовало бы лучшему пониманию имеющихся проблем и поиску рациональных путей для их решения, а в дополнении с теоретическими рекомендациями, основать надежную и крепкую базу для формирования эффективной и рациональной структуры капитала предприятий.

Список литературы:

1. Банк В.Р. Финансовый анализ: учеб. пособие / В.Р. Банк, С.В. Банк, А.В. Тараскина. – М.: ТК Велби, Проспект, 2011. – 344 с.
2. Васильева Л.С., Петровская М.В. Финансовый анализ. – М.: КноРус, 2006. – 544 с.
3. Ивашковская И.В., Куприянов А. Структура капитала: резервы создания стоимости для собственников компании // Управление компанией – 2005. – №2. – С. 34–40.
4. Максимова Ю.Б. Формирование оптимальной структуры капитала как фактор обеспечения финансовой устойчивости компании // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С. 390–396.

5. Никандрова Л.К., Никандров К.Л. Учет собственного капитала организации//Все для бухгалтера. – 2012. – № 17. – С. 10–15.
6. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент : теория и практика : учебник / Е.С. Стоянова, [и др.] ; под ред. Е. С. Стояновой. – 5-е изд., перераб. и доп.. – М.: Перспектива, 2009. – 656 с.
7. Шеремет А.Д., Негашев Е.В.Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.: Инфра-М, 2009. – 208 с

ТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Волокитин Владислав Анатольевич

*студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Соколова Светлана Владимировна

*научный руководитель, д-р экон. наук, доц.
Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Методы оценки эффективности инвестиционных проектов можно классифицировать по ряду признаков. В рамках данной работы наибольший интерес представляет классификация, в соответствии с которой методы подразделяют на:

- Традиционные.
- Современные.

Наиболее популярным и распространенным методом оценки эффективности благодаря простоте расчетов и, как следствие, скорости получения результатов получил метод чистого приведенного (дисконтированного) дохода (NPV). Данный метод основан на определении чистого дисконтированного дохода, который рассчитывается как разность дисконтированных поступлений и платежей, производимых за весь срок реализации проекта.

Чистый дисконтированный доход рассчитывается следующим образом:

$$NPV = -I + \sum_{t=1}^t \frac{CF_t}{(1+i)^t}$$

где: i – ставка дисконтирования, I – первоначальные инвестиции, t – номер периода от 1 до n , CF_t – денежный поток за период; [4, с. 58].

Одним из достоинств метода NPV является использование показателя денежного вместо прибыли. Это исключает манипулирование показателями в отчете о прибылях и убытках из-за принятой на предприятии системы учета.

Кроме того, в денежных потоках отражаются все операции, связанные с движением денежных средств.

Под денежным потоком понимают разницу между притоками и оттоками денежных средств по проекту за определенный временной интервал.

В инвестиционном анализе классификация денежных потоков рассматривается с точки зрения, разных видов притоков и оттоков денежных средств, учитываемых в том или ином типе денежного потока как финансового показателя.

По мнению Валдайцева С.В. вся разница в рассматриваемых ниже классификациях связана с тем, для каких управленческих целей удобнее опираться на тот или иной вид денежного потока [2, с. 106].

1. «Если приоритетной целью управления считать максимизацию текущих финансовых результатов деятельности не развивающегося, т. е. не осуществляющего инвестиционных проектов, предприятия, то под денежным потоком следует понимать сальдо денежных поступлений и платежей, связанных с операционной деятельностью предприятия. Иначе говоря, на первый план в управлении денежными потоками выходит управление так называемыми операционными денежными потоками» [2, с. 106].

2. «Если же приоритет для менеджмента видеть в обеспечении текущей платежеспособности развивающегося, т. е. осуществляющего инвестиционные проекты, предприятия, то наряду с операционными денежными потоками объектом управления становятся также и прочие, характерные для подобного предприятия денежные поступления и платежи, связанные с инвестициями предприятия и их финансированием» [2, с. 106–107].

3. «Если, наконец, подчинять менеджмент приоритетной цели роста справедливой стоимости компании, то основными предметами управления денежными потоками при оптимизации бизнес-плана фирмы и оценке указанной стоимости оказываются наиболее существенные для оценочной деятельности и управления стоимости компании» [2, с. 107]. В этой связи выделяют следующие потоки:

3.1. Денежный поток для владельцев собственного капитала или как их еще называют полные денежные потоки, равны сальдо всех притоков и оттоков денежных средств фирмы.

3.2. Свободные или бездолговые денежные потоки. Это сальдо денежных средств по операционным и инвестиционным денежным потокам. То есть эти потоки, не учитывающие сальдо поступлений и средств от получения новых кредитов и платежей, связанных с обслуживанием и погашением старых и новых кредитов, не финансовым, а кредитным денежным потоком. Кроме того, в кредитный денежный поток необходимо включить сальдо денежных потоков в виде притока средств, привлеченных в результате размещения облигаций, и процентным платежам, и номинальной стоимости облигаций. Тоже касается и векселей. Поэтому если в расчетах оперируют с ним, то тогда дисконтирование ожидаемых по инвестиционному проекту денежных потоков должно производиться по средневзвешенной стоимости капитала.

Показатель свободного денежного потока рассчитывается следующим образом:

$$CF = [Выручка - Затраты - Амортизация] * 0,8 + амортизация$$

Исходя из расчета свободного денежного потока, можно выделить основные факторы стоимости, которые влияют на его величину. Данные факторы представлены на рисунке 1. Факторы стоимости бездолгового денежного потока

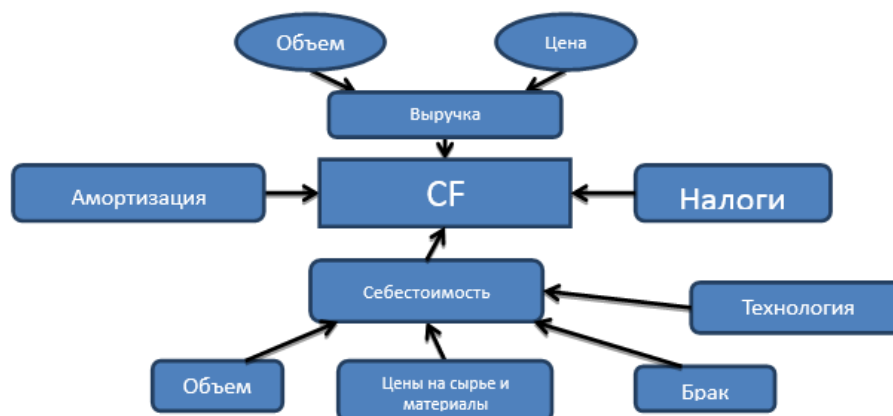


Рисунок 1. Факторы стоимости бездолгового денежного потока

Таким образом, существуют четыре основных фактора стоимости, воздействуя на которые можно управлять величиной денежного потока.

1. Выручка. На данный показатель в свою очередь влияют два подфактора – цена и объем производства. Управление данными показателями зависит от многих аспектов бизнеса: политики ценообразования, стратегических целей предприятия, политики фирмы в разных регионах, доли рынка, конкурентоспособности товара и т. д.

2. Амортизация. Начисляя более высокую амортизацию, фирма уменьшает налог на имущество и налогооблагаемую прибыль, но тем самым она уменьшает остаточную стоимость своего имущества. Однако стоит заметить, что, начисляя более высокую амортизацию фирма не уменьшает свои налоги, как это может показаться на первый взгляд. А всего лишь перераспределяя их во времени, с раннего на более поздний период. Поэтому данный показатель является достаточно негибким.

3. Затраты. На величину данного фактора влияют: изменение объема выпуска, цены на сырье и материалы, количество брака и технология производства.

4. Налоги. Данный показатель устанавливается на уровне государства.

Что же касается факторов стоимости для полного денежного потока, то автор считает их идентичными, за исключением такого фактора как долга, управление которым, заключается в оптимизации и минимизации стоимости заемного капитала.

И так, возвращаясь к показателю NPV, следует отметить, что положительное значение чистого дисконтированного дохода свидетельствует о целесообразности принятия решения реализации проекта, при отрицательном значении следует отклонить проект.

Несмотря на то, что метод чистого дисконтированного дохода, является наиболее популярным показателем оценки эффективности инновационных проектов, у него все же имеются недостатки:

- Трудность определения прогнозного периода. Как правило, в оценке присутствует субъективизм, который очень сильно влияет на результат показателя. К тому же возможны варианты, когда при изменении прогнозного периода на одну единицу проект может превратиться из эффективного в неэффективный и наоборот.

- Очень сложная и субъективная система учета рисков.

- Данный метод не позволяет сравнивать проекты, характеризующиеся различным уровнем риска.

Необходимо отметить, что прочие динамические показатели эффективности инновационного проекта, по сути являются производными от метода NPV.

Метод внутренней нормы доходности (IRR). Данный метод используется для определения показателя внутренней рентабельности проекта, то есть такой ставки дисконтирования, при которой NPV равен нулю.

$$IRR=r, \text{ при } NPV = f(r) = 0$$

Показатель IRR находится из следующего уравнения: [1, с. 97].

$$\sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} = 0$$

Для определения IRR проекта может использоваться графический метод, основанный на построении график NPV значений при различных величинах i .

Проект считается выгодным, если внутренняя норма доходности IRR больше ставки дисконтирования i .

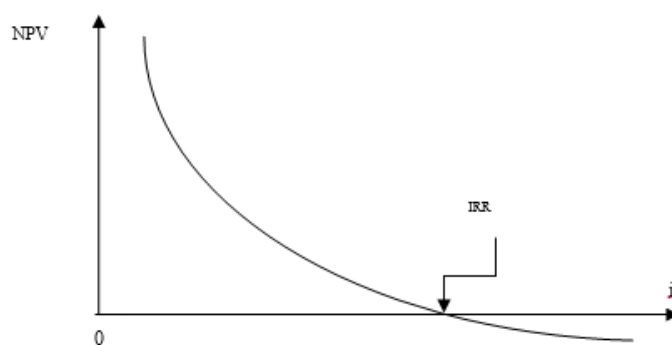


Рисунок 2. Графическое решение IRR

IRR довольно распространен в оценке и является достаточно понятным и логичным с экономической точки зрения, однако имеет свои недостатки. Данная модель достаточно проста и работает только в той ситуации, когда инвестиции осуществляются единожды и за ними следуют только положительные денежные потоки, что в большинстве случаев не так. Другими словами, если сколько раз денежный поток меняет знак, столько раз и будет, меняться показатель IRR. Это является его главным недостатком.

Метод модифицированной внутренней нормы рентабельности (MIRR).

Данный метод используется для того, чтобы избежать недостатков присущих методу IRR. Модифицированная внутренняя норма рентабельности определяется по следующей формуле:

$$\sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1+i)^t} = \frac{\sum_{t=0}^n CF_t * (1+i)^{n-t}}{(1+MIRR)^n};$$

где:

CF – денежный поток

I – капиталовложения [4, с. 106].

Показатель MIRR представляет собой процентную ставку, которая уравнивает дисконтированную стоимость денежных потоков, реинвестированных по ставке i , с текущей стоимостью капиталовложений [3, с. 242].

Показатель годовых эквивалентных затрат (АЕС).

АЕС, показатель годовых эквивалентных затрат, помогает рассчитать средние годовые показатели инвестиционной привлекательности альтернативных вариантов капиталовложений. Он учитывает временную ценность денежных вложений и может быть использован для сравнения взаимоисключающих проектов с различными масштабами инвестиций. АЕС показывает среднегодовую величину возмещения издержек инвестированного в проект капитала: [4, с. 108].

$$AEC = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{1}{(1+i)^t}}$$

Данный показатель не применим для оценки крупных и долгосрочных инновационных проектов из-за высокой неопределенности, поэтому спрогнозировать и рассчитать все затраты по проекту на всех стадиях его реализации в долгосрочной перспективе, очень трудно и это требует больших затрат труда и времени.

Показатель годовой чистой текущей стоимости (ANPV).

Показатель ANPV, так же, как и показатель АЕС, помогает рассчитывать средние годовые показатели инвестиционной привлекательности альтернативных вариантов капиталовложений. Однако, он учитывает не только инвестиции в проект, но и поступления от его реализации: [4, с. 108].

$$ANPV = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{1}{(1+i)^t}}$$

Проект с наибольшим значением ANPV обладает лучшими результативными характеристиками по сравнению с прочими альтернативными вариантами капиталовложений.

Далее представлена таблица, в которой обобщены все выявленные достоинства и недостатки анализируемых традиционных методов оценки инновационных проектов:

Таблица 1.

Достоинства и недостатки традиционных методов оценки

Методы оценки эффективности	Достоинства методов	Недостатки методов
NPV	<ul style="list-style-type: none"> • Простота • Использование показателей денежного потока 	<ul style="list-style-type: none"> • Трудность определения прогнозного периода • Сложная и субъективная система учета рисков • Не определяет границу рентабельности и финансовую прочность проекта
IRR	<ul style="list-style-type: none"> • Позволяет сравнивать проекты с разным уровнем финансирования 	<ul style="list-style-type: none"> • Возникает ошибка при чередовании положительных и отрицательных денежных потоков • Сложная и субъективная система учета рисков • Сложность расчета

MIRR	<ul style="list-style-type: none"> • Устраняет главный недостаток метода IRR • применим для оценки любых денежных потоков 	<ul style="list-style-type: none"> • Сложная и субъективная система учета рисков • Сложность расчета
AEC	<ul style="list-style-type: none"> • Сравнивает проекты с разным объемом капиталовложений 	<ul style="list-style-type: none"> • Сложность прогнозирования затрат для крупных и долгосрочных инновационных проектов
ANPV	<ul style="list-style-type: none"> • Оценка проходит в динамическом промежутке • Использование показателей денежного потока 	<ul style="list-style-type: none"> • Трудность в определении объективного прогнозного срока реализации проекта • Сложная система учета фактора времени рисков

Проанализировав традиционные методы оценки эффективности инновационных проектов, можно подчеркнуть, что все эти методы так или иначе базируются на методе NPV и необходимы лишь для того чтобы дополнить этот метод при различных оценках и допущениях относительно сравниваемых инвестиционных проектов. Кроме того, следует заметить, что основным критерием стоимость проекта является показатель денежного потока.

На практике эти методы хорошо зарекомендовали себя и широко используются на сегодняшний день. Однако, что касается инновационных проектов, то они требуют больших затрат труда и времени для прогнозирования основных показателей, в частности это касается показателя денежного потока, а также эти методы не позволяют управлять стоимостью проекта на всех этапах его реализации.

Список литературы:

1. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. – М.: Олимп-Бизнес, 2008. 977 с.
2. Валдайцев С.В. Денежные потоки в оценке и управлении стоимостью компаний / С.В. Валдайцев // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2009. – Серия 5. – № 3 – 151 с.
3. Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика. – М.: Финансы и статистика, 2001 – 430 с.
4. Лукашов Н.В. Сравнительный анализ и совершенствование методов экономической оценки высокотехнологичных инноваций: дис. канд. экономических наук. Санкт-Петербургский гос. университет, Санкт-Петербургу, 2008.

РЕФОРМА МЕЖДУНАРОДНОЙ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ

Гвак Богдан

*студент Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Колочун Анастасия

*студент Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Помаскина Ольга Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры управления рисками,
страхования и ценных бумаг РЭУ имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Международная финансовая система представляет собой экономические отношения по поводу функционирования мировых денег и обслуживания взаимосвязей между странами (внешняя торговля, вывоз капитала, инвестирование, предоставление займов и субсидий, научно-технический обмен, туризм, и др.). Мы живем в век глобализации и тесной взаимозависимости стран. Так, финансовый кризис в одной стране может нести угрозу экономической стабильности многих стран мира. Например, «греческий вопрос» не может обойти стороной мировые индексы, поскольку рынки достаточно чувствительны и сразу после усиления последствий финансового кризиса в Греции, фондовые индексы европейского рынка ожидал серьезный обвал. Ценные бумаги отдельных европейских банков подешевели более чем на 10 %, Гонконгский Hang Seng и Японский Nikkei подешевели на 2,5 и 3 процента соответственно [1].

Современная мировая финансовая система обязана своим существованием Бреттон-Вудскому соглашению 1944 года. Мировой резервной валютой с тех пор признается американский доллар. После распада Бреттон-Вудской валютной системы и кризиса 2008 года вопрос о перестройке международной валютно-финансовой системы встал достаточно остро. Вопросами реформирования занимается G-20. Основными целями группы является предотвращение текущего и будущих финансово-экономических кризисов,

обеспечение сбалансированного развития мировой экономики с опорой на реалии 21 века [2].

