

НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

ЭКОНОМИКА,
УПРАВЛЕНИЕ И ФИНАНСЫ:
ПРИОРИТЕТЫ, ПРОБЛЕМЫ И
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ ПО МАТЕРИАЛАМ
МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**Экономика, управление и финансы:
приоритеты, проблемы и направления развития**

**Сборник научных трудов
по материалам Международной научно-практической конференции**

30 октября 2019 г.

УДК 33
ББК 65

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: Ю.О. Канаева

Экономика, управление и финансы: приоритеты, проблемы и направления развития: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, 30 октября 2019 г., Новосибирск: Профессиональная наука, 2019. – 126с.

ISBN 978-1-79472-487-7

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы развития экономической теории, экономики предпринимательства, природопользования, экономики труда и управления персоналом, учетно-экономических наук, государственного управления, менеджмента, маркетинга и т.д. по материалам Международной научно-практической конференции **«Экономика, управление и финансы: приоритеты, проблемы и направления развития»**, состоявшейся 30 октября 2019 г. в г. Новосибирск.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в сборник статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: PSDgraphics

УДК 33
ББК 65



- © Редактор Н.А. Краснова, 2019
- © Коллектив авторов, 2019
- © Lulu Press, Inc.
- © НОО Профессиональная наука, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ	5
Никулин В. Методы формирования и совершенствования организационной культуры в контексте достижения целей управления	5
СЕКЦИЯ 2. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ.....	12
Комарова А.С., Иващенко Н.С. Характеристики этапов жизненного цикла организации.....	12
СЕКЦИЯ 3. ФИНАНСЫ	16
Кокоулина Е.А. Организация предварительного финансового контроля, осуществляемого органами исполнительной власти в субъектах РФ	16
Савяк Н.Н. Финансовые аспекты продовольственной безопасности	22
СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИЕЙ	34
Бельтюкова С.М., Мокрушин В., Самойлов П. Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социально-экономическими отношениями	34
СЕКЦИЯ 5. МАРКЕТИНГ	43
Адрианова Т.С. Стратегии маркетинга и особенности их применения	43
Морозова Е. В. Продвижение товара с помощью ВТЛ- акции	48
Морозова Е.В. Разработка и совершенствование продвижения продукции на основе ВТЛ-технологий в системе маркетинга	51
СЕКЦИЯ 6. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	56
Баитова С.А. Особенности налогообложения и финансирования при строительстве многоквартирных жилых домов	56
Исмагилова А., Кропоткина О., Бельтюкова С.М. Налоговая система в цифровой экономике: новые взгляды и перспективы развития.....	72
Менгаязова Д., Тамарян Н., Бельтюкова С.М. Малый и средний бизнес как важнейший структурообразующий сектор экономики.....	78
Рысалиева М.Ш. Актуальные вопросы развития налоговой системы КР и ее гармонизации в рамках евразийской экономической интеграции	83
СЕКЦИЯ 7. ИННОВАЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ.....	89
Абилова С.Р. Методология исследования экономических рисков предприятия.....	89
Боровкова А. С. Сервисные инновации в системе управления отелем	93
Григорьева П.А. Управление бизнес-процессом «Транспортировка деталей «Втулка» в механосборочном цехе ПАО «ОДК-УМПО», функциональные модели бизнес-процесса	99
Карабчук Т.И. Современные проблемы российского менеджмента.....	105
Кудрявцева М.В. Лидерство как фактор успешности в условиях инновационной экономики	111
СЕКЦИЯ 8. НОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК	116
Курбонова З.М. Политическая стабильность Таджикистана как фактор безопасности региона	116

СЕКЦИЯ 1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

УДК 33

Никулин В. Методы формирования и совершенствования организационной культуры в контексте достижения целей управления

Methods of formation and improvement of organizational culture in the context of achieving management goals

Никулин Владимир Витальевич,

студент 4 курса, Высшая школа экономики, управления и права, направление 38.03.04
"Государственное и муниципальное управление"

Nikulin Vladimir Vitalievich,

4th year student, Higher School of Economics, Management and Law, direction 38.03.04 "State and Municipal Administration"

***Аннотация.** В статье автор рассматривает вопрос методов формирования и совершенствования организационной культуры в контексте достижения целей управления.*

***Ключевые слова:** организационная культура, методы.*

***Abstract.** In the article, the author considers the issue of methods of formation and improvement of organizational culture in the context of achieving management goals.*

***Keywords:** organizational culture, methods.*

Растущая конкуренция, давно выходящая за границы государств, предъявляет особые требования к позиционированию организации. Сегодня важен не только продукт (услуга), но и ценности, которые она транслирует во вне, привлекая к себе внимание. Эти ценности являются основой для организационной культуры, которая является неотъемлемой частью любого трудового коллектива, вне зависимости от признания её наличия руководителями и сотрудниками. Если руководитель признает её значение и стремится анализировать и совершенствовать установки и принципы взаимодействия сотрудников, он получает эффективный инструмент управления. В противном случае, стихийно развивающаяся организационная культура может стать существенным препятствием для достижения целей организации. Как справедливо отметил Э.Х Шейн «Если руководитель не будет знать культуры, в которой он укоренен, то не он будет управлять культурой, а она будет управлять им» [4, с. 34].

Под организационной культурой мы будем понимать комплекс ценностей, норм, правил, принятых в компании с целью адаптации к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды. Для того, чтобы использовать её возможности для решения управленческих задач, необходимо владеть методами формирования и развития культуры в организации.

Данное положение определяет как актуальность, так и содержание настоящей статьи. Далее мы представим основные методы формирования и развития организационной культуры, выявленные и систематизированные автором в ходе изучения теоретических источников и представленных в них результатов научных исследований. Отметим, что полученные выводы отражают как личные наблюдения, так и личный (производственный) опыт деятельности автора в современной организации

Первый рассматриваемый нами подход к организационной культуре основан на положениях теории Э. Шейна. Он заключается в применении различных методов в зависимости от этапов ее развития.[3]. В таблице 1 сопоставлены методы и этапы развития организационной культуры.

Таблица 1

Выбор методов управления организационной культурой в зависимости от этапа, процесса формирования и развития культуры

Этап	Задачи этапа	Актуальные методы
1. Подготовительный	Признание необходимости формирования организационной культуры	Анализ текущего состояния организации, выявление организационных проблем. Разработка и принятие управленческих решений
	Диагностика организационной культуры	Наблюдение, описание, анкетирование, экспертный опрос.
2. Основной этап: формирование организационной культуры	Регламентация элементов организационной культуры	Формализация организационных требований: разработка внутренних нормативных документов, утверждающих элементы организационной культуры
	Ознакомление персонала с элементами организационной культуры	Индивидуальные и групповые встречи, собрания, презентации, обсуждения. Электронная почтовая рассылка.
3. Развитие организационной культуры	Поддержка конструктивных ценностей и норм	Интеграция элементов орг. культуры в текущую работу организации через систему мотивации труда, программы адаптации
	Выявление и устранение деструктивных проявлений культуры	Наблюдение, контроль, анализ результатов работы организации и динамики кадровой структуры.

Как мы видим, процесс формирования организационной культуры условно можно разделить на три этапа. Подготовительный этап включает два мероприятия. Первое мероприятие заключается в принятии на высшем уровне решения о необходимости регламентации культуры в организации. Руководители должны признать значимость и роль культуры, определить ее цели, задачи, основные характеристики. Для данного этапа применимы методы анализа текущего состояния организации выявление организационных

проблем. Завершением данного мероприятия должно стать принятие управленческого решения в отношении вида и способов формирования организационной культуры. Управленческое решение может заключаться в кардинальном изменении сложившейся культуры или развитии и совершенствовании того, что есть.

Второе мероприятие подготовительного этапа включает диагностику организационной среды на предмет выявления существующих элементов культуры, норм, ценностей, образцов поведения, традиций и ритуалов. Этот этап необходим для того, чтобы формировать культуру на базе реальных, а не придуманных или навязанных организационных ценностей. Обязательное условие: ценности должны способствовать достижению целей организации и реализации её миссии. Если выявленные культурные элементы способствуют достижению целей – их уточняют, конкретизируют и закрепляют в качестве универсальных принципов. В противном случае элементы организационной культуры нуждаются в замене и корректировке.

Для реализации данного мероприятия применимы методы наблюдения, описания, анкетирования персонала, экспертный опрос неформальных лидеров и руководителей организации.

Второй этап предполагает формирование организационной культуры. Здесь происходит регламентация организационной культуры во внутренних нормативных документах. Такими документами могут быть: Корпоративный кодекс, Корпоративная этика или Положение об организационной культуре. Данный этап позволяет четко зафиксировать основные положения организационной культуры для их дальнейшего развития и трансляции по управленческим уровням. Методами формирования организационной культуры являются формализация результатов диагностики, разработка внутренних нормативных документов, утверждающих элементы организационной культуры [2].

После того, как элементы организационной культуры зафиксированы, необходимо ознакомить с ними персонал организации. Многие элементы (такие как нормы, правила, ценности), персоналу уже известны. Здесь важно показать, что такие проявления организационной культуры являются официальными и признаваемыми организацией. Традиции поддерживаются руководством, ценности реализуются в работе с клиентами и коллегами. На данном этапе организационная культура реализует свои функции, происходит установление норм и правил, трудовая адаптация, эффективная совместная работа, формирование благоприятного имиджа организации, содействие достижению организационных целей. Основными методами данного этапа являются индивидуальные и групповые встречи, собрания, презентации, обсуждения. Для информирования сотрудников организации также могут использоваться современные информационные технологии – почтовые рассылки.

Третий этап – этап развития – включает два мероприятия: поддержку конструктивных ценностей, выявление и устранение деструктивных элементов организационной культуры. С

целью поддержки конструктивных ценностей и норм предлагается использовать такие методы, как интеграция элементов организационной культуры в текущую работу организации, систему мотивации труда, программы адаптации.

В случае, если действующая культура полностью или частично не соответствует целям организации, необходимы менять элементы культуры, формировать новые ценности и нормы. Для этого используются методы наблюдение, контроль, анализ результатов работы организации, динамики кадровой структуры.

Применение обозначенных методов на каждом этапе формирования и развития организационной культуры способствует повышению эффективности управленческой деятельности за счет выявления и использования возможностей организационной культуры, а также предотвращения негативных проявлений культуры, снижающих общую результативность организации.

Следующий подход к выбору методов формирования и развития организационной культуры базируется на типологии организационных культур [1, с. 61]. В данном подходе тип организационной культуры определяется целью деятельности организации и основными ценностями. В таблице 2 представлены основные типы организационных культур и методы их формирования и развития.

Наиболее распространённой среди современных организаций является рыночная культура. Ключевой целью таких организаций является увеличение прибыли. Основные ценности включают финансовые показатели (прибыль, рентабельность), а также финансовую устойчивость и эффективность работы. Методы управления организационной культурой включают оптимизацию, поддержка только значимых ценностей и результативного трудового поведения, совершенствование системы мотивации труда.

Таблица 2

Методы управления организационной культурой в организации в зависимости от организационных целей, ценностей и типа организационной культуры

Тип организационной культуры	Цели	Ценности	Методы управления организационной культурой
Рыночная культуры	Повышение прибыли, адаптация к изменениям	Прибыль, рентабельность, финансовая устойчивость, эффективность	Оптимизация?, поддержка результативного поведения, мотивация труда
Традиционная культура	Обеспечение стабильности	Порядок, устойчивость, коллективизм,	Соблюдение иерархии власти, поддержание одобряемых ценностей.
Бюрократическая культура	Обеспечение порядка, реализация функций	Регламентация, формализация, порядок, единообразие действий, устойчивые правила	Установление четких, регламентированных правил, формализация ценностей,

Тип организационной культуры	Цели	Ценности	Методы управления организационной культурой
			жесткий контроль, субординация
Культура неформальных отношений	Благоприятный социально-психологический климат	Общение, доверие, совместный труд и отдых, эффективные коммуникации	Комлективные формы работы, командообразование, выявление и включение в систему управления неформальных лидеров
Культура собственности	Эффективное использование ресурсов (собственности)	Уважение к собственности, анализ доходности вложений, приоритет интересов собственника (акционера)	Выявление возможностей для повышения стоимости компании, использование личных ресурсов работников (интеллектуальных, трудовых, финансовых)
Культура роли	Сохранение устойчивой организационной структуры	Статус, положение в организационной структуре, качество выполняемых функций	Формирование и поддержка лояльности к организации, создание условий для карьерного роста.
Культура личности	Реализация личной харизмы руководителя	Индивидуализм, самостоятельность, ответственность.	Поощрение личных достижений, соблюдение границ работы и отдыха
Культура знаний	Освоение новых знаний, инновационное развитие	Профессиональный рост, развитие компетентности, работа в проектных группах	Создание условий для креативности, создания инноваций, гибкие формы организации труда

В традиционной культуре, характерной для промышленных предприятий (в особенности, предприятий оборонного комплекса, обеспечивающих выполнение государственного заказа), основная цель заключается в обеспечении стабильности работы. Организационная культура основана на таких ценностях, как порядок, устойчивость, коллективизм. Методами управления традиционной организационной культуры являются соблюдение иерархии власти, поддержание одобряемых ценностей.