Впервые вопрос о реформировании МВФС встал в 2008 году, когда на экстренном совещании в Вашингтоне были предложены меры борьбы с кризисом. Однако в связи с восстановлением ситуации и оживлением мировых рынков, данные меры были отложены и признаны не своевременными.

В современных реалиях целью реформирования системы международных отношений должно стать более совершенное и прогрессивное функционирование экономической системы. Важно сделать акцент на помощи развивающимся странам, у которых недостаточно ресурсов для выхода из кризиса, не сформирован аппарат проведения налоговой и денежно-кредитной политики. Известно, что за последние годы страны БРИКС потратили на рефинансирование международного валютного фонда десятки миллиардов долларов, при этом квота Китая при голосовании в МВФ составляет лишь 4 %, России – 2,5 %, а США – 17,69 %. При этом для принятия ключевого решения необходимо 85 % голосов, что дает Вашингтону право «вето» [3].

Для того чтобы разработать программу реформирования, отвечающую вызовам современности, необходимо изучить природу кризисов, имевших серьезные последствия для мирового рынка в целом. Так в докладе Нобелевского лауреата Джозефа Стиглица отмечается необходимость укрепления системы банковского регулирования, формирования нового механизма урегулирования долговых кризисов, разработки резервной системы с главенствующей ролью валюты типа SDR [4].

С учетом всех факторов, можно выделить различные цели реформы МВФС. Например, изменение состава SDR с учетом роли определенной валюты в финансовой системе; создание механизма финансирования в целях экстренной помощи государствам-членам; разработка единых принципов

сотрудничества и привлечения развивающихся стран; отход от модели работы в соответствии с интересами развитых стран в ущерб развивающимся и т. д.

Одной из наиболее сложных проблем реформирования является преобразование международных расчетов с использованием новых резервных валют. Как мы отмечали выше, наиболее распространенными являются предложения по расширению системы SDR. В 2011 году МВФ произвел пересмотр корзины валют, снизив долю доллара с 44 % до 41,9 % и повысив евро с 34 % до 37,4 % соответственно. Китай в рамках своей валютно-финансовой политики стремится продвигать свои интересы там, где главенствующую роль играет США и страны Западной Европы. Кроме того, Китай стремится к включению юаня в состав SDR наряду с долларом, евро, фунтом стерлингов и японской йеной. Этот пункт прямо был зафиксирован по результатам саммита стран БРИКС в ЮАР. Кроме прямого включения китайской валюты в состав корзины специальных прав заимствования, страны БРИКС призывают к пересмотру квот МВФ, чтобы отразить увеличившийся вклад стран БРИКС в международном товарообороте и финансовых рынках.

Говоря о развитии и совершенствовании системы банковского регулирования, нельзя не остановиться на прогрессе в отношении внедрения G-20 Базеля III. Он включает в себя измененный стандарт управления капиталом и ликвидностью. Хочется отметить, что в целом для финансовой системы, введение Базеля III имеет четко очерченные преимущества. Как результат – снижается риск банкротства отдельных банков благодаря повышенным стандартам управления рисками, повышается качество капитала, снижается долговая нагрузка в результате ввода ограничительного коэффициента долговой нагрузки, осуществляется переход на долгосрочное финансирование [5].

Для того чтобы обеспечить своевременный обмен информацией между финансовыми институтами разных стран в рамках единой финансовой системы, необходимо осуществление полноценного сотрудничества финансовых властей. Необходимо расширять деятельность коллегий, посредством которых

осуществляется сотрудничество в области надзора, за счет обмена практическим опытом и усиления каналов, которые надзорные органы использует для обмена информацией. Важно создавать международные антикризисные группы, способные своевременно взаимодействовать для предотвращения кризисов, а не только ликвидации их последствий. Как уже отмечалось ранее, нужно сместить акцент с преобладающей ролью развитых стран в принятии решений.

Глобальный финансово-экономический кризис, продолжающийся в настоящее время, свидетельствует о необходимости в срочном порядке активизировать коллективные усилия всех членов международного сообщества и добиться реальных результатов в реформировании мировой валютно-финансовой системы и создании новой системы глобального регулирования. От поддержки G-20 завершения работы над пакетом международных реформ и их полной, своевременной и последовательной реализации зависит не только построение более надежных национальных финансовых систем, но и создание более эффективной и открытой глобальной системы, основанной на уверенности в выполнении странами взятых на себя обязательств.

Список литературы:

1. Насколько значим греческий кризис для мировой экономики? – [Электронный ресурс]: ИА Банки-ру. – Режим доступа. – URL: <http://www.banki.ru/blog/Evgeniyat/6666.php>.
2. «Группа двадцати»: её роль и наследие – [Электронный ресурс]: официальный сайт председательства Российской Федерации в «Группе двадцати». – Режим доступа. – URL: http://ru.g20russia.ru/docs/about/part_G20.html.
3. Наступает время реформы мировой финансовой системы – [Электронный ресурс]: деловая газета Взгляд – Режим доступа. – URL: <http://vz.ru/economy/2015/2/3/727621.html>.
4. Доклад Стиглица о реформе международной валютно-финансовой системы: уроки глобального кризиса – [Электронный ресурс]. – Москва: Международные отношения. – 2010. – Режим доступа. – URL: <http://www.samomudr.ru/>.
5. Базель III: вопросы внедрения – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://www.kpmg.com/RU/ru/topics/Russian-Banking-Club/Documents/Basel%20III_rus.pdf.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАБОТЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА С VIP – КЛИЕНТАМИ

Джабраилова Кристина Рустамовна
выпускница Финансового Университета при правительстве РФ,
РФ, г. Москва

Согласно исследованию, бизнес журнала Hurun Report, опубликовавший рейтинг “Hurun Global Rich List”, на 17 января 2015 года Россия попала в четверку стран-лидеров по количеству богатых людей в мире. Выше по рейтингу находятся лишь США, Китай и Индия [5]. По данным Бостонской консалтинговой группы (BCG) за 2014 г. Россия занимает также 4-е место в мире по количеству владельцев состояний свыше 100 млн. долларов. При этом с 2013 года их количество увеличилось на 13 % [6].

Данное положение вещей актуализирует проблемы развития бизнеса, направленного на обслуживание капиталов состоятельной клиентуры. Немаловажным аспектом перспективности рынка частного банковского обслуживания в России является тот факт, что европейский рынок данного сектора уже достиг своего максимума, и ожидать большого развития в ближайшие годы здесь не приходится. С финансовой точки зрения необходимо предоставить такие условия VIP-клиентам, чтобы их капиталы оставались в стране и работали на экономику России, а не выводились в другие страны. Согласно сведениям ЦБ РФ (Рисунок 1) [4], за 2014 год вывоз капитала частными лицами из РФ составил 153 млрд. долларов, что на 148 % больше по сравнению с данными 2013 года – эта сумма могла быть инвестирована в производство на территории РФ. Несмотря на это, по предварительным данным на 2015 год вывоз капитала должен значительно уменьшиться.



Рисунок 1. Вывоз капитала частным сектором, в млрд. долл. США

Но конечно, даже идеальная система private banking не решит задачу вывоза капитала из страны полностью, но в определённой степени острота проблемы может быть снижена.

Стандарт обслуживания VIP-клиентов в России пока окончательно не сформировался. Если посмотреть банки, в которых присутствует система private banking, то нижний порог вхождения в статус состоятельного клиента у различных банков свой. В России он варьируется от 1 млн. руб. до 15 млн. руб. Более того, говоря об особенностях участников российского рынка частного банковского обслуживания, приходится констатировать тот факт, что в некоторых отечественных кредитных учреждениях под названием private banking на самом деле предлагаются стандартные банковские услуги – только предоставляемые на более высоком уровне. В российском банковском бизнесе нет определенности в основных категориях данного бизнеса, а также не ясен «объем рынка и его возможности. Многие финансовые институты просто не знают свою целевую аудиторию – кто такие VIP-клиенты в России, какие среди них можно выделять подгруппы, и каковы потребности и барьеры каждой в отношении работы с банками» [1].

В развитии работы коммерческого банка с VIP – клиентами можно выделить пять основных проблем.

Первая группа проблем связана с анализом теоретических особенностей предоставления банковских услуг клиентам с крупным капиталом.

Если просмотреть тенденцию развития банковского сектора в России, то можно сделать вывод о том, что большинство банков уже перешли из состояния, когда им приходилось решать вопросы, связанные исключительно с проблемами выживания. Сегодня перед коммерческими банками стоит задача развития бизнеса, увеличения капитализации, расширение инфраструктуры и линейки банковских продуктов и дополнительных услуг. Предоставление наиболее выгодных условий для особых клиентов и выделение их в иную группу. Межстрановые отличия в теоритическом аспекте отражаются в законодательных ограничениях гражданско-правового и налогового характера, а также различие в поведенческих моделях клиентов.

Вторая группа проблем связана с определением критериев оценки и анализом эффективности обслуживания состоятельных клиентов.

Обслуживание клиентов в данном сегменте отличается от обслуживания основной части населения. Единичные состоятельные клиенты приносят хороший доход. Упор здесь делается на предоставление данному клиенту всех условий, чтобы он стал постоянным клиентом банка. Поэтому клиенту предоставляется личный менеджер, выделенная телефонная линия, VIP-зона обслуживания, особые привилегированные карты, персональное финансовое планирование, программа скидок, предоставление VIP-зоны в аэропортах, особые предложения по путешествию, юридические, налоговые консультации, подбор мест для обучения детей состоятельного клиента и т. п. Именно для удовлетворения этих потребностей клиента необходима разработка и наличие у банка программ по управлению стилем жизни (lifestyle management) [2]. Следует отметить, что некоторые российские банки уже внедрили данную программу, это является положительным качеством.

Третья группа проблем связана с анализом деятельности российских банков и разработкой концепции формирования и предоставления банковских услуг состоятельным клиентам с учетом российского менталитета клиентов с крупным капиталом. На сегодняшний день с уверенностью можно констатировать факт: капитал состоятельных граждан давно уже стал трансграничным – по оценочным данным, 90 % крупного российского капитала находится за пределами страны. Но в тоже время борьба за оставшиеся в стране 10 % только усиливается.

На данный момент, пожалуй, нет единого мнения, какой точный объем средств вращается на российском рынке индивидуального банковского обслуживания. Рынок этот является очень закрытым вследствие повышенной конфиденциальности, и какая-либо информация о частном капитале передается огласке крайне неохотно. Можно лишь сказать, что ряд наиболее крупных игроков называет цифры в 28–32 млрд. долларов, другие настаивают на том, что этот уровень на порядок больше.

Наиболее важными тезисами для развития private banking на российском банковском рынке являются:

1) порог включения клиента в VIP-категорию должен быть существенно ниже, чем на Западе, но при этом нон не должен быть и занижен, и он должен составлять порядка \$ 100 000;

2) целесообразно наличие клиентов, формально несколько не достигающих необходимого уровня вхождения по финансам, но при этом обладающим высоким общественным статусом и популярностью, улучшает имидж банка и позволяет получить преференции в своей деятельности;

3) необходимо не ждать клиентов, а целенаправленно разрабатывать категорию состоятельных лиц, которые удовлетворяют условиям предоставления VIP-услуг, но ещё не являются пользователями сервиса private banking;

4) необходимо учитывать неравномерность распределения состоятельных клиентов по регионам и корректировать условия предоставления услуг в зависимости от него;

5) в настоящее время доля небанковских услуг для российских банков составляет всего 5–10 % от общего объема операций с VIP-клиентом [1].

Для того чтобы понять российского клиента и предоставлять лучшие варианты продуктов и услуг, банкам следует проводить собственные исследования по внедрению различных продуктов и развития банка в целом. Ориентация на западные течения развития данного сектора не дадут положительного результата. Следует осуществлять самостоятельную деятельность по планированию бизнеса в отечественных реалиях.

Четвертая группа проблем связана с перспективами развития элитного обслуживания клиентов как фактора повышения конкурентоспособности банковских учреждений.

Необходимым условием дальнейшего развития рынка становится совершенствование банковских продуктов и поиск эффективных путей создания дополнительной стоимости для клиентов.

Некоторые менеджеры private banking в настоящее время главный акцент делают на нестандартных продуктах и услугах, полагая, что классика уже не способна дать требуемой эффективности и отдачи. Однако, это не так, так как депозитные услуги для России являются неотъемлемой и очень важной составляющей конкурентоспособности любого банковского учреждения, а в особенности того, которое занимается индивидуальным банковским обслуживанием.

Перспективы развития российских услуг private banking в депозитном бизнесе связаны с:

- разработкой специально ориентированных на конкретные категории клиентов онлайн-деpositных продуктов и услуг.
- совмещением депозитных и страховых программ;

- внедрением мультивалютных вкладов, т. е. срочных депозитов в нескольких валютах, например, объединение в один счет трех валют, причем в этом моменте экзотические валютные счета (в швейцарском франке или йене) также набирают популярность.

Серьезные перспективы открываются перед российскими банками, предоставляющими услуги private banking, в результате ориентации не только на HNWI (high net worth individuals) и UHNWI (ultra high net worth individuals) клиентов, но и на категории людей «обеспеченного среднего класса» (mass affluent).

К сегменту mass affluent относятся предприниматели, менеджеры и служащие, разместившие в банках ликвидные активы для долгосрочного инвестирования в сумме от 50 тыс. долл. Интерес к данному сегменту вызван тем, что, во-первых, mass affluent потенциально имеют возможность преумножения своего состояния и в будущем могут стать клиентами private banking, во-вторых, правильный подход к банковскому обслуживанию таких клиентов позволяет получить доход, в несколько раз превышающий результаты обслуживания клиентов массового сегмента.

Пятая группа проблем связана с рекомендациями по повышению конкурентоспособности отечественных банков с учётом российской специфики.

Повысить конкурентоспособность банка позволит переход от операционной ориентации обслуживания VIP-клиентов к маркетинговой. Маркетинговый подход к управлению сферой private banking в России следует рассматривать с позиции преобразования банковских рынков сбыта в рынки покупателей. Так же для роста конкурентоспособности банков наиболее приемлемыми и перспективными для отечественного сегмента индивидуального банковского обслуживания, являются следующие виды инноваций (рисунок 1).



Рисунок 2. Инновации в private banking

Согласно ежегодному исследованию аналитического агентства Frank Research Group за июль 2015 года в отчете «Банковское премиальное обслуживание 2015 год» были выбраны банки с лучшими программами премиального обслуживания. Ими являются: Альфа-банк с пакетом услуг «Максимум», Райффайзенбанк с персональным банковским обслуживанием “Premium Banking”, ВТБ с пакетом услуг «Привилегия», Промсвязьбанк с премиальной программой Orange Premium Club, Сбербанк с премиальным банковским обслуживанием «Сбербанк Премьер» и Ситибанк с индивидуальным банковским обслуживанием Citigold [3].

Таким образом, очевидно, что российскому сегменту частного банковского обслуживания предстоит еще большая работа по улучшению существующих услуг и процедур, доведению до должного высокого уровня профессионализма менеджеров, технического снабжения, инновационного наполнения, организационного обеспечения продуктов private banking.

Список литературы:

1. Асатрян Е.А. Проблемы и перспективы развития private banking в России. – М.: Научное обозрение. Серия 1. Экономика и право, 2013, № 1-2. – 0.5 п.л., С. 57–63.
2. Дементьева К.Ю. Розница особой важности: Банки сориентировались на VIP-клиентов / Дементьева К.Ю., Локшина Ю.Л. // Комерсантъ, № 178. – 2013. – С. 20.
3. Демонстративный отчет исследовательской компании Frank Research Group – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:[http://www.frankrg.com/userfiles/867_Frank_RG.Premium_\(2015-07-23\)_Final_DEMO.pdf](http://www.frankrg.com/userfiles/867_Frank_RG.Premium_(2015-07-23)_Final_DEMO.pdf) (Дата обращения 10.11.2015).
4. Официальная статистика ЦБ РФ: Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором 2000–2014 годах I–III кварталах 2015 года, URL:http://www.cbr.ru/statistics/default.aspx?Prtid=svs&ch=itm_18710 (Дата обращения 08.11.2015).
5. Отчет исследования бизнес журнала Hurun Report: Hurun Global Rich List – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.hurun.net/en/articleshow.aspx?nid=9607> (Дата обращения 05.11.2015).
6. Исследование: российские миллионеры контролируют 70 % богатства страны – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:<http://www.forbes.ru/sobytiya/82724-bcg-rossiiskie-millionery-kontroliruyut-70-bogatstva-strany> (Дата обращения 05.11.2015).