Для органов власти, государственных и муниципальных бюджетных учреждений характерна бюрократическая организационная культура, основанная на ценностях регламентации, формализации, обеспечения порядка. В данной культуре применимы методы жесткого контроля регламентированных правил, соблюдения субординации, формализации ценностей. Однако отметим, что сегодня и в сфере государственного и муниципального управления происходят изменения: акцент на проектном управлении и командной работе определяют новые требования к сотрудникам.

Противоположность бюрократической организационной культуре составляет культура неформальных отношений. Данная культура характерна для партнерских организаций, малых организационных форм, где присутствуют устные правила и нормы, ценится общение, доверие, совместный труд и отдых. Управление неформальной культурой предполагает использование

методов командообразования, коллективных, проектных форм работы, а также выявления и включения в систему управления неформальных лидеров.

Культура собственности характерна для организаций, основанных на праве владения ресурсами, например, акционерных обществ. Для таких организаций основной целью является эффективное использование ресурсов. Методы управления организационной культурой включают выявление возможностей повышения стоимости компании за счет эффективного использования организационных ресурсов, в том числе, интеллектуальных, трудовых, финансовых ресурсов.

Близка к типу бюрократической культуры культура роли. Она также ориентирована на сохранение устойчивой организационной структуры, защиту социального статуса и качество выполнения трудовых функций. Отличие культуры роли от бюрократической культуры заключается в недостаточной регламентации элементов организационной культуры. Методы управления организационной культурой роли включают формирование и поддержку лояльности персонала к организации, создание условий для карьерного роста.

Организационная культура, основанная на харизме руководителя, определяется как культура личности. Методами управления данной культуры являются поощрение личных достижений, соблюдение границ работы и отдыха, а также поддержка таких ценностей, как индивидуализм, самостоятельность и ответственность.

В современном постиндустриальном обществе все чаще появляются организации с культурой знаний. Это инновационные предприятия, использующие новые формы труда, ценящие профессионализм, компетентность и гибкость сотрудников. Основными методами управления организационной культурой в таких предприятиях являются создание условий для формирования и использования новых знаний для решения практических и экономических задач.

Культура знания отражает объективные потребности в компетентных сотрудниках, поэтому является, по мнению автора, наиболее востребованной и универсальной для современного общества. Таким образом, эффективное использование организационной культуры предполагает выбор методов формирования и развития культуры. Для того, чтобы выбрать оптимальный метод, необходимо учитывать этап процесса формирования, а также тип организационной культуры. Результатами применения комплекса методов формирования и развития организационной культуры является полноценное использование потенциала организации и достижение целей предприятия.

Библиографический список

- 1 Грудистова, Е.Г. Практические методы формирования и развития организационной культуры [Текст] / Е.Г. Грудистова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - 2016. - Т. 2. - № 4. - С. 60-67.
- 2 Коновалова, В.Г. Управление организационной культурой. Учебно-практическое пособие [Текст]/ Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: Проспект. - 2015. - 68 с.
- 3 Одинцова О.Н. Организационная культура: сущность и методология анализа Э. Шейна [Текст]/ О.Н. Одинцова// Экономика и современный менеджмент: теория и практика. - 2014. - №42. - С. 59-63.
- 4 Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство [Текст]/ / Э.Х. Шейн. Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. — СПб: Питер, 2002. — 336 с.

СЕКЦИЯ 2. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

УДК 338.45

Комарова А.С., Иващенко Н.С. Характеристики этапов жизненного цикла организации

Characteristics of the stages of the organization's life cycle

Комарова Анастасия Сергеевна,

Магистрант,

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

Иващенко Наталия Сергеевна,

Кандидат экономических наук, доцент кафедры Коммерции и сервиса,

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

Komarova Anastasya Sergeevna,

Master student,

Russian state University after A.N. Kosygin

Ivashchenko Natalya Sergeevna

Ph.D., Associate Professor, Department of Commerce and Service,

Russian state University after A.N. Kosygin

Аннотация. Знание этапа жизненного цикла организации позволяет правильно определить стратегию ее развития, учесть риски, избежать старения организации и ухода ее с рынка. Описание основных характеристик жизненного цикла организации необходимо для разработки метода определения этапа ЖЦО, основой которого может быть шкала утверждений, характерных для того или иного этапа ЖЦО

Ключевые слова: организация, модель, жизненный цикл, этапы, характеристика, метод определения

Abstract. Knowing the stage of the organization's life cycle allows organizations to correctly determine the strategy for its development, take into account risks, avoid the aging of the organization and its departure from the market. A description of the main characteristics of the organization's life cycle is necessary to develop a method for determining the stage of the life cycle, the basis of which can be a scale of specific statements for this or that stage of the life cycle

Keywords: organization, model, life cycle, stage, characteristic, method for determining

Каждой организации необходимо знать на какой стадии развития она находится для выработки правильной стратегии и тактики поведения на рынке. Для определения стадий развития, в менеджменте существует понятие «жизненный цикл организации».

Наиболее популярными являются модели И. Адизеса и Л. Грейнера. Модель Л. Грейнера больше применима к большим организациям, она является базовой. Модель И. Адизеса сформирована на основе модели Л. Грейнера, но И. Адизес рассматривает жизненный цикл организации более обширно и добавляет проблемы на различных этапах жизни организации.

Необходимо систематизировать подходы различных авторов к разделению стадий жизненного цикла организации и сравнить их в таблице 1.