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА: ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ СТРАНЫ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ

Соколова Ольга Валерьевна

*студент ГБПОУ Колледж гостеприимства и менеджмента № 23,
РФ, г. Щелково*

Иволгина Елена Анатольевна

*научный руководитель
ГБПОУ Колледж гостеприимства и менеджмента № 23,
РФ, г. Щелково*

Теневая экономика уже несколько тысячелетий прогрессирует и набирает обороты, в настоящее время эта тема, затрагивающая подпольную экономику, интересна и актуальна. К сожалению, некоторые организации уклоняются от уплаты налогов и сборов, прибегая к хитрости, тем самым нанося экономике государства значительный ущерб. После чего, возникает вопрос, где же брать деньги на обеспечения пенсионного фонда, фонда обязательного медицинского страхования, фонда социального страхования и обеспечение других потребностей государства. Именно из-за таких налогоплательщиков бюджет государства значительно пустеет, а кризис прогрессирует. Для того чтобы разобрать как теневая экономика влияет на экономическое состояние страны, нужно определить всю суть проблемы. К теневой экономике относятся все виды экономической деятельности, которые официально не учтены, не отражены в официальной статистике. Допустим организация сократила выручку от розничной торговли путем подмены или уничтожением документов после продажи, после чего она будет меньше платить налог. Действия совершаемые таким образом считаются уголовно наказуемыми (ст. 199,2 УК РФ «наказывается штрафом в размере от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода, осужденного за период от восемнадцати месяцев до трех лет, либо принудительными работами на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности»). К сожалению, в России, процент раскрытия таких дел очень низок из-за недостатка оснований.

Теневая экономика – это целая система, которая в свою очередь подразделяется на несколько секторов:

- 1) вторая («беловоротничковая») теневая экономика;
- 2) серая (неформальная) теневая экономика;
- 3) черная (подпольная) теневая экономика.

Вторая теневая экономика – это неофициальная экономическая деятельность работников «белой» экономики, прямо и непосредственно связанная с их официальной профессиональной деятельностью.¹ Беловоротничковой ее называют из-за того, что чаще всего к ней прибегают уважаемые люди, пользующиеся своим положением. Это и подделка документации, и скрытое выполнение обычных производственных задач, и взяточничество. К примеру, организация могла сократить доход от налогообложения путем заключения договора займа, после чего, человек, которому выдали займ, исчез или больше не причастен к этой организации, или же это может быть перераспределение доходов без производства.

Серая теневая экономика (неформальный сектор экономики) — это разрешенная законом (легальная или полуполулегальная) экономическая деятельность (преимущественно мелкий бизнес), которая не учитывается официальной статистикой. Неформальный сектор экономики практически ничем не отличим от «чистой» экономики, они используют такой же вид деятельности, чаще всего производство товаров или предоставление работ и услуг, единственное отличие – это уклонение от официальных данных. Например, занижение количества или завышение цены товара при составлении акта закупки. Но как ни странно именно такая деятельность экономики одобряется со стороны общества, если сравнивать все 3 вида, то в нашем государстве, да и во многих странах тоже, особое внимание заостряется на черной экономике, именно фундаментом этого типа теневой экономики считается грабеж и вымогательство.

Черная теневая экономика (экономика преступности, прежде всего организованной) – это запрещенная законом (нелегальная) экономическая

деятельность, связанная с производством и реализацией запрещенных и остродефицитных товаров и услуг (организация наркобизнеса, проституции, азартных игр, рэкета и т. д.). Это самая грязная экономика, только она может соединять в себе два предыдущих типа. За подпольной экономикой чаще всего стоят не только финансовые преступления, но и уголовно наказуемые, чаще всего «грязная» выручка превращается в чистую и вкладывается для финансирования подпольной организации, большой процент от выручки идет на подкуп вышестоящих лиц (достигает до 50 %)². По данным министерства внутренних дел, только ежегодно выручка от преступной деятельности достигает десять триллионов «отмытых» рублей. К примеру, торговля наркотиками, считается одним из самых прибыльных дел среди черной экономики, для сравнения, через Афганистан покупается кг героина за 9000 \$, в России тот же кг перепродают за 150000 \$, отмыwanie денег происходит практически везде, будь это на улице или же в ресторанах. Только по оценке Интерпола ежегодная прибыль составляет примерно 650 миллиардов долларов, 20–30 % из этого тратится на подкуп вышестоящих лиц. Черная теневая экономика – это большая преступная деятельность, обогащающаяся на вреде здоровья российских граждан.

Следует заметить, что «беловорничковская» теневая экономика и серая теневая экономика, встречаются в нашей стране чаще всего, именно поэтому доходы от этих секторов преобладает над черной экономикой. Может быть, они не выглядят так устрашающе как преступная экономика, тем не менее, вторая и серая теневая экономика наносят огромный ущерб по бюджету страны. Та же черная зарплата, в настоящее время очень много организаций, которые платят так называемую серую зарплату, (белую, та которую официально можно встретить на бумагах, и черная, «в конверте») в результате люди платят меньше налога, из-за этого внебюджетные фонды получает меньше денежных средств, возникает вопрос, откуда брать средства на пенсию пенсионерам. Тем не менее, черная зарплата лишает самого работника социальных гарантий и пенсионных начислений. На заработную плату начисляется: налог на доход физических лиц

(НДФЛ) и обязательные страховые начисления (ОСН). НДФЛ это налог (13 % в соответствии с НКРФ) удерживающийся из зарплаты работника, а ОСН это взносы (30 %) которые уплачивает предприятие сверх начисленной зарплате работнику(регулирует ФЗ от 24.07.2009 № 212–ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования»), предприятию конечно выгоднее будет уплачивать меньше налога. Например:

Возьмем среднюю заработную плату по Москве – 50 000 р.,

$50\,000 + 30\% = 65\,000$ (эта сумма, которую работодатель должен уплатить на самом деле)

$50\,000 - 13\% = 43\,500$ (эта сумма, которую работник получит на руки)

Если допустить, что работодатель платит работнику 25 000,

$25\,000 + 30\% = 32\,500$,

$25\,000 - 13\% = 21\,750$, и в то же время доплачивается зарплата в конверте 25 000, получается, что 7 500 работодатель экономит только на одного работника. Там, где есть черная зарплата, всегда доминирует теневая экономика, иначе, где берутся средства для той же заработной платы. Из-за того, что средств не хватает на обеспечении населения, государство вынуждено искать выход: постоянно менять, вводить, новые законы или редактировать старые, повышать сумму налога, увеличивать пенсионный возраст и т. д.

Конечно, в Российской Федерации существуют методы борьбы с нелегальной экономикой такие как: реформирование налоговых органов, ужесточение наказаний, усиление контроля над налогоплательщиками, но, к сожалению, они не всегда эффективны. По подсчетам эксперта ВШЭ, Бориса Титова, с ноября 2014 года по февраль 2015 года теневой сектор увеличился до 17–18 млн. человек, то есть это каждый пятый работник из числа занятого населения. По данным ВВП РФ и Росстата доля теневой экономики в России занимает от 40 до 50 %. Исходя из этих данных, можно сделать вывод, что

данные методы борьбы устарели и нуждаются в изменении. Увеличение процента теневой экономике в России главным образом является сокращение многих малых предприятий, по данным предоставленным РБК руководителем центра экспертизы 28 % малых и средних предприятий перешли на сокращение и снижение официальной заработной платы руководителя. Несмотря на понижение заработной платы у работника остаются те же расходы на обеспечения жизнедеятельности, и это главная проблема, людям просто не на что существовать, а особенно молодым семьям. Молодые люди, которые только начали создавать семью, нуждаются в поддержке, к сожалению, ее не всегда можно найти со стороны родителей или государства. Поэтому со стороны государства нужно непосредственно создавать рабочие места для граждан, попавших под сокращение или же «урезание» заработной платы. Не менее главный способ снизить процент теневой экономике нашего государства это жесткая формализация деятельности госслужащих. Так же работники госслужбы получают низкую заработную плату, которая может их сподвигнуть на недобросовестное исполнение своих обязанностей в пользу нарушителя. Предполагается, что самым эффективным способом борьбы против коррупции будет механизм отслеживания всех правонарушений и не своевременной уплаты налогов и сборов, но к сожалению такого механизма, в наше время не существует и в ближайшее изменения законодательстве не предвещается.

Любое предприятие, пропагандирующее теневую экономику, негативно влияет на бюджете страны, это закономерность, если беднеет государство, то беднеет и народ. Государство и гражданское общество это две стороны одной монеты, к сожалению, между этими двумя сторонами не всегда есть взаимосвязь. Теневая экономика, словно паразит она существует, и будет существовать, наша задача сократить этот процент до минимума, а это можно сделать только общими усилиями страны, полноценно и своевременно исполнять свои обязанности налогоплательщика со стороны граждан и ужесточение рамок и законов со стороны государства. В данный момент наша

страна находится в кризисе, после которого еще несколько лет будет восстанавливаться экономика России, только общая сплоченность поможет нам пережить это тяжелое время и быстро воссоздать нерушимую экономику.

Список литературы:

1. Уголовный кодекс Российской Федерации ст. 199,2 (в ред. Федерального закона от 08.12.2003 № 162-ФЗ).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) (ред. от 01.10.2015).
3. ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН ОТ 24.07.2009 № 212–ФЗ(РЕД. ОТ 13.07.2015).
4. Латов Ю.В. Экономика вне закона: Очерки по теории и истории теневой экономики – М.: Московский общественный научный фонд, 2001.
5. <https://mvd.ru/> Статистика. Краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации МВД РФ.
6. www.interpol.ru Статистика Интерпола.

СТАТИСТИКА БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ СТАТИСТИКИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ

Кайгородова Кристина Александровна

*студент 4 курса, кафедра банковского дела
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Тужик Анна Михайловна

*студент 4 курса, кафедра банковского дела
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Дарда Екатерина Сергеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Данная тема довольно актуальна на сегодняшний день, так как практическое и теоретическое значение государственного бюджета страны достаточно велико для жизни общества любого государства, в том числе и для нашей страны. Кроме того, государственный бюджет – это главное звено финансовой системы и является крупнейшим централизованным денежным фондом, который находится в распоряжении правительства [2, с. 1]. Возможность сосредоточить финансовые ресурсы на важнейших участках социально-экономического развития страны существует благодаря наличию государственного бюджета.

Прежде чем перейдем к изучению понятия и сущности статистики государственного бюджета, немного поговорим о государственных финансах. Государственные финансы – это экономические отношения, которые связанные с формированием, распределением и использованием различных фондов денежных средств в процессе образования, распределения и перераспределения национального дохода государства [5, с. 2].

Центральное место в системе государственных финансов, несомненно, принадлежит государственному бюджету, но внебюджетный пенсионный фонд,

фонд обязательного медицинского страхования и фонд государственного социального страхования также входят в систему государственных финансов.

Вернемся к понятию государственного бюджета. Государственный бюджет представляет собой основной финансовый план государства, который имеет силу закона. Государственный бюджет не только аккумулирует денежные средства, но также выполняет функцию перераспределения национального дохода. При помощи госбюджета осуществляется государственное регулирование и стимулирование экономики, финансовое обеспечение социальной политики, контроль над образованием и использованием централизованного фонда денежных средств [3, с. 36].

В нашей стране выделяют три уровня бюджетов, которые являются самостоятельными и не включаются друг в друга:

Первый уровень – это федеральный бюджет и государственные внебюджетные фонды;

Второй уровень – это бюджеты субъектов РФ и бюджеты территориальных государственных внебюджетных фондов;

И третий уровень представлен бюджетами муниципальных образований.

Бюджеты всех уровней сводятся в консолидированный бюджет Российской Федерации. Консолидированный бюджет – это свод показателей бюджета, характеризующих объединенные данные по всем доходам и расходам, их источникам поступления направлениям расходования. Он включает в себя федеральный бюджет и консолидированные бюджеты субъектов РФ.

Статистика государственного бюджета занимается усовершенствованием бюджетных классификаций и приведением их в соответствие с принятыми международными классификациями. Она определяет объемы и динамику доходов и расходов, структуру бюджетов разных уровней, степень их исполнения, а также источники доходов и основные направления их расходования.

Источниками информации для проведения статистического учета государственного бюджета являются показатели бюджетов различных уровней, отчетность Главного управления федерального казначейства, отчетность Государственного таможенного комитета РФ, отчетность Центрального банка России, отчетность Министерства РФ по налогам и сборам, а также статистическая отчетность предприятий и организаций.

Цель статистики государственного бюджета – это формулировка основных характеристик показателей государственного бюджета и эффективности фискальной политики страны.

Главной задачей статистики государственного бюджета является сбор и обработка материалов об исполнении бюджетов, систематизация данных для их обработки. Можно выделить несколько следующих конкретных задач:

1. Анализ структуры доходов государственного бюджета;
2. Анализ структуры расходов государственного бюджета;
3. Расчет размеров государственного внутреннего долга;
4. Определение общей величины доходов и расходов государственного бюджета;
5. Определение источников финансирования бюджетного дефицита;
6. Характеристика эффективности проведения государством фискальной политики [3, с. 35].

Изучения государственного бюджета осуществляется при помощи широкого спектра различных статистических методов. Наиболее популярным из них является метод группировки доходов и расходов бюджетов, применение которого обеспечивается наличием бюджетной классификации.

Бюджетная классификация – это основной методологический документ, на основании которого планируются, прогнозируются и исполняются доходная и расходная части государственного бюджета [1, с. 4]. Она представляет собой группировку доходов, расходов и источников финансирования дефицитов бюджетов бюджетной системы РФ. Она используется для составления

и исполнения бюджетов и составления по ней отчетности, которая обеспечивает сопоставимость показателей бюджетов разных уровней.

Также бюджетная классификация предоставляет возможность сравнивать размеры расходов за любой период и определять основные направления развития государства.

Статистика государственного бюджета включает следующую систему показателей:

- абсолютные показатели бюджета и бюджетной системы;
- абсолютные показатели доходов бюджета;
- абсолютные показатели расходов бюджета;
- относительные показатели эффективности бюджета и бюджетной системы.

Абсолютными показателями статистики государственного бюджета являются:

1. Доходы – это материальные и денежные ресурсы, которые поступают государству в процессе распределения и перераспределения национального дохода, и используются для осуществления присущих ему функций как внешних, так и внутренних;

2. Расходы – это затраты государства, которые производятся путем распределения и использования различных фондов денежных средств для реализации государственных задач и функций;

3. Официальные трансферты – поступления, имеющие нерегулярный, единовременный и добровольный характер в виде дарений и субвенций.

4. Чистое кредитование – кредитование за вычетом погашения;

5. Профицит – превышение доходов над расходами, дающее возможность прибережения определенной части денежных средств, рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Профицит} = \text{П} - \text{З} + \text{УмО} \quad (1)$$

где: П – погашение;

З – заимствование;

УМО – Уменьшение остатков ликвидных финансовых средств.

6. Дефицит – превышение расходов над доходами, являющееся причиной роста государственного долга, расходов на обслуживание этого долга, снижения курса валюты, росту инфляции и других негативных последствий.

$$\text{Дефицит} = З - П + \text{УМО} \quad (2)$$

Как уже было выше сказано, результатом накопления бюджетного дефицита является государственный долг. Государственный долг представляет собой сумму задолженности государства перед своим внешними и внутренними кредиторами. Данная задолженность, образуемая в результате различных операций между секторами экономики и учреждениями государственного управления, может быть погашена при помощи проведения операций этих учреждений в будущем периоде. Существует и иной способ, задолженность государства перед кредиторами может быть переоформлена в бессрочный долг.

Относительными показателями статистики государственного бюджета являются:

1. Соотношение дохода бюджета, % к ВВП

$$Д = \frac{Дн}{\text{ВВП}} * 100 \quad (3)$$

где: Д – доходы консолидированного бюджета;

Дн – налоговые доходы бюджета.

2. Доходы бюджета в расчете на душу населения

$$Д_{дн} = \frac{Д}{S} \quad (4)$$

где: S – численность населения.

3. Удельный вес налоговых (неналоговых) доходов в бюджете

$$d_n = \frac{Дн(Д_{нн})}{Д} * 100 \quad (5)$$

где: Дн – сумма налоговых доходов бюджета;

Д_{нн} – сумма неналоговых доходов бюджета.

4. Соотношение доходной и расходной части бюджета

$$\frac{K_d}{p} = \frac{D}{P} * 100 \quad (6)$$

где: P – сумма расходов бюджета.