Таблица 1

Сравнение подходов различных авторов к ЖЦО

Авторы	Стадия рождения	Стадия юности	Стадия зрелости	Диверсификация	Спад
А. Даун	Борьба за автономию	Стремительный рост	Замедление	-	
Г. Липпитт и У. Шмидт	Рождение	Юность	Зрелость	-	
Б. Скотт	Управление в руках одного человека	Функциональная специализация	-	Диверсифицированные продуктовые рынки, поиск новых возможностей для роста	
Л. Грейнер	Рост через творчество	Рост через управление Рост через делегирование	Рост через сотрудничество	Рост через координирование	
Д. Кац и Р. Кан	Стадия простых систем	Стадия стабильности	Стадия совершенствования структуры		
И. Адизес	Ухаживание Младенчество	Давай-давай Юность	Расцвет Поздний расцвет		Аристократизм Салем сити Бюрократизация Смерть
Д. Миллер, П. Фризен	Рождение	Рост	Зрелость		Упадок
Э.М. Коротков	Эксплерентная (рождение и формирование)	ПатIENTная (завоевание рынка); Виолетная (достижение устойчивости)	Коммутантная - дальнейшее совершенствование теряет смысл. Структура имеет тенденцию к упрощению, свертыванию (упадок, старение)		Леталентная - деструктуризация фирмы, прекращение ее существования в прежнем виде (диверсификация, прекращение деятельности)

Проанализировав таблицу 1, можно определить, что у большинства авторов отсутствует стадия спада. У Скотта отсутствует стадия зрелости, а у Адизеса самая обширная классификация.

Также проанализировав основные модели этапов жизненного цикла различных авторов, можно систематизировать стратегии по основным стадиям (таблица 2).

Таблица 2

Характеристика различных стадий ЖЦО

Характеристики различных стадий	Стадия рождения	Стадия юности	Стадия зрелости	Поздний расцвет	Спад
Стратегия развития	Силовая, приспособительная стратегия или нишевая стратегия, обеспечивающая выход на рынок	Стратегия дифференциации и проникновения на новые рынки	Стратегия минимизации издержек, сохранение доли рынка	Сохранение существующей доли рынка, стратегия совмещения минимизации издержек и дифференциации	Стратегия концентрации, увеличения отдачи
Бизнес-задачи	Выявление ниши Приобретение ресурсов Устранение структуры задач	Объемы производства Возможность расширения Установление операционных систем	Достижение прибыли Контроль издержек Установление системы менеджмента	Расширение границ рынка	Возрождение
Возраст	Молодая	Юная	Зрелая	Зрелая	Любой возраст
Темп роста	Медленный менее 10%	Быстрый более 15%	Медленный Менее 15%	быстрый более 15%	Снижение роста

Подведя итог можно определить, что основными характеристиками, которыми обладает организация на различных этапах жизненного цикла организации являются:

- Стадия рождения характеризуется борьбой за выживание в условиях постоянного кризиса, поэтому невозможно эффективно управлять предприятием. В отсутствие опыта любая ошибка в дизайне продукта, стратегии продаж, организации сервиса или финансовом планировании может иметь крайне негативные последствия. Главной целью является краткосрочная прибыль.
- На стадии юности организация все больше набирает силу, налаживается планирование, происходит прогнозирование расходов и доходов, увеличивается приток новых сотрудников, увеличивается объем производства, снижаются издержки. Главной целью является ускоренный рост и прибыль.
- На стадии зрелости уровень продаж стабилизируется, рост замедляется. Организация занимает лидирующее положение на рынке, также имеет место пик продаж. Главной целью является сбалансированный рост и максимизация прибыли.
- На стадии поздний расцвет компания теряет дух креативности, инновационность и энтузиазма для изменений, которые приобрела на стадии "расцвета". Переход на следующую стадию происходит незаметно. Главной целью является формирование имиджа.

- На стадии спада компания теряет конкурентоспособность, продажи и прибыль ее снижаются. Решения в компании становятся более консервативными. Компания отказывается от любых инноваций и не хочет идти даже на минимальный риск. Главной целью является сохранение достигнутых результатов.

Описание основных характеристик жизненного цикла организации необходимо для разработки метода определения этапа ЖЦО, так как продолжительность этапов весьма неоднозначна у разных компаний, и определение этапа часто носит затруднительный характер. Основой такого метода может быть шкала утверждений, характерных для того или иного этапа ЖЦО.

В свою очередь, знание этапа жизненного цикла организации позволяет руководству правильно определить стратегию развития компании, учесть возникающие риски, избежать старения организации и ухода ее с рынка.

Библиографический список

1. Нестеров А.К. Жизненный цикл организации [Электронный ресурс] // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru - Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/zhiznennyi-cikl-organizacii.html> - (Дата обращения: 19.11.2018)
2. Кузнецов Ю.В., Мелякова Е.В. Теория организации. – М.: Юрайт, 2013. Тренев Н.Н. Стратегическое управление. – М.: Инфра-М, 2012.
3. Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации. – М.: Кнорус, 2011.

СЕКЦИЯ 3. ФИНАНСЫ

УДК 33

Кокоулина Е.А. Организация предварительного финансового контроля, осуществляемого органами исполнительной власти в субъектах РФ

Organization of preliminary financial control exercised by Executive authorities in the subjects of the Russian Federation

Кокоулина Елена Анатольевна,

Магистрант направления подготовки «Государственный аудит»
кафедры Государственное и муниципальное управление

факультет Менеджмента и сервиса,

Вятский государственный университет

Kokoulina Elena Anatolyevna,

Master's degree in «State audit»

Department of state and municipal administration

Faculty of Management and service,

State university of Vyatka

***Аннотация.** Данная статья посвящена организации предварительного финансового контроля за использованием бюджетных средств на уровне субъектов Российской Федерации, его роли в эффективном, результативном и целевом использовании средств.*

***Ключевые слова:** предварительный финансовый контроль, расходы, личные счета, санкционирование.*

***Abstract.** This article is dedicated to the organization of preliminary financial control for the use of budget funds at the level of the subjects of the Russian Federation, its role in the effective, efficient and targeted use of funds.*

***Keywords:** preliminary financial control, expenses, personal accounts, authorization.*

В настоящее время контроль за целевым и эффективным использованием бюджетных средств является главной задачей органов, осуществляющих государственный финансовый контроль. На всех уровнях государственной власти существует необходимость контроля за исполнением мероприятий, которые осуществляются за счет бюджетных средств, и за их результатом. Финансовый контроль необходим в течение всего периода реализации мероприятий с целью недопущения нецелевого и неэффективного расходования бюджетных средств.

В связи с этим, на региональном уровне первостепенное значение стал приобретать предварительный финансовый контроль.

Система исполнения бюджетов в субъектах РФ выстроена на принципе единства кассы, который подразумевает проведение всех кассовых выплат с единого счета бюджета.

Исполнение бюджета по расходам производится в соответствии с порядком, установленным финансовым органом соответствующего субъекта с обязательным соблюдением требований, установленных Бюджетным Кодексом Российской Федерации. «Исполнение бюджета по расходам предусматривает: принятие и учет бюджетных и денежных обязательств; подтверждение денежных обязательств; санкционирование оплаты денежных обязательств; подтверждение исполнения денежных обязательств» [1].

Прием бюджетных обязательств осуществляется получателем бюджетных средств в пределах доведенных до него лимитов бюджетных обязательств. Бюджетные обязательства формируются получателем из заключенных государственных контрактов, договоров, соглашений. Денежные обязательства подтверждают факт оплаты получателем за счет бюджетных средств заключенных контрактов, договоров, соглашений на основании платежных и иных документов.

Финансовые органы субъектов Российской Федерации производят постановку на учет бюджетных и денежных обязательств, проводят санкционирование оплаты денежных обязательств и осуществляют контроль за:

- принятием бюджетных обязательств получателем средств в пределах доведенных лимитов бюджетных обязательств;
- принятием денежных обязательств в соответствии с поставленными на учет бюджетными обязательствами;
- проведением платежа, соответствующего принятому денежному обязательству, а также наличием документов, подтверждающих поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг.

В Кировской области исполнение бюджета, расходы бюджетных, автономных учреждений, иных получателей субсидий из бюджета, осуществляются через учет операций, проводимых на лицевых счетах, открытых в министерстве финансов Кировской области, в соответствии с установленным им порядком. Получатели средств и открытые им лицевые счета в министерстве финансов Кировской области представлены на рисунке 1.

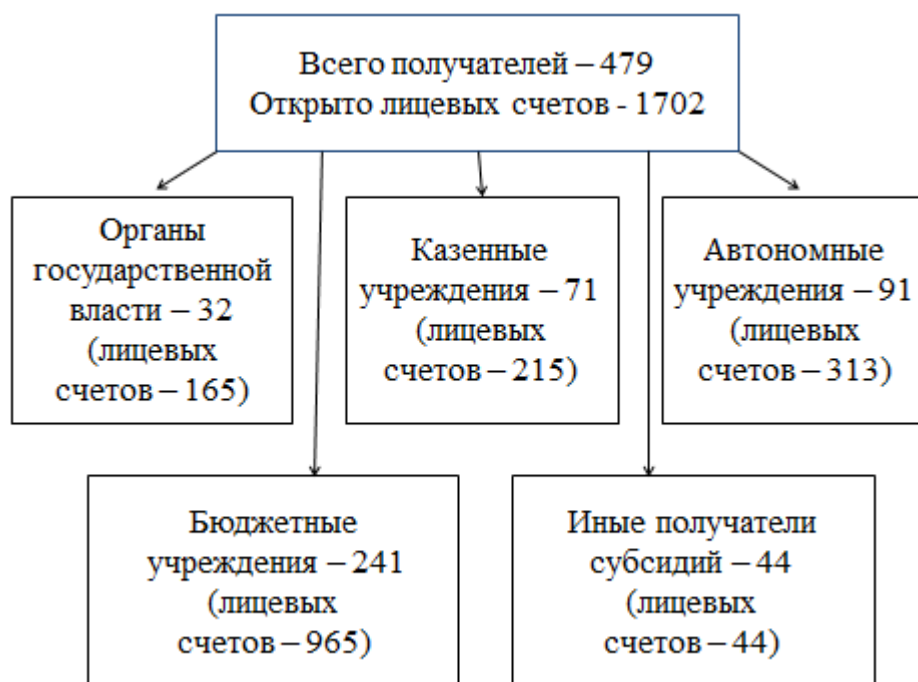


Рисунок 1. Получатели средств и открытые им лицевые счета в министерстве финансов Кировской области

На открытых в министерстве финансов лицевых счетах учитываются такие источники финансирования, как: средства областного бюджета, средства обязательного медицинского страхования, средства по приносящей доход деятельности.

К полномочиям министерства финансов относится проведение предварительного финансового контроля и санкционирование операций по расходам областного бюджета.

«Предварительный контроль осуществляется в целях предупреждения и пресечения бюджетных нарушений в процессе исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации» [1].

Проведение предварительного контроля и санкционирование оплаты денежных обязательств (расходов) органов государственной власти Кировской области, областных государственных учреждений, иных получателей субсидий из областного бюджета организовано следующим образом. Организация, получающая средства из областного бюджета, представляет в министерство финансов на проверку платежные поручения и документы, служащие основанием для проведения кассовых выплат: контракт (договор) на поставку товаров, работ, услуг, счет и (или) счет-фактуру, товарно-транспортную накладную, акт приема-передачи, акт выполненных работ (оказанных услуг). Для оплаты строительства, реконструкции, капитального и текущего ремонта объектов перечень документов расширен, на проверку дополнительно представляются справки о стоимости выполненных работ и затрат (формы №

КС-3, сводные, объектные и локальные сметные расчеты стоимости строительных работ. Кроме того, в законе области об областном бюджете на текущий год ежегодно закрепляется норма об отсутствии авансирования по таким видам работ, как текущий и капитальный ремонт, реконструкция и строительство. Данная норма введена в целях эффективного использования бюджетных средств.

В результате предварительного контроля за расходами областного бюджета за 2018 год возвращено без исполнения порядка 16 тысяч платежных документов на сумму около 1 млрд. рублей. Основные причины, по которым были отказаны платежные документы – это неправильное оформление платежных документов, несоблюдение проводимых расходов бюджетной смете, неполное представление оправдательных документов, несоответствие проводимой операции коду классификации расходов. Анализ возвращенных платежных поручений по областному бюджету за 2015 – 2018 года и 9 месяцев 2019 года представлен в таблице 1.