5. Степень дефицитности (профицитности) бюджета, % к ВВП

$$K_{\Pi} = \frac{\text{дефицит(профицит)}}{\text{ВВП}} * 100 \quad (7)$$

6. Степень дефицитности бюджета, % к расходам бюджета

$$K_{\Pi} = \frac{\text{дефицит}}{p} * 100 \quad (8)$$

7. Удельный вес доходов регионального бюджета в доходах консолидированного бюджета

$$d_{H/H} = \frac{D_p}{D} * 100 \quad (9)$$

где: D_p – доходы регионального бюджета.

8. Уровень налоговой недоимки, % к доходам бюджета

$$d_{H/H} = \frac{H}{D} * 100 \quad (10)$$

где: H – сумма налоговой недоимки.

Список литературы:

1. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.11.2015).
2. Гуртовая Н.С., Лаврентьева Л.В. Статистический анализ развития государственных финансов на современном этапе в России // Концепт, 2015. – С. 1–5.
3. Дарда Е.С., Айздердзис А.А., Андреева М.А. Статистический анализ государственных финансов. – М.: Изд. Моск. гуманит. ун-га, 2013. – С. 35–38.
4. Дарда Е.С., Садовникова Н.А. Методологические аспекты формирования промежуточного потребления в финансовом секторе: отечественный и международный опыт // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 10. – С. 610–614.
5. Шерстнева Г.С. Финансовая статистика: конспект лекций, 2011 – С. 2.

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Мкртумян Вера Борисовна

*студент 4 курса Института сервиса, туризма и дизайна (филиал)
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
РФ, г. Пятигорск*

Мурадова Седа Григорьевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. Института сервиса,
туризма и дизайна (филиал) ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный
университет»,
РФ, г. Пятигорск*

Основу любого государства представляет его финансовая система. Уровень экономического, политического и социального развития страны во многом зависит от того, насколько слажено ее функционирование.

Создание надежной финансовой системы – одна из самых важных государственных задач. Ведь, по сути, финансовая система – это стержень развития рыночной экономики и успешного ее функционирования, а также главная необходимая предпосылка роста и стабильности экономики в целом. При наличии надежной финансовой системы, становится возможным развитие рынка денег и капитала, особенно первичного и вторичного рынков национальных государственных ценных бумаг.

На сегодняшний день, финансовая система представляет собой предмет дискуссий и обсуждений. В современном обществе существует много различных проблем, которые призвана решить финансовая система, среди них можно выделить:

- существенная недостаточность темпов развития экономики;
- наличие диспропорций в развитии экономической системы;
- наличие излишней социальной напряженности, отрицательно влияющей на процесс воспроизводства;
- снижение уровня удовлетворённости потребностей индивидуума и др.

В сущности, финансовая система является совокупностью сфер и звеньев финансовых отношений, а также денежных фондов и органов управления финансами, которые связаны с ними. Когда речь идет о финансовой системе государства (а точнее – о национальной экономике), прежде всего, подразумевается динамическое единство, взаимообусловленность и взаимодействие всех ее составляющих в ходе функционирования [2, с. 66].

Термин и понятие финансовой системы любого государства также являются широко распространёнными в сфере научных исследований и применимыми как в юридической, так и в экономической литературе наряду с не менее распространенным понятием «финансово-кредитный механизм». Нередким явлением является и их перекрестное применение; зачастую возникает еще более аморфное словосочетание – «область финансов» или просто «финансы» [1, с. 368].

Именно поэтому, сегодня, как никогда, важно обладать знаниями о сущности финансовой системы РФ, иметь представление о её структуре и следить за её изменениями, чтобы быть компетентным в данном вопросе.

Роль финансовой системы состоит в правовом регулировании финансовых отношений, т. е. с ее помощью можно осуществлять контроль над эффективностью и соответствием правовой формы экономическому содержанию. Также роль финансовой системы заключена в ее влиянии на темпы и пропорции социально-экономического развития государства. Такое влияние может быть осуществлено с помощью финансово-кредитного механизма двумя методами:

- метод финансового обеспечения (государственный бюджет);
- метод финансового регулирования (система налогов).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ни одна система в стране не занимает столь важное место и значение как финансовая.

Главная цель в развитии финансовой системы на ближайшую перспективу – стимулирование роста массового финансирования. В нынешних условиях финансовый сектор России, в основном, способен удовлетворить лишь финансовые потребности крупных предприятий. В кратко-

и среднесрочном плане массовое финансирование является возможным лишь с помощью банковского кредита. Достаточно проблематично, на сегодняшний день, осуществление должной финансовой трансформации силами финансового рынка. Действия целого ряда факторов также ограничивают развитие доступности в сфере банковского кредитования. Для их элиминирования необходимо, в первую очередь, скорректировать сложившийся режим денежного предложения и создать механизмы рефинансирования коммерческих кредитов, а также важно оказать поддержку со стороны государства элементам инфраструктуры рынка, облегчающим процесс структурирования долга реальной экономики.

Акцент на развитие банковского кредита не отрицает внимания к проблемам финансового рынка. Во-первых, крупнейшие национальные компании и отчасти новые высокотехнологичные производства могут и должны быть профинансированы с рынка, кроме того, для них имеет значение действие его индикативной функции. Во-вторых, наличие большой группы финансовых агентов, которые изначально ориентированы на рынок, это, в первую очередь, финансовые институты с иностранным капиталом и нарождающийся слой национальных институциональных инвесторов. И наконец, в-третьих, в системе долгосрочной стратегии рынок, действительно, является основой финансового перераспределения.

Существует сильная зависимость между экономикой и бюджетом сырьевого сектора, и, вследствие этого, является необходимым установление специального режима управления нефтегазовыми доходами, что определяется их особой природой. Цель данного режима – обеспечить долгосрочную макроэкономическую стабильность. Основными задачами такого управления являются: поддержание на длительную перспективу государственных расходов и частного потребления на устойчивом уровне; осуществление предотвращения резких колебаний таких макроэкономических показателей как инфляция, обменный курс, величина государственного долга, процентные ставки на финансовых рынках.

Значимым фактором, который необходимо учитывать при оценке принципов финансовой политики на долгосрочную перспективу, является последующая тенденция к снижению бюджетных поступлений из нефтегазового сектора, так как бюджетная система является составной частью финансовой системы. Согласно долгосрочному прогнозу, к 2025 году будет наблюдаться сокращение поступлений в федеральный бюджет до уровня менее 4 % ВВП. Выпадающие доходы будут лишь в незначительной степени компенсированы за счет увеличения базы ненефтегазовых доходов и планируемым повышением уровня собираемости налогов [5, с. 146]. Таким образом, уровень ожидаемых доходов федерального бюджета в условиях существующего налогового законодательства упадет с нынешнего уровня к 2020 г. примерно на 4,5 % ВВП. Это, в свою очередь, потребует комплекс мер, связанных с повышением налогового бремени, сокращением расходов и резким наращиванием государственного долга. Использование концепции «ненефтегазового баланса бюджета» может позволить поддерживать государственные расходы в стабильности независимо от колебаний внешней конъюнктуры и поддерживать долгосрочную макроэкономическую устойчивость [3, с. 8].

Проводя анализ возможных перспектив среднесрочного развития экономики страны в целом, необходимо отметить, что из-за отсутствия изменений в модели современной экономической политики будут неизбежно снижены темпы роста экономики России, вследствие истощения потенциала восстановительного роста и отсутствия импульсов для механизмов самодействия. Остаточный потенциал восстановительного роста, который оценивается в 4–5 %, и 2–3 %-ный потенциал, который генерируется инвестициями, будут исчерпанными в перспективе 1,5–2 лет. При лучшем сценарии, к этому можно будет добавить 3–4 % потенциального прироста за счет сниженного налогового бремени, что далеко не является очевидным, так как в российской экономике до настоящего момента отсутствуют механизмы,

способные трансформировать дополнительные доходы в эффективный спрос [4, с. 10].

В нынешних непростых экономических условиях, выраженных в наличии экономического кризиса и санкций со стороны Запада, устойчивость финансовой системы особенно важна.

Итак, мы можем сделать вывод, что финансовая система играет в жизни общества настолько важную роль, что нарушение ее функционирования может повлечь катастрофические последствия для всей экономики. Поэтому во всех странах за ней ведется жесткий контроль государства. С помощью использования определенных методов, государство стремится добиваться такого ее состояния, которое будет сопоставимо с интересами развития всей экономики, с эффективным решением постоянно возникающих экономических задач.

Список литературы:

1. Аллахвердян Д.А. – Финансово-кредитная система СССР. – М.: Наука, 1982. – С. 368.
2. Веселкова Е.Г. Природа финансовых органов // Финансы. – 2011. – № 11. – С. 66.
3. Воронин Д.М. Финансовое обеспечение экономического роста РФ // Финансы и кредит. – 2010. – № 25. – С. 8 – ISSN 2071-4688.
4. Мурадова С.Г. Совершенствование инструментов фискальной децентрализации в Российской Федерации / Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.10. – Ставрополь: Северо-Кавказский государственный технический университет, 2010.
5. Мурадова С.Г. Фискальная децентрализация и ее роль в стимулировании экономического роста: вопросы теории и практики // (479) Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – Ставрополь, 2010. – № 2. С. 145–148.

УКРАИНА. К ЧЕМУ ПРИВОДЯТ МЕЧТЫ

Осипов Алексей Владимирович

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Фролов Михаил Валерьевич

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Смоленская Светлана Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры «Экономическая теория» УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Эксперты называют издевательством недавнее повышение соцстандартов в Украине на 13 %. К сожалению, резкого роста доходов населения в ближайшем будущем не прогнозируется, темпы обнищания украинцев несколько снизятся только со следующего года.

Доходы украинцев продолжают стремительно таять. По официальным данным, инфляция за восемь месяцев этого года составила на 38,2 %, при этом продовольственные товары подорожали на 32,7 %, а жилье и коммунальные услуги более чем в два раза – на 122,6 %. Правительство решило осчастливить украинцев и с 1 сентября подняло социальные стандарты. Теперь прожиточный минимум в Украине будет составлять 1330 гривен, и пенсии и бюджетников вырастут на 13 %. И это при том, что инфляция с 2013 года, когда последний раз повышался прожиточный минимум, составила 70 %.

Потребительская корзина устарела.

Методика формирования потребительской корзинки, на основе которой формируется прожиточный минимум, не менялась в Украине с 2000 года. И на сегодня набор ее выглядит комично.

«Проблема в том, что цены очень существенно росли, но индексация прожиточного минимума фактически не проводилась. Не было даже корректировки прожиточного минимума на уже произошедшую инфляцию, не говоря уже о прогнозируемой на следующий год. И это привело к тому, что

официально утвержденный прожиточный минимум меньше фактического в два раза», – поясняет заведующая отделом исследований уровня жизни Института демографии и социальных исследований НАН Украины Людмила Черенько.

По ее словам, на первое июля нынешнего года официальный прожиточный минимум составлял меньше 1 200 гривен, в то время как фактический, рассчитанный в ценах рынка Министерством социальной политики, был больше в два раза – 2,5 тысячи гривен. Если брать официально утвержденный размер прожиточного минимума, то людей, живущих за чертой бедности в Украине, на 2014 год насчитывалось меньше 7 %.

«Но если говорить о фактическом прожиточном минимуме, то 28 % населения Украины живут ниже этой черты», — сказала Людмила Черенько.

Например, в США прожиточный минимум рассчитывается нормативно-структурным методом, где траты на продукты питания детализированы, и продовольственная часть составляет одну треть потребительской корзины. В Украине доля продуктов в потребительской корзинке уже превышает две трети.

Чтобы избежать подобных перекосов, специалисты предлагают нормировать только продовольственную корзинку согласно рекомендациям Министерства здравоохранения, а остальную ее составляющую определять в процентном отношении. Продукты в корзинке, чтобы не протянуть ноги Value Stock Images/EAST NEWS/ Украина сегодня: нищета, абсолютная бедность, а пенсионеры мечтают о смерти.

Продукты в корзинке, чтобы не протянуть ноги.

Руководитель отдела функционирования аграрных рынков Аграрного Союза Украины Любовь Панкратова сообщила, что набор из 32 основных продукта питания, которые входят в потребительскую корзинку, сейчас стоит 750 гривен. Но туда не включены продукты, которые утверждены постановлением Кабмина. Если добавить к этим 32 наименованиям еще и их, то стоимость продовольственной составляющей потребительской корзины возрастет до 850 гривен. «И это очень скромный набор продуктов, там не идет

речь о разных видах овощей и фруктов, там не учтена возможность питания вне дома. Кроме того, нормы продуктов там минимальны. Если взять не минимальные нормы, утвержденные постановлением 656 Кабмина, а научно обоснованные нормы Министерства здравоохранения, то такой набор продуктов будет стоить 1000 гривен. Практически весь прожиточный минимум нужно потратить на продукты. Но это же невозможно, поскольку есть коммунальные платежи, есть поездки на работу, и нужно одеться», – констатирует Любовь Панкратова.

Что будет с ценами.

Уже сейчас самые социально незащищенные слои населения, которые получают минимальную зарплату, пытаются выжить, максимально сокращая рацион питания. Но, к сожалению, цены на продукты не будут стоять на месте.

Правда, в ближайшее время эксперты агрорынка не ожидают роста цен на хлеб, который за полтора года и так подорожал в 1,7 раза. В этом году в Украине урожай пшеницы превысил все ожидания и недостатка в сырье не предвидится, но эксперты предупреждают, что цены могут вырасти к концу года, поскольку львиную долю в цене хлеба составляет стоимость энергоресурсов.

Гречка и рис в ближайшее время также прибавят в цене. Гречихи в этом году засеяли в два раза меньше, чем в 2012, а рис Украина практически полностью экспортирует. Цены на остальные крупы будут стабильными.

На сентябрь этого года стоимость борщевого набора составляет 32 гривны, но оснований для ее роста нет. В ближайшее время ожидается даже некоторое проседание цен на капусту, свеклу и морковь.

Поскольку в этом году урожай подсолнечника порадовал аграриев, то специалисты также не видят оснований для роста цен на подсолнечное масло, тем более, что 90 % его уходит на экспорт. О стабильности цены на остающиеся в стране 10 %, по мнению специалистов, должно позаботиться правительство.

Цены на сахар поднимутся только к концу декабря – началу января, несмотря на то, что в этом году собрано меньше сахарной свеклы, чем в предыдущие годы, у нас еще остаются излишки этого продукта. Но нельзя все списывать на войну.

Рост цен на продукты животноводства – мясо, молоко и яйца – сдерживает низкая покупательная способность населения. За последнее время цены на молоко выросли на 30 %, мясо подорожало в 1,5 раза, а яйца – в 1,6 раза. По утверждению Любви Панкратовой, животноводы и производители сокращают производство, чтобы сбалансировать спрос и предложение. В животноводческих хозяйствах под нож идет 5–8 % скота. Специалисты ожидают, что цены на мясные и молочные продукты вырастут незначительно, но качество их снизится: в колбасах будет меньше мяса, а в молочных продуктах – молока, поскольку производители будут переходить из премиум класса в эконом класс, чтобы снизить затраты на производство.

Кроме того, с 1 января будущего года заработает экономическая часть Соглашения об Ассоциации Украины с Европейским союзом, и украинский рынок заполнят дешевые продукты из Польши, Литвы, Германии. Качество их будет низким, в соответствии и ценами, но производители хотя бы будут честно указывать состав на упаковках. Экономический эксперт Всеволод Степанюк предупреждает, что украинские цены на продукты зависят от конъюнктуры на мировых рынках. И если цены на них двинутся вверх, то соответственно подорожают продукты и внутри страны.

Список литературы:

1. Батанова А.А., Илларионов Д.А., Смоленская С.В. Международное развитие и глобализация экономики / В сборнике: Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права. Материалы 4 международной научно-практической конференции: в 2-х частях. 2014. С. 14.
2. Сорос Джордж Последний шанс для Украины и Европы – [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL:http://cont.ws/post/806711216c27_0.html (Дата обращения 04.10.15).
3. Новая Греция на Востоке – [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://ukraina.ru/opinions/20150315/1012417459.htm> (Дата обращения 04.11.15).
4. Идем на рекорд! Жизнь граждан в Украине перешла за черту бедности – [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://rian.com.ua/analytics/20150923/374108747.html> (Дата обращения 24.10.15).

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

Павлова Вероника Афанасьевна

*студент Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Петрова Наталья Николаевна

*научный руководитель, доц. Северо-Восточного федерального университета
им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Вопрос привлечения инвестиций в отдельные регионы страны остро стоит в наши дни. Так как экономика страны сейчас находится в финансовом кризисе, одной из наиболее часто обсуждаемых Кабинетом министров задач является повышение привлекательности российской экономики для иностранных инвесторов. Прямые иностранные инвестиции улучшают экономику тем, что способствуют притоку производственных и управленческих технологий, благодаря тому, что появляются больше конкурентов в виде иностранных игроков, повышается сама конкуренция в тех сферах где они присутствуют и как следствие повышается модернизация в этих сферах.