Таблица 1

Анализ возвращенных платежных поручений по областному бюджету

Наименование	2015 год		2016 год		2017 год		2018 год		9 месяцев 2019 года	
	количество (тыс. штук)	сумма (млрд. руб)	количество (тыс. штук)	сумма (млрд. руб)	количество (тыс. штук)	сумма (млрд. руб)	количество (тыс. штук)	сумма (млрд. руб)	количество (тыс. штук)	сумма (млрд. руб)
Принято	668,1	42,4	729,1	44,7	731,9	48,8	802,7	62,1	625,2	46,9
Возвращено	13,7	689,9	20,4	609,6	13,6	452,6	15,8	967,1	16,4	692,0
в т.ч. нецелевое использование	0,3	17,8	0,2	8,7	0,2	15,5	0,2	93,2	0,2	8,2

На особом контроле в министерстве финансов находится оплата строительных работ.

В 2018 году прошли процедуру контроля расходования средств областного бюджета и средств межбюджетных трансфертов, направленных на капитальное строительство, ремонтно-строительные работы 462 платежных документа.

Отказано в исполнение 59 платежных документов в связи с нарушением требований законодательства в сфере строительства в части документального оформления (комплектности) результатов выполнения строительных (ремонтно-строительных) работ.

Недостатком предварительного финансового контроля является то, что не все денежные обязательства санкционируются, контроль осуществляется камерально, то есть по

представленным документам. Фактическое получение товара, услуги, работы проверить таким образом невозможно.

Также, в ходе проведенных в рамках последующего контроля проверок расходования средств на строительство, реконструкцию, капитальный и текущий ремонт объектов капитального строительства отмечены факты некачественного составления проектно-сметной документации, отсутствия контроля при приемке работ. Необходимо отметить, что при проведении предварительного контроля обеспечить проверку качества проектно-сметной документации, соответствия принятых и подлежащих оплате работ с фактически выполненными невозможно. Данные факты отражаются на эффективном и результативном использовании бюджетных средств.

В связи с этим, подходы к проведению контроля постоянно совершенствуются и закрепляются законодательно.

Так, в целях контроля за использованием бюджетных средств, направленных на такие виды работ как строительство и ремонт, Законом Кировской области от 18.12.2018 № 210-30 «Об областном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов» в 2019 году условием для оплаты расходов является проверка достоверности определения сметной стоимости строительства, реконструкции, капитального и текущего ремонта объекта капитального строительства, а также проведение строительного контроля в процессе строительства, реконструкции, капитального ремонта объектов капитального строительства, выполненные специализированными организациями.

Данные условия распространяются на все средства областного бюджета, и направлены на усиление контроля за эффективностью расходования бюджетных средств.

Кроме того, порядком санкционирования расходов областного бюджета предусмотрено дополнительное требование в части представления результатов фото-фиксации этапов выполнения строительных работ, предусмотренных государственными контрактами (договорами).

Подводя итог, можно сделать вывод о существенной значимости и актуальности организации предварительного финансового контроля, осуществляемого министерством финансов. При качественно проведенном контроле документов на перечисление бюджетных средств, практически исключается вероятность их использования не по целевому назначению.

В целях предотвращения финансовых нарушений и усиления предварительного контроля, возможно, проработать вопрос казначейского сопровождения средств, направляемых на строительство или реконструкцию объектов, а также проведение профилактической методической работы с бюджетополучателями по вопросам целевого, эффективного и результативного расходования бюджетных средств.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 31.07.1998 № 145-ФЗ : ред. от 02.08.2019 // Российская газета. 1998. № 153 – 154. Доступ из справ.-поиск. системы «КонсультантПлюс».
2. Об областном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов [Электронный ресурс] : Закон Кировской области от 18.12.2018 № 210-30 : ред. от 03.10.2019 // Доступ из справ.-поиск. системы «КонсультантПлюс».
3. Об утверждении Порядка санкционирования оплаты денежных обязательств (расходов) [Электронный ресурс] : Распоряжение министерства финансов Кировской области от 13.05.2016 № 51 : ред. от 27.12.2018 // Доступ из справ.-поиск. системы «КонсультантПлюс».
4. Об утверждении Порядка исполнения областного бюджета по расходам и по источникам финансирования дефицита областного бюджета [Электронный ресурс] : Распоряжение министерства финансов Кировской области от 10.12.2018 № 82 // Доступ из справ.-поиск. системы «КонсультантПлюс».

УДК 33

Савяк Н.Н. Финансовые аспекты продовольственной безопасности

Financial aspects of food security

Савяк Наталья Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Сибирский Федеральный Университет, Красноярск

Savyak Natalia Nikolaevna

1. PhD in Economics, Associate Professor

Siberian federal University, Krasnoyarsk

Аннотация. В статье отмечается актуальность исследований, связанных с анализом и оценкой уровня продовольственной безопасности Российской Федерации. Представлено определение понятия продовольственной безопасности. На сегодняшний момент продовольственная безопасность рассматривается как одно из главных условий модернизации экономики и одним из основных показателей конкурентоспособности государства. В статье представлен сравнительный анализ уровня продовольственной безопасности России и зарубежных стран. На основе анализа выявлены сильные и слабые стороны финансового обеспечения продовольственной безопасности России, определены основные проблемы, препятствующие финансированию мероприятий по повышению уровня продовольственной безопасности в России и предложены пути решения поставленных проблем.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционные источники, иностранные инвестиции, эмиссионная деятельность, вывоз капитала.

Abstract. The article notes the relevance of research related to the analysis and assessment of level of food security of the Russian Federation. The definition of food security. Today level of food security is considered as one of the main conditions for the modernization of the economy and one of the main indicators of competitiveness of the state. The article presents the comparative analysis of level of food security of Russia and foreign countries. Based on the analysis, the strong and weak points of financial provision of food security of Russia have been identified, the main problems hindering the development of financing of measures to improve food security in Russia have been revealed, and the solutions to the problems of the state have been proposed.

Keywords: investment, investment sources, foreign investments, emission activities, outflow of capital.

Финансовые аспекты продовольственной безопасности

Одной из основных внешних угроз продовольственной безопасности РФ можно назвать низкую конкурентоспособность российского рынка продовольствия. Данная угроза возникла из-за открытости национального рынка и российской экономики в целом. Несомненно, что ни одно государство, каким бы оно не было развитым и способным обеспечить себя самостоятельно, не способно существовать обособлено. На протяжении веков народы, участвовавшие в международном разделении труда, заметно выигрывали на фоне тех, кто этого не делал. Для России же поспешная либерализация внешнеэкономической деятельности в области продовольствия привела лишь к негативным последствиям: увеличению продовольственной зависимости и потере внутренних рынков для отечественных

производителей.