Структура прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию в 2013 году выглядит следующим образом [1]:



Рисунок 1. Структура прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию в 2013 году

Из диаграммы видно, что большую часть инвестиций в 2013 году составляли инвестиции в промышленность, что неудивительно, учитывая то, что юридически иностранным компаниям выгодно инвестировать в эту отрасль. Также значительную часть в 2013 году составляли инвестиции в оптовую и розничную торговлю, но учитывая санкции, введенные в отношении России и санкции, введенные Россией в отношении стран, вводивших эти санкции можно догадаться, что в 2014 году, прямые иностранные инвестиции в оптовую и розничную торговлю уменьшились. Инвестиции в финансовую деятельность и недвижимость тоже после санкций несколько уменьшились.

Республика Саха (Якутия) обладает всеми задатками для привлечения капитала.

Обширная территория, богатый ресурсный потенциал, колоссальные перспективы – это Якутия. Добыча алмазов, золота, олова, угля, природного газа, алмазогранительной и ювелирной промышленности, переработки древесины и выпуска сельскохозяйственной продукции. Якутия на деле становится крупнейшей нефтегазовой провинцией и будет играть значительную роль в диверсификации экспорта углеводородов в восточном направлении. Также в Якутии расположено крупнейшее в России месторождение коксующегося угля – Эльгинское угольное месторождение [3].

Преимуществами республики для инвестиций являются:

1. Высокая обеспеченность природными ресурсами:

- значительные запасы нефти, газа, угля, леса, гидроэнергоресурсов;
- значительные перспективы роста газонефтедобычи и электроэнергетики, ориентированного на международные и общероссийские рынки.

2. Экономическое лидерство на Дальнем Востоке по объему ВРП (производственные ресурсы), промышленной продукции, экспорту, доходам бюджета (финансовые ресурсы), вводу жилья.

3. Высокий уровень инвестиционной активности частных инвесторов (более, чем в 2 раза к среднему по РФ).

4. 6-е место по уровню инвестиций в основной капитал среди субъектов РФ.

5. Эффективно функционирующая региональная исполнительная власть, конструктивно работающая с основными субъектами экономической деятельности.

6. Потенциал роста регионального потребительского рынка, определяемый сравнительно высокими доходами населения, неразвитостью сферы платных услуг и слабым присутствием в республике сетевых торговых компаний.

7. Наличие трудовых ресурсов (трудовой потенциал).

8. Благоприятная демографическая ситуация [4].

9. Если учесть все эти преимущества, то кажется, что иностранным компаниям захочется инвестировать в Якутию, но надо также брать в расчет суровые реалии России. По данным исследования «Россия как объект инвестиций», основными факторами, снижающими привлекательность России, многие иностранные компании рассматривают коррупцию, недостатки законодательства, административные барьеры, а также как выборочно трактуют и применяют законы в России [2]. Также введенные санкции тоже не улучшают ситуацию. Так, по оценкам А.Т. Kearney Россия не вошла в 25 самых привлекательных для инвесторов стран мира в 2014 году, несмотря на то, что в 2013 году занимала 11 место. Причиной этого называют завершение строительства масштабныхстроек и проектов, что привело к спаду инвестиций, ранее уже упомянутую коррупцию, сложность ведения бизнеса и невозможность прогноза экономики страны, так как она в данное время неустойчива и подвержена переменам, ввиду тех же самых санкций и усложнения взаимоотношения России с другими странами.

Создание благоприятного и стабильного инвестиционного климата – одна из приоритетных задач Правительства Республики Саха (Якутия). Якутия активно внедряет Стандарт по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе. В числе первых регионов страны в республике утверждена Инвестиционная стратегия на период до 2016 года и основные направления

до 2030 года, а также Инвестиционная декларация Республики Саха (Якутия). Основой Инвестиционной стратегии является формирование инвестиционной инфраструктуры, способной комплексно обеспечить создание благоприятного инвестиционного климата и дать импульс к повышению инвестиционной активности. Для этого созданы Совет по инвестиционной политике при Президенте Республики Саха (Якутия), Координационный совет по государственно-частному партнерству Республики Саха (Якутия). Утверждена Стратегия развития ОАО «Республиканская инвестиционная компания» до 2020 года, определенного главной структурой по реализации Инвестиционной стратегии Республики Саха(Якутия).

В целях привлечения иностранных инвестиций формируется система отношений с такими институтами развития и финансовыми компаниями как Всемирный банк, Европейский банк реконструкции и развития, Международный банк реконструкции и развития, Внешэкономбанк, Международная финансовая корпорация и др. Развитие наиболее перспективного инновационного и наукоемкого сегмента инвестиционной деятельности связано с созданием ОАО Венчурная компания «Якутия» и ГАУ «Технопарк «Якутия». Функционируют технопарк в г. Якутске, бизнес-инкубаторы в гг. Якутск, Нерюнгри, Нюрба, планируется создание технопарка г. Нерюнгри.

Рекомендуется провести судебно-правовые реформы, уменьшить бюрократию и упростить систему выдачи виз и разрешений на работу, законодательно закрепить более строгие требования к корпоративному управлению и прозрачности.

В наше время Якутия пока слабо освоена иностранными компаниями, и инвестиции идут в основном из средств российского бизнеса и из бюджета. Еще в 2013 году наметился спад объема иностранных инвестиций. Объемы прямых иностранных инвестиций в Якутии невелики и неустойчивы. На перспективу можно рассчитывать на дальнейшее привлечение канадских инвестиций, несмотря на осложнившиеся отношения России с этим государством. Канадская компания Silver Bear Resources постепенно готовит к запуску

месторождение серебра Вертикальное. В прошлом году на фоне активизации отношений России со странами АТР у Якутии на этом направлении появились свои новые возможности. Например, соглашение о сотрудничестве между ОАО «РАО ЭС Востока» и китайской Dongfang Electric предполагает развитие в Якутии солнечной энергетики. Компания «Сахатранснефтегаз», подконтрольная правительству республики, подписала договор о расширении Якутского газоперерабатывающего завода с южнокорейской Hyundai. Тем не менее, пока трудно рассчитывать на резкий рост объемов иностранных инвестиций в Якутии.

Список литературы:

1. Инвестиционный портал регионов России – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.investinregions.ru/regions/yakutia.htm> (Дата обращения 05.11.2015).
2. Социологический опрос иностранных инвесторов «Росси как объект инвестиций».
3. Новиков А. Якутия – край, привлекательный для инвестиций // Наша власть, дела и лица. – 2012. – 31. – С. 2–10.
4. Фишер П. Стратегия привлечения инвестиций в промышленность России – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://vasilieva.narod.ru/13_3_00.htm (Дата обращения 01.11.2015).

ИССЛЕДОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Романкин Андрей Сергеевич

*аспирант Воронежского государственного технического университета,
РФ, г. Воронеж*

Туровец Оскар Григорьевич

*научный руководитель, проф.
Воронежского государственного технического университета,
РФ, г. Воронеж*

На стадии перехода от планового командного хозяйствования к рыночным условиям осуществления своей деятельности почти все отечественные предприятия были вынуждены реорганизоваться, не избежав проблем, которые объяснялись кризисными застоями в области эволюции управления. Научные разработки того времени не способны обеспечить достаточную эффективность, так как отсутствовала достаточная база практического опыта разработок сложных систем управления на которых могли быть основаны стратегические программы действий. Фактически, многие руководители были вынуждены принимать решения в крайние сроки, быстро приспосабливаясь к изменяющейся ситуации. Именно тогда первоочередное значение стали принимать вопросы способности адаптации системы управления к внешним и внутренним воздействиям.

Эти проблемы не утратили актуальность и в наши дни. Их следует рассматривать в совокупности, чтобы не упустить действительно значимые угрозы. Такой подход поможет увеличить достоверность долгосрочного планирования, без которого немыслима успешная деятельность любого промышленного предприятия. Подобное отношение к решению проблем поддерживается ведущими исследователями в соответствующей области.

Чтобы более конструктивно решать вопросы качественной доработки систем управления промышленных предприятий, необходимо сначала дать несколько основополагающих терминов:

- механизм повышения эффективности – это механизм, который способен оказать положительное влияние на основные показатели промышленного предприятия. Благодаря его правильному использованию можно расширить возможности организации за счет оптимального применения имеющихся трудовых, материальных и прочих ресурсов. Следует подчеркнуть, что данное развитие должно отличаться признаками повышенной интенсивности процесса, то есть оно характеризуется в основном качественными показателями. Расширение видов деятельности и другие позитивные направления развития будут рассматриваться, как важные, но в данном случае, будут носить второстепенный характер.

- эффективность системы управления – это совокупность формальных признаков организации, характеристика структуры управления, производственной структуры, как единства в диалектическом понимании. Так, например, если производится оценка эффективности системы управления промышленного предприятия, то следует учитывать тактические и стратегические цели, которые должны быть достигнуты в результате определенной деятельности. Соответственно следует классифицировать механизмы в разрезе целей предприятия.

В настоящее время система управления и ее теоретические основы, исследованы недостаточно качественно. Следует отметить присутствие нескольких научных школ, которые отличаются не только деталями подхода к данной проблеме, но даже разными трактовками основных положений теории. Тем не менее, некоторые базовые проблемы рассматриваются ими в обязательном порядке. Перечислим некоторые из них:

- коммуникационные методики сотрудников в системе управления;
- способы мотивации персонала и распределение ответственности между исполнителями;
- построение системы управления с заблаговременной оптимизацией её параметров;
- формулировка целевых показателей, которые определяют результативности системы управления промышленным предприятием.

Сегодня ситуация по сравнению с упомянутыми выше временами изменилась радикальным образом. Руководители предприятий могут использовать для решения практических задач конкретные технологии, основанные на разных теориях. Их широкие возможности допустимо применять, как на этапах подготовки, так и в процессе внедрения проектов. В наши дни можно применять аналитические, экспертные, реинжиниринговые и другие инструменты, их различные сочетания. Для правильного применения, однако, требуется понимание не только основ, но и особенностей методик.

Отдельно следует рассмотреть вопросы эффективности. Действенность каждого отдельного набора инструментов можно оценивать с применением следующих критериев:

- промышленное предприятие ориентируется на создание определенных объемов готовой продукции при ограниченных входных параметрах (ресурсах);
- исходные условия меняются в установленных границах, проверяется наибольшее количество продукции, которое может быть выпущено с использованием имеющихся ресурсов (производственная мощность);
- система управления оценивается по результативности (финансовый результат). Определяется возможность получения конкретного результата за ограниченное время.

Чтобы анализ был объективным, необходимо предварительно правильно определить значения для сравнения, а также четко зафиксировать начальный уровень эффективности путём сбора необходимой информации об исследуемом предприятии.

Если сделать промежуточные выводы, то с учетом наличия разных точек зрения на организацию процессов управления промышленных предприятий, можно констатировать – универсальные критерии трудно разработать, но возможно, в рамках конкретных исследований. В данном случае речь идет о тех показателях, которые могли бы быть действительно использованы для решения разных задач, не вызывали бы больших сложностей в вычислении и построении инфографики. При формировании этих показателей надо

обеспечить их точную связь с прибыльностью предприятия, выполнением им плановых показателей. Пригодится учет рационального использования имеющегося кадрового и производственного потенциала, оптимизации процессов внутренних и внешних отношений, снижения издержек при выпуске определенных объемов продукции, а также другие данные.

Можно с уверенностью утверждать, что описанные выше идеи излагаются в работах многих экономистов, отечественных и зарубежных исследователей. Вполне разумным является создавать систему управления и планировать развитие организации с учетом совокупности значимых внутренних и внешних факторов. Именно на этой базе предлагается следующий механизм повышения эффективности систем управления. Приведем несколько его отличительных особенностей:

- он рассчитан на внедрение активных методик управления, оказывающих оперативное и своевременное влияние на деятельность предприятия;
- в нем предусмотрено функционирование модели, облегчающей оценку динамики эффективности систем управления промышленных предприятий;
- он является комплексной, так как состоит из множества параметров, сигнализирующих о состоянии социальных, экономических, производственных и других процессов (внутренних и внешних) внутри предприятия;
- используемые показатели оказывают совместное влияние друг на друга, несмотря на то, что они образуются на основе единой схемы функционирования предприятия. При их анализе можно использовать инструментарий, который более удобен для пользователя, а также специальные динамические ряды, которые наглядно демонстрируют ресурсы, способные улучшить результаты деятельности предприятия, либо оптимизировать систему управления промышленного предприятия [1].

Таким образом, проанализировав множество научных трудов как зарубежных, так и отечественных авторов разработаны основные критерии оценки эффективности системы управления промышленным предприятием, которые представлены на Рисунке 1.

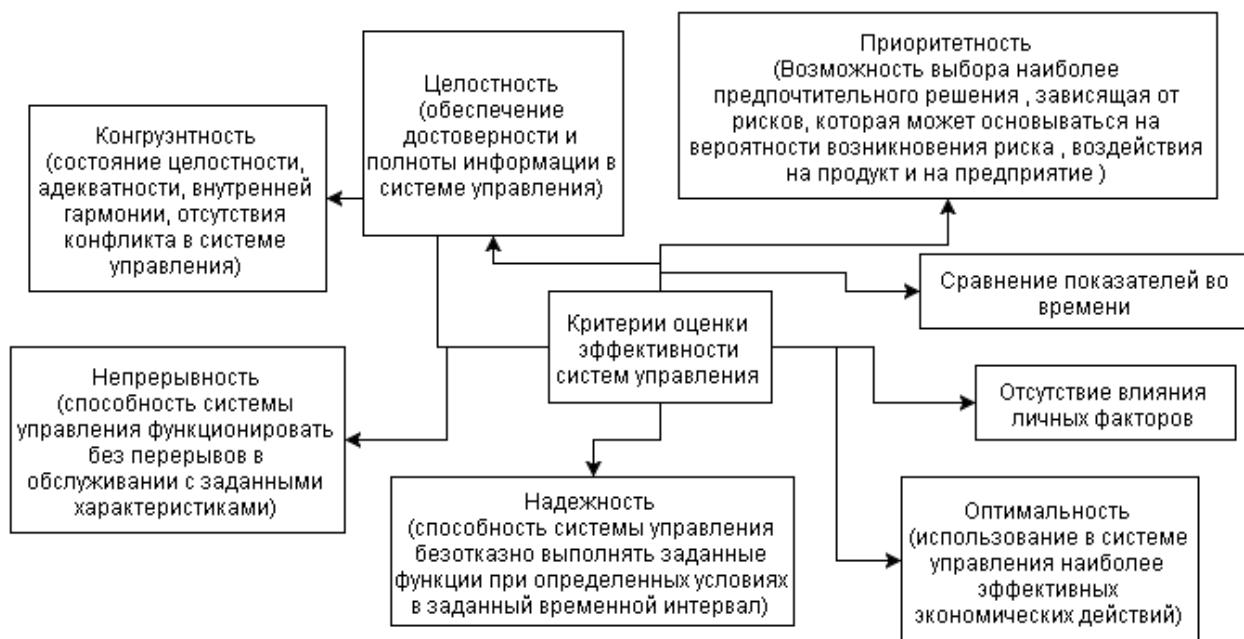


Рисунок 1. Критерии оценки эффективности систем управления промышленных предприятий

Данные критерии оценки эффективности могут быть использованы при построении систем управления промышленных предприятий.

Список литературы:

1. Туровец О.Г., Родионова В.Н. Теория организации / О.Г. Туровец, В.Н. Родионова – М.: ИНФРА-М, 2004. – 128 с.

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Скалкин Дмитрий Владимирович

студент

*Владивостокского государственного университета экономики и сервиса,
РФ, г. Владивосток*

Смицких Ксения Викторовна

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры экономики
и менеджмента,
РФ, г. Владивосток*

В настоящее время малое и среднее предпринимательство (далее МСП) рассматривается как один из важнейших факторов динамичного развития регионов.

Социально-экономическая значимость малого предпринимательства уже не нуждается в дополнительных доказательствах. Об этом свидетельствует вклад малого и среднего предпринимательства в достижение современного состояния экономики во всех индустриально развитых странах.

Таким образом, целью исследования является оценка социально-экономического развития малого и среднего предпринимательства в регионах Дальневосточного федерального округа (далее ДФО).

ДФО занимает выгодное экономико-географическое положение в России и Азиатско-Тихоокеанском регионе (далее – АТР), соседствуя с такими странами, как Китай, Япония и США. К портам Дальнего Востока имеют выходы широтные транспортные системы Транссибирской и Байкало-Амурской железнодорожных магистралей, пересекающих Евразию. Вдоль дальневосточных берегов проходит Северный морской путь.