Демпинговые цены, которые выдают за мировые, являются главным инструментом захвата российского продовольственного рынка. В России они фактически в 3-4 раза ниже, чем в странах-импортерах. Такое снижение цен становится возможным благодаря наличию экспортных субсидий, скидок на крупные оптовые закупки, а также распродажам запасов, накопленных в процессе государственной скупки излишков сельскохозяйственной продукции. Несомненно, что в большинстве случаев низкая цена соответствует низкому качеству товара. Рост доли импортного продовольствия в общем объеме потребляемых продуктов питания – это серьезная угроза продовольственной безопасности, а как следствие и всей национальной экономической безопасности.

Во-первых, зависимость от колебаний конъюнктуры мирового рынка продовольствия усиливает нестабильность национального рынка. Резкое повышение цен на импортные продукты или полное прекращение их поставок могут стать последствиями форс-мажорных обстоятельств, таких, например, как пожары или неурожай.

Во-вторых, учитывая исключительное значение продовольствия для сохранения жизнедеятельности населения, присутствует риск различных форм ценового давления со стороны стран-экспортеров с целью извлечения различного рода выгод: экономических или политических.

Что касается вступления России во Всемирную торговую организацию (ВТО), то это вызвало массу критических отзывов от представителей агропромышленного комплекса, которые заранее предсказали большие трудности для реального сектора экономики: крупные потери для регионов со слабо диверсифицированной экономикой и низким уровнем производительности труда в сельском хозяйстве, закрытие неэффективных крестьянских хозяйств и предприятий пищевой промышленности, рост безработицы и другие социальные проблемы. Основатели ВТО, США и Европейский Союз, на момент создания данной организации имели одно существенное преимущество, которого не имела Российская Федерация. Этими странами к моменту создания ВТО был достигнут уровень продовольственной самообеспеченности. Главной задачей для США и ЕС в таких условиях было создание мирового сельскохозяйственного рынка с минимальным уровнем государственного вмешательства. Россия же приняла поспешное решение и присоединилась к ВТО, приняв ее требования, когда уровень обеспечения страны продовольственными товарами был не выше 70-80% от требуемого в соответствии с нормами продовольственного обеспечения. Логично предположить, что недостающая часть компенсировалась импортом, еще больше наращивая зависимость от иностранной продукции.

В рамках ВТО Россией также было подписано Соглашение по сельскому хозяйству. В рамках данного Соглашения оговариваются три типа государственной поддержки

агропромышленного комплекса: зеленая, желтая и голубая «корзины». При этом размер поддержки определяется не интересами роста производства, а тем, оказывают ли данные меры искажающее воздействие на международную торговлю.

«Зелёная корзина» – самый лояльный тип поддержки, включающий государственные программы, косвенно влияющие на рост производства. Такие программы не ограничиваются. К ним может относиться поддержка по созданию и поддержанию инфраструктуры, развитию науки и образования в области сельского хозяйства, страхование доходов сельскохозяйственных производителей или компенсации им в случае стихийных бедствий. Главной особенностью «зеленой корзины» является то, что такая поддержка не может иметь своим последствием поддержку цен производителей.

«Жёлтая корзина» представляет собой такие меры государственной поддержки, которые стимулируют производство и торговлю. Это совокупные меры поддержки (СМП) – поддержка цен, финансирование производителей сельскохозяйственной продукции из расчёта на единицу земельных угодий или на количество животных, на средства производства и кредитные программы. Такие меры должны поэтапно сокращаться. За основу же, с которой начинается программа снижения мер поддержки, берётся трёхлетний период, предшествующий присоединению страны к ВТО. Проблемой для России является то, что именно такие формы и методы поддержки АПК преобладают в нашей стране. Так, в отечественном животноводстве вплоть до последнего времени широко использовались такие запрещённые в рамках ВТО формы поддержки как: дотации (субсидии) на комбикорма, льготное кредитование сельскохозяйственных производителей за счёт средств федерального и регионального бюджетов, включая списание и пролонгацию долгов, ценовая поддержка компенсации разницы между закупочной и рыночной ценой на сельскохозяйственную продукцию и многие другие.

«Голубая корзина» подразумевает меры, которые способны ограничивать производство с целью повышения цен до выгодных производителям. В России на данный момент такие меры не применяются, а распространены, в основном, в ЕС.

Также на России негативно сказалось Соглашение об исключении системы квотирования как фактора регулирования продовольственного рынка. В первую очередь пострадал рынок мясной продукции. Применяемая до вступления в ВТО система квотирования защищала отечественный мясной рынок от иностранной конкуренции. Утрата такого защитного барьера привела к снижению цен на мясную продукцию и снижению доходности отечественного сельхозпроизводителя, а как следствие и к снижению конкурентоспособности животноводческой отрасли в целом. Только в связи с ответными мерами, введенными Россией вслед за санкциями, объем импортного продовольствия сократился до 40 млрд долл. в 2014 году и до 25 млрд долл. в 2017 году. Однако, это было достигнуто во многом в силу

запретительных мер, что поставило остро вопрос о необходимости дальнейшего увеличения производительности труда сельхозпроизводителей, чтобы вновь не столкнуться с опасностью роста импорта при отмене эмбарго.

Внутренние угрозы в свою очередь несут не менее разрушительное воздействие на продовольственную безопасность страны.

Россия – самая большая страна в мире, которая возглавляет список самых землеобеспеченных стран. Общая площадь страны равна 1708 млн. га, и, в среднем, на каждого жителя приходится 11,6 га. Однако, несмотря на большие территории, земельных угодий, пригодных для сельского хозяйства и жизни человека не так уж и много. Причиной этому являются особенности географического положения: климатические условия и прочие особенности природы, ограничивающие развитие сельского хозяйства.