Одной из экономико-географических особенностей развития экономики ДФО являются периферийность территории, концентрация экономики в двух крупнейших городах и социально-экономическая поляризация между этими центрами.

Экономика ДФО, характеризуется рядом структурных особенностей и базируется на использовании природно-ресурсного потенциала. Экспорт природных ресурсов и развитие транспортно-транзитных функций рассматриваются в качестве стратегической линии развития Дальнего Востока. При этом динамика валового регионального продукта определяется ростом оборота розничной торговли и производства услуг при отставании темпов промышленного роста.

В настоящее время на Дальнем Востоке решается важнейшая двуединая задача: переход к динамичному социально-экономическому развитию обширнейшей территории и обеспечение конкурентного прорыва к интеграции и тесному сотрудничеству со странами АТР. Для поставленных задач были разработаны и приняты значимые законопроекты, одним из которых является Федеральный закон от 29.12.2014 N 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» [4].

Задачу ускоренного развития дальневосточных территорий Президент РФ назвал «приоритетом XXI века». И впервые она решается на уровне системных мер поддержки, выделением финансовых средств из госбюджета, специальными законами, поощряющими государственно-частное партнерство [3].

Данный законопроект устанавливает особый правовой режим осуществления предпринимательской деятельности, определяет преференции и налоговые льготы, предусматривает создание благоприятных условий для инвесторов, обеспечивает ускоренное социально-экономическое развитие и создание комфортных условий проживания населения на территории Дальнего Востока.

Все представленные особенности оказывают существенное влияние на тенденции развития малого и среднего предпринимательства в регионах ДФО.

Для анализа тенденций социально-экономического развития субъектов МСП были использованы следующие общепринятые статистические показатели: [5].

1. Численность предприятий – показатель, характеризующий плотность малых и средних предприятий в регионе. Данный показатель не является объективно результирующим, описывающим социальную и экономическую эффективность сектора, он характеризует степень благоприятности внешней среды, в которой развивается малый бизнес. Этот показатель указывает на эффективность действующей в регионе системы поддержки и регулирования малого и среднего предпринимательства;

2. Среднесписочная численность занятых – показатель, характеризующий роль сектора в формировании рынка труда. Данный индикатор является одним из составляющих комплексного анализа эффективности деятельности региональной системы поддержки и развития малого и среднего предпринимательства в регионе и характеризует результативность социальной функции хозяйствующих субъектов;

3. Оборот организаций – показатель, характеризующий в первую очередь, объем продаваемой продукции. Его постоянное увеличение может быть связано не только с ростом такого фактора, как увеличение продаж и количества фирм, но и инфляционными процессами;

4. Объем инвестиций в основной капитал – является отражением затрат, вкладываемых в создание или модернизацию основных средств, производства. Когда показатель находится на очень низком уровне, то можно предположить снижение производства, уменьшение объемов выпуска различных видов продукции и снижение целого ряда важнейших статистических показателей, в ближайшем будущем.

На рисунке 1 представлена динамика численности малых и средних предприятий в регионах ДФО.

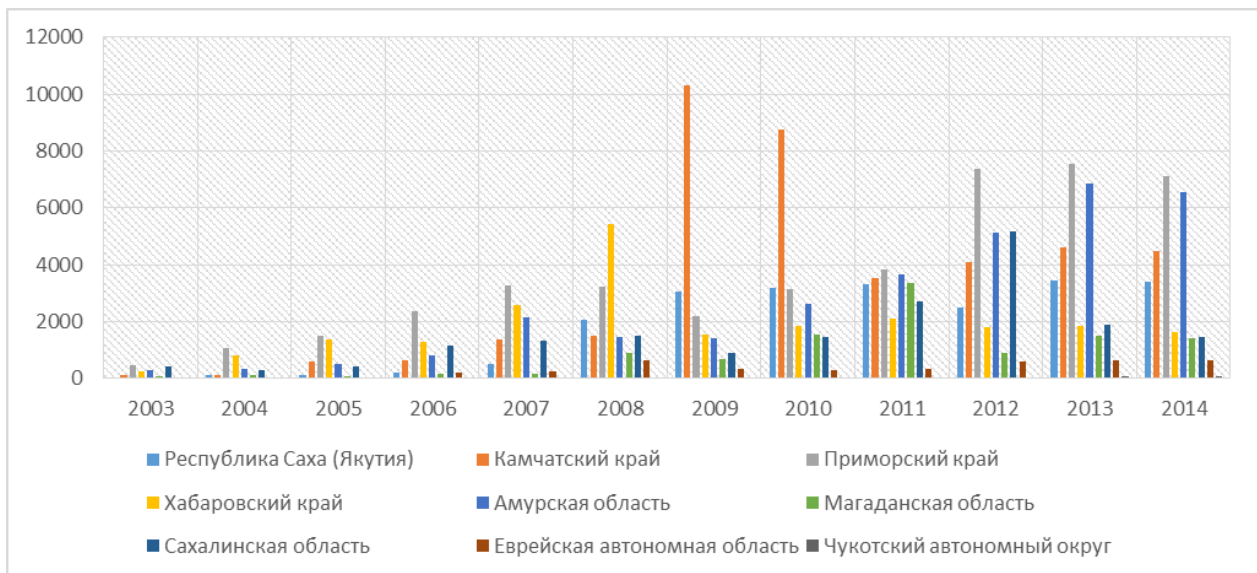


Рисунок 1. Численность малых и средних предприятий в регионах ДФО, ед.

Сложившиеся тенденции анализируемого показателя за период с 2003 по 2014 гг. характеризуются нестабильностью. На динамику изменения численности малых и средних предприятий существенное влияние оказали кризисные явления 2008 г., в результате которых уменьшилось количество предприятий во всех регионах кроме Приморского и Хабаровского края. В целом за последние 10 лет численность малых и средних предприятий наиболее увеличилась в Приморском крае – на 18 169 ед. или 138 %, Хабаровском крае 16 590 ед. или 259 %, Республике Саха (Якутия) на 11 381 ед. или 462 %. Наименьшее увеличение произошло в Магаданской области и составило 70 %.

Таким образом, в целом по ДФО рост предприятий составил 63 424 ед., при этом во всех регионах численность предприятий постоянно увеличивается, но рост происходит в основном за счет микропредприятий.

Далее на рисунке 2 представлена динамика оборота малых и средних предприятий в регионах ДФО.

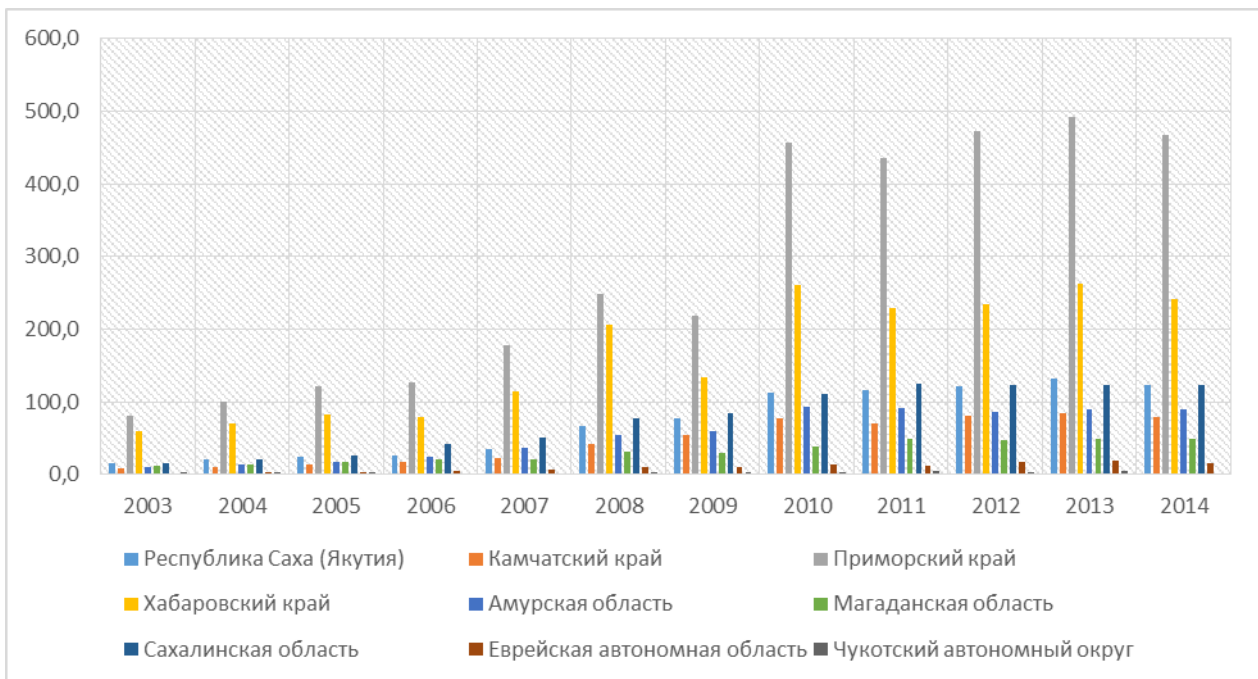


Рисунок 2. Оборот малых и средних предприятий в регионах ДФО с учетом инфляции, млрд. руб.

Таким образом, из представленного рисунка видно, что лидирующие позиции на протяжении всего анализируемого периода, занимают такие регионы как Приморский край (пророст составил 506,67 %) и Хабаровский край (пророст составил 340,12 %).

Сложившиеся темпы развития предпринимательства в Приморском крае во многом обусловлены вложением федеральных инвестиций в различные масштабные проекты, реализуемые на его территории. В целом по регионам ДФО оборот организаций постоянно увеличивается в динамике. При этом, наибольший рост показателя зафиксирован в Камчатском крае (увеличение оставило 76,52 млн. руб. или 990,68 %).

Динамика численности занятых в малом и среднем предпринимательстве в регионах ДФО представлена на рисунке 3.

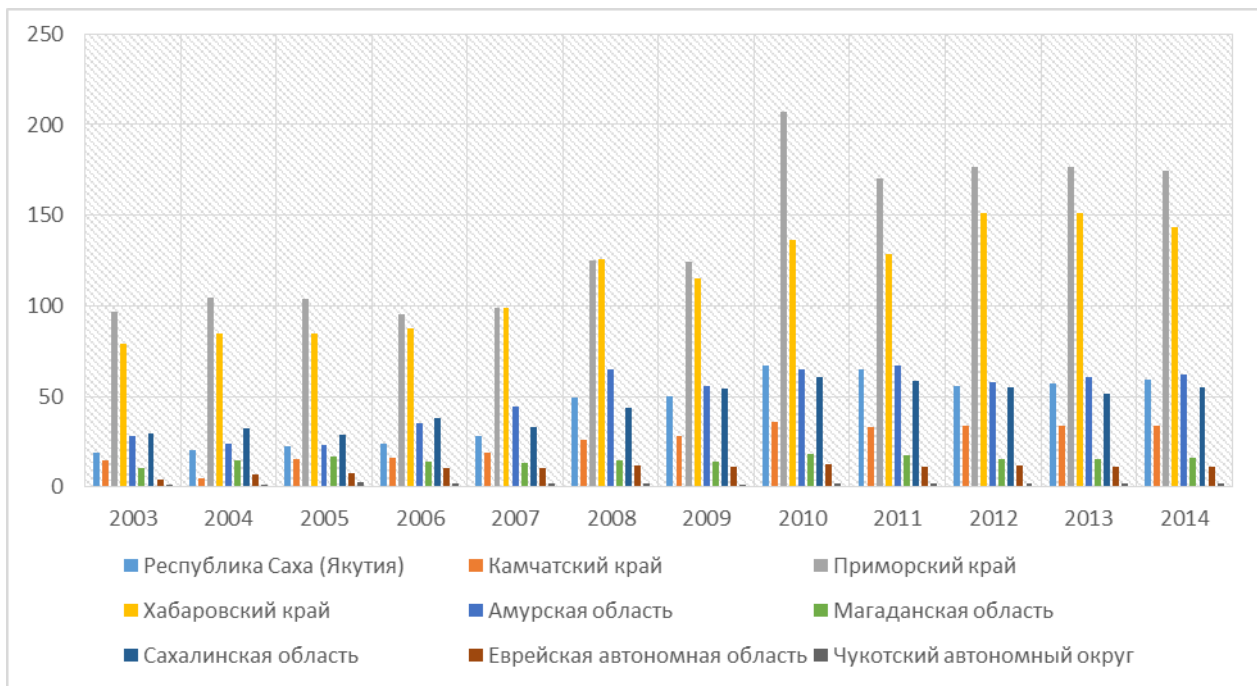


Рисунок 3. Среднесписочная численность занятых на малых и средних предприятиях в регионах ДФО, тыс. чел.

Анализ показателя позволяет свидетельствовать о том, что наибольшая численность занятых приходится на Приморский и Хабаровский края – 176,71 и 151,43 тыс. человек соответственно. Далее, при значительном отставании в значении показателя, следуют такие регионы, как Амурская область с среднесписочной численностью 60,46 тыс. чел. и Республика Саха (Якутия) с численностью 57,51 тыс. чел. Наименьшее значение показателя наблюдается в Чукотском автономном округе (2,03 тыс. чел). Однако, именно в отстающих регионах зафиксирован существенный рост показателя за анализируемый период. Так, например, в Еврейской ОА он составил 295,18 %.

Далее, на рисунке 4, представлен объем инвестиций в основной капитал малых и средних предприятий в регионах ДФО.

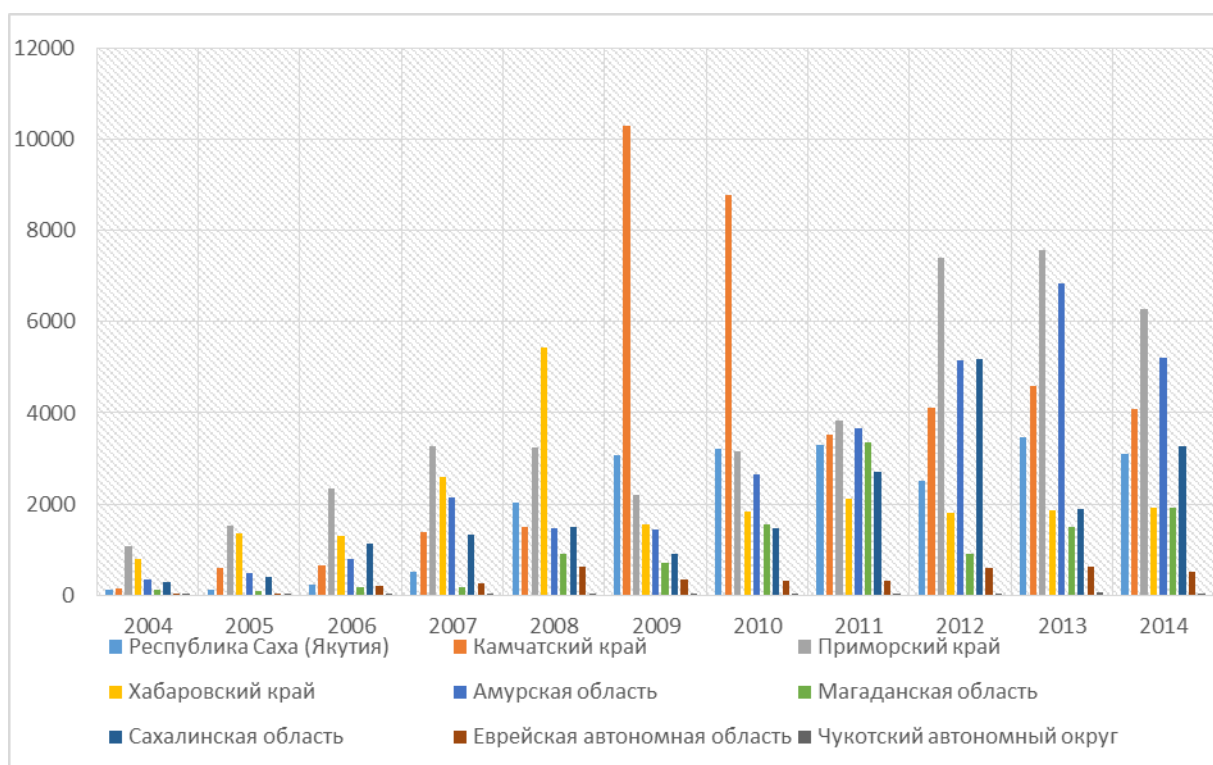


Рисунок 4. Объем инвестиций в основной капитал малых и средних предприятий в регионах ДФО, млрд. руб.

На протяжении исследуемого периода динамика исследуемого показателя носит малоустойчивый характер.

В целом на изменения объема инвестиций в основной капитал, повлияли кризисные явления 2007–2009 гг., которые привели к его падению. Однако, в последующем периоде отмечен значительный рост данного показателя. Так в 2009–2011 гг. лидером является Камчатский край, в среднем величина показателя составила 7530 млн. руб. В определенной степени повышение обусловлено реализацией инвестиционных проектов государством, которое осуществлялось в рамках федеральных программ [1].

В 2010–2014 гг. лидирующие позиции занимает Приморский край, что обусловлено подготовкой к проведению саммита АТЭС, и Амурская область, что вызвано реализацией крупных строительных и инвестиционных проектов. В данном периоде рост исследуемого показателя в регионах составил 240,43 % и 258,74 % соответственно

Самые низкие значения показателя в исследуемом периоде имеют Чукотский АО и Еврейская АО.

В целом, в течении последних лет динамика объема инвестиций в основной капитал МСП всех регионов в целом демонстрирует рост. Основной толчок в развитии данный показатель получил за счет крупных проектов, финансируемых за счет федерального бюджета.

Таким образом, анализ развития малого и среднего предпринимательства в регионах ДФО за период 2003–2014 гг. позволил выделить следующие основные тенденции.

Во-первых, в целом по ДФО численность малых и средних предприятий увеличилась на 235 %. Особенно ярко данная тенденция выражена в Камчатском, Приморском и Хабаровском краях, а также Сахалинской области. Однако, как показывают опросы предпринимателей, имеет место значительное количество фактически не действующих компаний, которые не вносят вклад в развитие регионов.

Во-вторых, несмотря на общую тенденцию увеличения количества малых предприятий, доля их оборота остается неизменной. При этом основная доля в структуре оборота, по видам экономической деятельности приходится на торговые предприятия (около 40 %).

В-третьих, доля инвестиций в основной капитал традиционно занимает незначительную величину в общем объеме инвестиций в регионах, что вызвано развитием малого и среднего предпринимательства в отраслях, не требующих капитальных инвестиций (торговля, сфера услуг). При этом низкие значения показателя, свидетельствуют о снижении инвестиционной активности малых и средних предприятий. Структурно основная доля инвестиций в основной капитал приходится на три региона: Приморский край (проведение Саммита), Камчатский край (большой объем строительства в последние годы) и Амурская область (обусловлено реализацией инвестиционных проектов государством, которое осуществлялось в рамках федеральных программ).

В-четвертых, в динамике показателя среднесписочной численности МСП прослеживается стабильная тенденция. При этом рост доли малых и средних предприятий не генерирует увеличение численности работников. Наибольший

удельный вес в общей структуре занимают Приморский и Хабаровский край, что объясняется высокой степенью привлекательности данного сектора экономики как работодателя.

Исходя из вышеизложенного, следует, что тенденции развития малого и среднего предпринимательства в регионах ДФО носят нестабильный характер. Лидирующие позиции занимают Приморский и Хабаровский края. Средние значения исследуемых показателей зафиксированы в таких регионах, как Республика (Саха) Якутия, Амурская область и Камчатский край. В Магаданской области и Чукотском автономном округе развитие МСП находится на достаточно низком уровне.

Список литературы:

1. Инвестиционный потенциал Камчатского края. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.stroyka.ru/Materials/detail.php?ID=368357>.
2. Медков А.Д. Малое и среднее предпринимательство – роль в экономике, тенденции совершенствования. / А.Д. Медков. / – [Электронный ресурс] – / Управление экономическими системами. – 2013. – [Электронный научный журнал] – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/marketing/item/2037-2013-03-16-06-00-32>.
3. «Обеспечить конкурентный прорыв». Журнал «Окно в АТР». Октябрь 2014 г. ООО «Издательский дом «Восток России».
4. СПС Консультант плюс. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172962/.
5. Статистический сборник: «Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации». – [Электронный ресурс] – / Научная электронная библиотека (НЭБ). Режим доступа: <http://stat.ebiblioteka.ru/catalog/edition.jsp?id=2920&uid=22>.
6. Шумик Е.Г. Особенности стратегии динамичного развития предпринимательства. / Е. Г. Шумик / Экономика и предпринимательство № 9 ч. 1, 2015 г.

АЛЬТЕРНАТИВА МВФ ДЛЯ СТРАН БРИКС

Черёмкина Туйара Айаловна

*студент Северо-восточного федерального университета им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Петрова Наталья Николаевна

*научный руководитель, доц. Северо-Восточного федерального университета
им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Азиатско-тихоокеанский регион в XXI в. является одним из крупнейших мировых центров международной торговли, современного производства и финансовых ресурсов. Страны БРИКС являются стержнем развития АТР, которое во многом определяется процессами региональной и субрегиональной интеграции, финансовыми взаимосвязями, многосторонними сотрудничествами, структурными перестройками и крупными разделениями труда в моделях развития экономики.

Для активного участия в создании инфраструктурных проектов в Азиатско-тихоокеанском регионе страны БРИКС создали свой банк «Азиатский банк инфраструктурных инвестиций». Начал свою работу по инициативе Китая в 2014 г. В прошлом году соглашение подписано было 21 странами для того, чтобы основать банк. На март 2015 года заявки поступили от 52 стран, количество стран учредителей – 46. США и Япония воздержались от вступления в новый банк инвестиций. Штаб-квартира банка позиционируется в Пекине, целью которого является финансирование инфраструктурных проектов.

Азиатско-тихоокеанский банк инфраструктурных инвестиций стал привлекателен по нескольким причинам. Во-первых, страны разочарованы поведением США в МВФ и ВБ. Во-вторых, многие страны получают доступ для участия в инфраструктурных проектах Азии.

Новый банк развития БРИКС является очень важной инициативой XXI века мирового уровня, в политическом и экономическом смысле. Это первый случай образования такого учреждения после второй мировой войны

без участия запада. Страны БРИКС не видят противостояния Международному Валютному Фонду. Новый банк развития будет рассматриваться как дополнительный источник финансирования для развивающихся стран. В наши дни страны нуждаются в дополнительном финансировании. Это будет отличным способом для перераспределения накоплений.

Новый банк развития должен быть коммерчески жизнеспособным. Бенефициарами выступают члены БРИКС и другие развивающиеся страны. Тревожный сигнал для мировых финансовых институтов для формирования более устойчивой системы управления.

Китай может доминировать в банке с его огромным вкладом, который зависит непосредственно от крупнейших валютных резервов КНР. Китай – 41 миллиард долларов, Бразилия, Индия и Россия по 18 миллиардов долларов каждая страна. Планируется подход демократический к правлению, каждая страна может получить равные права на голос. Его первый президентом будет представитель Индии, председателем Совета- россиянин, председателем совета директоров – представитель из Бразилии, региональный центр банка будет располагаться в ЮАР.

Страны БРИКС составляют 18 % мировой торговли и 40 % населения Земли, а также 24 миллиарда долларов совокупного ВВП. НБР не является заменой МВФ и Всемирному банку, но будет играть вспомогательную роль для удовлетворения потребностей развивающихся стран. Вступление для других стран будет открытым, но доля стран БРИКС должна быть не ниже 55 %. Эпоха монополии стран Запада (G7) закончится, при работе в полную силу НБР.

Пул валютных резервов будет составлять 100 миллиардов долларов США. Россия – 18 млрд. долларов, Китай – 41 млрд. долларов, Индия – 18 млрд. долларов, ЮАР – 5 млрд. долларов, Бразилия – 18 млрд. долларов.

Взаимоотношения МВФ и современной России.

Сотрудничество России с МВФ сыграло огромную роль в построении рыночной экономики и интеграции РФ в мировое сообщество. Именно МВФ стал катализатором в России экономических реформ в 1990-х гг. Благодаря

МВФ наладились международные финансово-экономические связи России и стал основным каналом для передачи мирового опыта.

Во-первых, МВФ оказывал большое влияние на российскую экономику до середины 1998 года, рассмотрение опыта и извлечения уроков из сотрудничества. А также выработка политики и прогнозирование дальнейших направлений. Сотрудничество рассматривалось как одним из приоритетных направлений деятельности фонда, но с течением нынешних обстоятельств затяжного спада экономики нашей страны стоит пересмотреть сотрудничество МВФ и России [1]. На днях Минэкономразвития опубликовал прогноз на 2015 год, который исходит из консервативных оценок, цена нефти 50 \$, сохранение экономических санкций в отношении России. Падение ВВП, а также высока инфляция. А среднегодовой курс доллара составит 61,5 руб. [2].

Во-вторых, членство в фонде позволило России не только получать кредиты, но и быстрее и глубже интегрироваться в мировое хозяйство. России после вступления в МВФ взяла на себя обязанности проведение денежно-кредитной и экономической политики, которая соответствует мировым стандартам. За последние 11 лет работы обе стороны редко приходили к единому выводу по ключевым вопросам. Их сотрудничество привело к системной перестройке экономики России и притоку иностранных инвестиций [3].

В настоящее время Россия стремится изменить порядок функционирования МВФ. Так как МВФ с годами стал не только инструментом поддержки, но и наоборот остановки экономик. Например, свод правил, который МВФ предъявляет к странам, обращающимся за помощью, Вашингтонский консенсус, приводит к тому, что страна может гасить проценты, но ее экономика тормозится, при которой возврат самих кредитов практически невозможен. Российская Федерация исключение, благодаря стечению благоприятных обстоятельств, смогли погасить эти кредиты. Требования Вашингтонского консенсуса ограничивают взаимодействия страны с другими странами, способными оказать поддержку развития экономики. В 2015 году

международный валютный фонд ожидает спад российской экономики на 3 %, прогноз отражает экономическое воздействие резкого снижения цен на нефть и усиления геополитической напряженности. Доля России в капитале международного валютного фонда составляет 2,71 % [4 статья] В МВФ входят представители 188 стран. 13 марта текущего года Россия осуществила платеж в рамках программы помощи Украине в сумме 17,5 \$ млрд. руб.

Сотрудничество России с МВФ стало важнейшим фактором довольно быстрой интеграции в мировую экономику. Россия была единственным государством, получившим статус ассоциированного члена перед вхождением в организацию. Это говорит об особом подходе фонда к российской экономике. Основным достижением сотрудничества можно считать, что России удалось избежать кризиса внешней задолженности. Сам фонд заинтересован в успешном реформировании экономики России. Сотрудничество носит больше позитивную окраску, чем отрицательную. Нельзя не отметить, что реформы, которые были осуществлены при правительстве Примакова и при президентстве Путина, были рекомендациями МВФ. Несмотря на временные разногласия, фонд добился цели поставить Россию на путь развития экономики.

Взаимоотношения МВФ и Китая.

Экономика КНР ориентирована на экспорт товаров широкого потребления, мировой кризис сказался на ней, так как произошел спад покупательной способности на рынках в мировом масштабе. КНР может занять третью или даже вторую строчку в МВФ по объему полномочий после США.

МВФ не стали использовать формулировку «существенно недооценен» в отношении китайского юаня. КНР добилась существенного сокращения балансового неравенства с помощью усиления потребительской активности внутри страны. Экономисты МВФ полагают, что юань недооценен на 5–27 %. Фонд старается избежать конфликтов с крупнейшим кредитором США, влияние которого растет. КНР также имеет существенное влияние в международном валютном фонде. В 2014 г. КНР купила бумаг фонда

на 50 млрд. долларов. Изменение риторики фонда является признаком успехов КНР в либерализации валютных курсов за последние несколько лет.

Китай располагает половиной мировых запасов валюты. Квота КНР при голосовании в МВФ составляет только 4 %, России – 2,5 %, а Индии – 2,44 %, тогда как доля США – 17,69 %.

Китай стремится убедить Международный валютный фонд утвердить китайский юань в качестве мировой резервной валюты наравне с долларом и евро. Такое решение явится признанием достижений второй по величине экономики мира, это позволит МВФ оказать помощь Китаю ослабить первенство доллара в мировом хозяйстве. У Китая имеются все возможности для необходимых условий.

В четвертом квартале 2015 г. МВФ проведет второй за десятилетний пересмотр корзины, которые рассматриваются членами организации для того, чтобы использовать в качестве своих официальных резервов. SDR представляет инструмент обмена международными валютными резервами зачисляемыми МВФ на счета стран-участниц. Для включения юаня в эту корзину КНР нужно соответствовать установленным Вашингтоном критериям международного кредитора и получить большинство голосов из 187 стран-членов МВФ. Для этого необходимо провести оценку объемов торговли товарами и услугами в юанях, а единственным препятствием являются разногласия касательно степени свободы использования валюты.

По данным SWIFT, китайская валюта в 2014 году стала мировой валютой номер два в финансировании торговли мирового хозяйства и опередил австралийский и канадский доллары, и вошел в 2014 году в пятерку основных мировых платежных валют. Юань используется в некоторых регионах и странах в качестве резервной валюты.

АИВ является частью изменяющегося мирового ландшафта и новые, и уже давно созданные стабильные финансовые институты способны отвечать вместе на глобальные вызовы. Азиатский банк, по ее словам, поспособствует

укреплению экономического роста не только Китая, но и других участников банка, расположенных по «старому» Шелковому пути.

Список литературы:

1. Деева А.И. Инвестиции: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Изд-во «Экзамен», 2009. – 436 с.
2. Нешиной А.С. Инвестиции: Учебник / А.С. Нешиной. – 6-е изд., перераб. и испр. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2010. – 372 с.
3. Иностранные инвестиции: учебное пособие / И.А. Заякина [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Старый Оскол: ТНТ, 2011. – 288 с.
4. Статья «Россия и БРИКС» – exrus.eu, дата публикации 10.04.2015.

ПРОБЛЕМАТИКА ВОССОЕДИНЕНИЯ СЕВЕРНОЙ И ЮЖНОЙ КОРЕИ

Черёмкина Туйара Айаловна

*студент Северо-восточного федерального университета им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Максимова Капиталина Лиусуновна

*научный руководитель зав. лаб. УНЛ «Бизнес-процессов в мировой экономике»
при кафедре МЭО, Северо-восточный федеральный университет
им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Прошло уже несколько десятков лет после освобождения Кореи от колониального господства, однако, полуостров до сих пор остается расколотым. Два независимых государства Северная и Южная Корея не могут найти путь для того, чтобы решить проблемы. За все это время было издано и подписано десятки, сотни инициатив, доктрин, и концепций, к сожалению, все это осталось на бумаге. Также эта проблема находится в центре внимания ООН. ООН считают, что в решении корейского вопроса, в обсуждении механизмов и путей объединения страны должны принять активное участие страны, непосредственно причастные к этой проблеме, а это – как известно, США, Россия и Китай.

Кроме того историография проблемы воссоединения четко показывает, что в связи с огромной ролью Америки в мировом хозяйстве, поиск путей решения этого конфликта учитывал всегда фактор влияния Америки.

Идеология господства Америки над всеми странами наблюдается и в XXI в. Для Американцев интересы других стран являются второстепенными по сравнению с интересами США. Представители стран ЕС жалуются на то, что США действует, учитывая только свое мнение. Мировоззрение, которое основывается с точки зрения национального духа. Усиление своего влияния посредством снижения влияния других стран мира.

Рассматривая стратегические интересы США на Корейском полуострове можно миссию американцев назвать как «Продвижение американских интересов в Азии». США рассматривают Корейский полуостров как пешек

в геополитической игре, прежде всего против Китая и России. Главным направлением своей внешней политики в XXI в. избрали Азиатско-Тихоокеанский регион. Цель тихоокеанской политики Вашингтона – сохранение мирового доминирования в условиях растущего влияния («подъема») Китая. Крупнейшим торговым партнером США является Республика Корея [1].

Сегодня в АТР сосредоточены главные для США вызовы XXI в.: подъем Китая, региональная нестабильность, связанная с ядерной угрозой со стороны КНДР. Полуостров является лучшей базой для отстаивания интересов в СВА (Северо-Восточная Азия) и в целом АТР (Азиатско-Тихоокеанский регион).

Американский принцип стратегического внедрения заключается в жертвовании подопечной страной своего суверенитета в обмен на помощь и защиту со стороны Соединенных Штатов. Они предприняли целый ряд мер по сдерживанию роста военного потенциала Республика Корея. Соединенные Штаты по-прежнему намерены держать в Корее многотысячный воинский контингент, мотивируя его нахождение там стремлением обеспечить безопасность в регионе и потенциальной угрозой со стороны КНДР.

Что будет если КНДР и РК объединятся?

После объединения Кореи и исчезновения КНДР американские войска в Корее потеряют главный козырь своего присутствия – наличие на Дальнем Востоке агрессивной и недемократической Северной Кореи, от которой США обязаны всех защищать.

Их правовая база, таким образом, ослабнет, в то время как объединенная Корея получит новый стимул для националистических чувств и может потребовать прекращения или заметного ослабления американского военного присутствия там.

Таким образом, можно прийти к выводу, что США отчасти заинтересованы в поддержании существования КНДР на определенном уровне и именно поэтому не торопятся с решительными мерами в отношении этой страны. Соединенные Штаты понимают, что Северную Корею загонять

в угол нельзя. Однако американцы не имеют представления о внутренних резервах или возможностях этой страны. Как следствие, они боятся действовать сами и, по крайней мере, ранее, предпочитали ждать, пока в условиях организованной ими экономической блокады КНДР постигнет острый экономический кризис, и они смогут прийти и диктовать ей свои условия», когда Северная Корея, растратив все свои резервы, будет вынуждена обратиться за внешней помощью» [2].

Стратегические интересы Китая в Северной Корее:

1. Крупнейший экономический спонсор Северной Кореи – Китай обеспечивает небольшую, но постоянную, экономическую помощь Северной Корее, и Пхеньян во многом зависит от продовольственных поставок и импорта энергоносителей оттуда.

2. Обеспечивает дипломатическую защиту от США – отношения основаны на расчетах Китая в собственной безопасности, развитие военного сотрудничества между Китаем и Северной Кореей.

3. В случае хороших отношений Китай может стать арбитром на корейском полуострове и сыграть важную роль в содействии по укреплению мира, что является концепцией Китая.

Улучшение отношений между КНДР и США воспринимается в Пекине двояко. Китайцы поддерживают этот процесс, рассчитывая на то, что изоляция Пхеньяна от внешнего мира закончится, напряженность на полуострове разрядится, и необходимость постоянного подкармливания КНДР упадет с китайских плеч.

Китай значительно больше опасается усиления американского политического влияния на Корейском полуострове и снижения собственного влияния в КНДР. Поэтому он сейчас усиливает свою поддержку КНДР, пытаясь построить свою политику так, чтобы развивать политические взаимоотношения с Южной Кореей и держать под контролем развитие северокорейско-американских отношений.

Стратегические интересы России.

Взаимовыгодные отношения с Республикой Корея, повышение эффективности ее участия в подъеме Сибири и Дальнего Востока – задачи, которая является «национальным приоритетом на весь XXI век.

Сегодня между Россией и Республикой Корея действует более 20 межправительственных документов, которые регламентируют двусторонние отношения по различным направлениям. Например, включая предотвращение опасной военной деятельности, а также сотрудничество в таких областях, как исследование космического пространства в мирных целях, взаимодействие в топливно-энергетической отрасли, реализация транспортных проектов, мирное использование атомной энергии, сотрудничество в гуманитарной сфере и т. д.

Товарооборот между странами в 2014 году составил 25 млрд долл., корейские инвестиции – 2,5 млрд долл., 600 корейских фирм и компаний работают на территории России.

Россия налаживает отношения с Китаем, Японией, Северной и Южной Кореей. Укрепление связей Москвы с Токио и Сеулом отвечает интересам КНР, тем самым Япония и Южная Корея ослабляют свою зависимость от США. Зависимость носит военный и геополитический характер. Корейский полуостров имеет стратегическое значение для России и Китая. Во время Корейской войны СССР и Китай разгромили американские войска, которые маскировались под силы ООН и вынудили США подписать соглашение о перемирии, однако США не смирились с этим и войска США в Южной Корее занимают выжидательную позицию [3].

Россия и Республика Корея имеют все объективные предпосылки для успешного развития взаимовыгодных торговых и экономических отношений. Несмотря на имеющиеся трудности, Южная Корея имеет уникальную возможность существенно укрепить свои позиции на российском рынке, а также в производственных и научных сферах сотрудничества. Это сотрудничество отвечает и национальным интересам России, а также целям поддержания относительной стабильности на Корейском полуострове.

Региональная безопасность продолжает дрейфовать в сторону дальнейшего обострения. Причиной является популяризация интересов ведущих мировых экономик – США и Китая. США хотят сдержать Китай, нарушить его связи с соседями и партнерами в АТР.

Вашингтон будет и дальше стремиться к максимальному ограничению региональных возможностей России по укреплению своей экономики. Поэтому российско-китайские отношения стратегического взаимодействия и партнерства будут и дальше развиваться, что отвечает не только взаимным интересам сторон, но и целям сохранения стратегического равновесия в регионе.

Без решения северокорейской ядерной проблемы трудно рассчитывать на стабильность в регионе. Но добиться такого решения возможно только в рамках шестисторонних переговоров на базе соблюдения принципов и выполнения обещаний. К сожалению, США по-прежнему грозят усилением блокады КНДР и объявляют об очередных военных маневрах совместно с Южной Кореей.

Интересы России состоят в сохранении мира и стабильности в Северо-Восточной Азии, приложении совместных усилий по созданию эффективного международного института безопасности в СВА, поддержании с учетом интересов сторон конструктивных отношений и взаимовыгодного сотрудничества со всеми государствами региона.

Соотношение сил Северной и Южной Кореи.

Население КНДР составляет 24 051 218 человек, первое место по числу военнослужащих на душу населения. С 2005 г. открыто заявили всему миру об обладании ядерным оружием. Военная техника в основном советского и китайского производства 1970-х годов, а также собственные образцы. Ежегодный военный бюджет составляет – 1,9 \$ млрд. Армия насчитывает 1 млн. 100 тыс. человек. В Южной Корее население – 49 024 737 человек, что превосходит население КНДР почти в два раза. Южнокорейская армия обучена американскими инструкторами и вооружена в основном американским

оружием. На территории Южной Кореи находятся американские войска: база и тренировочный лагерь американских войск размещены в Ёнсан-гу в Сеуле, военно-морская база есть в Чинхэ, военно-воздушные базы находятся в Кунсане, Сувоне и Пхёнхэке. А военные лагеря (их около 20) разбросаны по всей стране. В соответствии с договорённостями между правительствами Кореи и США некоторые военные базы в недалёком будущем будут закрыты [4, с. 5].

Соотношение вооруженных сил на корейском полуострове.

Армия КНДР имеет значительный численный перевес, однако, оснащена в значительной степени устаревшим вооружением советского производства [5].

Исходя из всего вышесказанного, можно прийти к такому выводу, что сближение Северной и Южной Кореи невозможно пока на юге находятся американские войска, которые не заинтересованы в их объединении. Рассматривают как пешек в геополитической игре прежде всего против Китая и России. При воссоединении Северной и Южной Кореи США потеряет свою базу для отстаивания своих интересов в СВА и АТР, так как целью тихоокеанской политики в XXI в. является сохранение мирового доминирования в условиях растущего влияния Китая

Для КНР примирение не выгодно, так как не хочет терять собственное влияние в КНДР. На данный момент Китай пытаются усилить свою поддержку пытаясь построить свою политику так, чтобы развивать политические взаимоотношения с Южной Кореей и держать под контролем развитие северокорейско-американских отношений.

Для России отвод американских войск с территории Южной Кореи оказало бы только положительное влияние, так как Вашингтон будет и дальше стремиться к максимальному ограничению региональных возможностей России по укреплению своей экономики. Поэтому российско-китайские отношения стратегического взаимодействия и партнерства будут и дальше развиваться, что отвечает не только взаимным интересам сторон, но и целям сохранения стратегического равновесия в регионе.

Без решения северокорейской ядерной проблемы трудно рассчитывать на стабильность в регионе. Но добиться такого решения возможно только в рамках шестисторонних переговоров на базе соблюдения принципов и выполнения обещаний. К сожалению, США по-прежнему грозят усилением блокады КНДР и объявляют об очередных военных маневрах совместно с Южной Кореей.

Таким образом, можно прийти к выводу, что интересы нашей страны состоят в сохранении мира и стабильности в Северо-Восточной Азии, а также совместные усилия, которые смогут создать эффективный институт безопасности в СВА. Поддержка с учетом интересов сторон конструктивных отношений и взаимовыгодного сотрудничества со всеми государствами региона. Воссоединение Южной и Северной Кореи станет новой страницей для экономики мира

Список литературы:

1. Отдел изучения международных отношений и проблем безопасности ИИАЭ ДВО РАН «Тихоокеанская Россия в планах и стратегиях государства Азиатско-Тихоокеанского региона», информационно-аналитическая бюллетень, 2013 г.
2. Daily.rbk.ru.
3. Financial magazine “The economist” – Together As One. The Inter-Korean Summit Talks.
4. Ria.ru.
5. National Statistic Office of ROK: Statistical Report of Korean Statistical Information System. November, 20. 2013 p. 14 – Информационные ресурсы Internet: Online. Available: <http://www.nso.go.kr/> November 20. 2013.

КОНЦЕПЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И ИХ ПОТОКИ

Чикина Светлана Николаевна

*студент Самарского Государственного Университета Путей Сообщения,
РФ, г. Самара*

Гогина Галина Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, проф.
Самарской Гуманитарной Академии,
РФ, г. Самара*

Денежные средства – совокупность различных активов, способных выступать средством платежа: деньги наличного оборота; деньги безналичного оборота (записи на счетах в банках); долговые обязательства, выступающие средством расчетов; срочные вклады (депозиты) и другие.

Также денежные средства являются наиболее ликвидной частью активов организации, частью ее оборотного капитала.

Часть перечисленных активов, не являющихся деньгами, в отчетности организаций группируется по степени их ликвидности, то есть способности превращаться в деньги.

В отечественной учетной практике информация о наличии и движении денежных средств предприятия отражается на соответствующих счетах Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации. А в международной учетно-аналитической практике к денежным средствам приравниваются так называемые эквиваленты денежных средств (cash equivalents). В международном стандарте финансовой отчетности МСФО 7 даны следующие определения денежных средств и их эквивалентов: «Денежное средство – наличные деньги и вклады до востребования. Эквивалент денежных средств – краткосрочные, высоколиквидные вложения, легко обратимые в определенную сумму денежных средств, подвергающиеся незначительному риску изменения ценности».

Денежный поток организации представляет собой совокупность распределенных во времени поступлений и платежей денежных средств, порождаемых ее хозяйственной деятельностью.

Пример элементов денежного потока:

- приток денежных средств, равный размеру денежных поступлений;
- отток денежных средств, равный размеру денежных платежей;
- сальдо (эффект), равный разности между притоками и оттоками.

Управление денежными потоками и их анализ базируются на теоретических концепциях, особое место среди которых занимает концепция временной ценности денег или ценности денег во времени. Смысл ее состоит в том, что денежная единица сегодня и денежная единица, ожидаемая к получению в будущем, неравноценны: сегодняшние поступления гораздо ценнее будущих.

Эта неравноценность определяется действием как минимум трех причин: инфляцией, которая приводит к обесцениванию денег, риском неполучения ожидаемой суммы денег и оборачиваемостью.

Также из принципа временной ценности денег вытекают два следствия:

- необходимость учета фактора времени при проведении финансовых операций (покупке и продаже ценных бумаг, осуществлении лизинга, реализации инвестиционных проектов, получении и погашении кредитов и др.);
- некорректность суммирования денежных величин, относящихся к разным периодам времени.

С помощью этих методов осуществляется приведение денежных сумм, относящихся к различным временным периодам, к требуемому моменту времени в настоящем или будущем. Методы наращивания и дисконтирования являются инструментарием для оценки денежных потоков. Оценка денежных потоков может выполняться в рамках решения двух задач.

Прямой, когда проводится оценка с точки зрения будущего, то есть реализуется схема наращивания.

Обратной, когда проводится оценка с точки зрения настоящего, то есть реализуется схема дисконтирования.

Под дисконтированием понимается приведение будущей стоимости денежных средств к настоящему моменту времени.

Таким образом, в первом случае движение денег идет от настоящего к будущему, а во втором – от будущего к настоящему (рис. 1.).

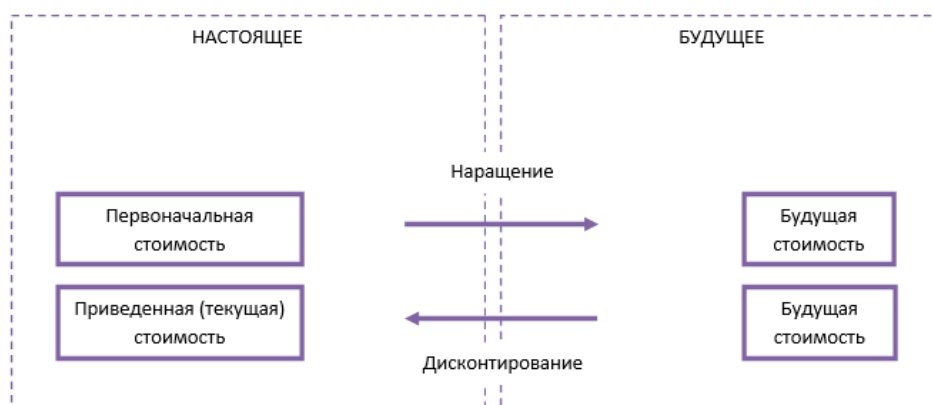


Рисунок 1. Оценка денежных потоков в финансовых вычислениях

В зависимости от количества элементов выделяют элементарные денежные потоки и денежные потоки, распределенные во времени.

Элементарный (простейший) денежный поток состоит из разовой денежной выплаты и последующего поступления или разового денежного поступления с последующей выплатой, когда имеет место комбинация двух операций – расходной и доходной (или доходной и расходной), происходящих в течение достаточно короткого промежутка времени.

Денежные потоки, распределенные во времени, состоят из множеств денежных выплат и поступлений.

В зависимости от оценки денежные потоки могут быть выражены в валюте Российской Федерации или в иностранной валюте.

В наиболее концентрированном виде классификацию денежных потоков по различным признакам можно представить в табличном виде (табл. 1).

Таблица 1.

Классификация денежных потоков предприятия

Классификационный признак	Наименование денежного потока
1. Масштаб обслуживания финансово-хозяйственных процессов (уровень управления)	1.1. Денежный поток предприятия;
	1.2. Денежный поток структурного подразделения;
	1.3. Денежный поток отдельной хозяйственной операции.
2. Вид финансово-хозяйственной деятельности	2.1. Совокупный денежный поток;
	2.2. Денежный поток текущей деятельности;
	2.3. Денежный поток инвестиционной деятельности;
	2.4. Денежный поток финансовой деятельности.

3. Направление движения	3.1. Входящий денежный поток; 3.2. Исходящий денежный поток.
4. Форма осуществления	4.1. Безналичный денежный поток; 4.2. Наличный денежный поток.
5. Сфера обращения	5.1. Внешний денежный поток; 5.2. Внутренний денежный поток.
6. Продолжительность	6.1. Краткосрочный денежный поток; 6.2. Долгосрочный денежный поток.
7. Достаточность объема	7.1. Избыточный денежный поток; 7.2. Оптимальный денежный поток; 7.3. Дефицитный денежный поток.
8. Вид валюты	8.1. Денежный поток в национальной валюте; 8.2. Денежный поток в иностранной валюте.
9. Предсказуемость	9.1. Планируемый денежный поток; 9.2. Непланируемый денежный поток.
10. Непрерывность формирования	10.1. Регулярный денежный поток; 10.2. Дискретный денежный поток.

Денежные средства играют важную роль во всем производственном цикле, обеспечивая стабильное функционирование и развитие коммерческих организаций. Для каждой коммерческой организации необходимо, чтобы денежных средств было достаточно в начале производственного цикла, а по завершению был обеспечен их значительный прирост. Только при таком условии будет обеспечен постоянный оборот денежных потоков, который обеспечит организации регулярный приток денежных средств, а это в свою очередь даст возможность генерировать денежные потоки в различные направления деятельности с целью развития бизнеса.

Список литературы:

1. Александер Д. Международные стандарты финансовой отчетности: от теории к практике Текст. / Д. Александер, А. Бриттон, Э. Йонсен. – М.: Вершина, 2012. – 888 с.
2. Бертонеш М., Найт Р. Управление денежными потоками. Текст. СПб.: Питер, 2011. – 240 с.
3. Кузнецова И.Д. Управление денежными потоками предприятия Текст: учебное пособие; под ред. А.Н. Ильченко / Иван. гос. хим.-технол. ун-т. Иваново, 2012. – 193 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ОБЩЕСТВЕННЫЕ
И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам XXVIII студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 9 (28)
Ноябрь 2015 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213

E-mail: mail@nauchforum.ru