Кроме того, Россия является самой холодной и северной страной. Большая часть (3/4) территорий – зона холодного арктического и умеренного поясов, получающая малое количество солнечного тепла и света. По этой причине 60% территории страны (или 100 млн км²) занимает вечная мерзлота. На западной территории России преобладает континентальный климат, при этом континентальность климата усиливается с запада на восток. Для такого климата свойственна холодная зима с обильными снегопадами и относительно влажное теплое лето. За Уралом, в Сибири и на большей части Дальнего Востока климат резко континентальный. Он характеризуется значительным перепадом сезонных температур и пониженным количеством годовых осадков. Кроме общей суровости природы возможности земледелия ограничиваются наличием огромной площади вечной мерзлоты. Южные территории (Северный Кавказ, юг Урала, Поволжья и Сибири) являются территориями засушливыми, в то время как северные и северо-западные переувлажненными. Сказываются резкие различия в испаряемости. В итоге почти вся территория страны находится в зоне рискованного земледелия. Лишь 222 миллиона гектаров могут быть использованы в сельском хозяйстве.

Невозможно выращивание большого количества многолетних культур, большая часть пастбищ приходится на низкопродуктивные тундровые угодья. Таким образом, лишь около 7,6% территорий являются землями с очень благоприятными условиями для сельского хозяйства. К таким территориям можно отнести Северный Кавказ, Среднее Поволжье и Центрально-Черноземный район.

Что касается используемых для сельского хозяйства земель, то по данным 1990 года засевалось 117 миллионов гектаров земли, а в 2014 по всем категориям хозяйств лишь 76 миллионов гектар. По данным Росстата, 41 миллион гектаров ценных пахотных земель заброшены. Это площадь, превышающая пашню Франции, Италии, Испании вместе взятых.

Никогда, даже в самые трудные времена, Россия не оставляла столько необработанных земель. С начала 2000-ых годов распаханные угодья сократился на 19 миллионов гектаров. На

50 – 80 % уменьшились посевы зерновых в 30 регионах России. Несмотря на это в 2016 году в России собран рекордный с 1990 года урожай зерновых – около 120 млн тонн.

Еще одной серьезной угрозой для продовольственной безопасности страны стал упадок сельскохозяйственного машиностроения в России. Данный упадок возник по причине научно-технической отсталости российских предприятий на фоне зарубежных, использующих новейшие технологии производства. Машиностроение на Западе – это высокие технологии пятого и шестого технологического уклада (искусственный интеллект и роботы), в России же в пищевой промышленности и машиностроении господствует четвертый технологический уклад (механизация и автоматизация производства). Причиной такой технологической отсталости данных отраслей стало отсутствие должного внимания и финансовой поддержки со стороны государства. После распада СССР и приватизации предприятий тракторного и сельскохозяйственного машиностроения произошло катастрофическое сокращение потенциала отрасли. Многие предприятия (Тульский комбайновый завод, Таганрогский комбайновый завод, Рязанский комбайновый завод и др.) в результате приватизации прекратили свою деятельность. Были ликвидированы многие научно-исследовательские институты и головные специализированные конструкторские бюро. Производство зерноуборочных комбайнов и тракторов в динамике с 1935 по 2017 годы отражено на рисунках 3 и 4.

В результате низкой технической оснащенности сельскохозяйственные работы проводятся несвоевременно, некачественно, их технологии нарушаются, потери сельхозпродукции возрастают. При отсутствии в России современного тракторного и сельскохозяйственного машиностроения страна не может иметь высокопродуктивное сельское хозяйство, что представляет угрозу для продовольственной безопасности.

Можно констатировать, что в настоящее время в России сельскохозяйственного машиностроения, удовлетворяющего потребностям сельского хозяйства, нет. Обеспеченность хозяйств техникой не превышает и 50% от технологически необходимой. Коэффициент выбытия тракторов превышает коэффициент обновления в 5 раз, зерноуборочных комбайнов – в 3 раза, кормоуборочных – в 3,5 раза.

Кроме того, весь мир выращивает урожай, применяя в изобилии минеральные удобрения. В России же 90 % – 15 миллионов тонн ее продукции – ежегодно уходит за рубеж. А земледельцам России удобрений хронически не хватает. В этой ситуации, по мнению директора Центра продовольственной безопасности Высшей Школы Корпоративного Управления РАНХиГС при Президенте РФ, профессора В.Ф.Лищенко, государство должно сыграть решающую роль, так как данную промышленность в России закладывали еще в 60-70-е годы, потрачены огромные ресурсы, а в дальнейшем, в процессе приватизации, в 90-е годы, эти заводы стали частной собственностью. По словам В.Ф.Лищенко: «Правительство должно

установить необходимую норму для внутреннего рынка, потому что это абсолютно ненормальное положение, когда недра России используются, а для россиян эти удобрения не доступны».

Другой серьёзной угрозой российскому агрокомплексу является зависимость от импорта семян. На данном этапе и в ближайшие как минимум 5 лет Россия не сможет обеспечить себя собственными семенами. По данным специалистов Северо-Западного научно-исследовательского института экономики и организации сельского хозяйства» (СЗНИЭСХ), в целом по России в 2017 году доля импортных семян в посевах достигла по сахарной свекле более 96%, овощам – 66, картофелю – 62, по подсолнечнику – почти 46, кукурузе – 43%. Сегодня даже отечественные разработчики вынуждены производить свой семенной материал за рубежом, поскольку в нашей стране это невыгодно.

По словам А. Туманова, председателя Совета Межрегиональной общественной организации «Московский союз садоводов», в России семена лишь фасуются. Российские компании делают заказы в Китае на выращивание отечественных сортов аграрных культур. Правительство Китая ежегодно выделяет огромные объёмы средств на развитие этой наукоёмкой отрасли, так как семеноводство даёт самую большую прибыль с квадратного метра посадок.

По мнению И. Абакумова, члена Общественного совета при Министерстве сельского хозяйства, проблема семенной отрасли в России состоит в её технологической отсталости. Производство осуществляется на базе ещё советских технологий, а в СССР не было сортов, необходимых для производства продуктов питания, востребованных современным потребителем. Например, значительная часть урожая картофеля перерабатывается в полуфабрикат для картофеля фри и чипсов, а для этого форма клубня должна быть идеально ровной и гладкой, чтобы была возможна машинная чистка и обработка сырья. В СССР картофеля с такой формой клубней просто не было. Так, полностью на импортном посевном материале работает, например, группа компаний «Малино», один из крупнейших в России производителей картофеля.

Аналогичные проблемы присутствуют и в сфере селекции в птицеводстве и животноводстве. Закупка крупного рогатого скота мясных и молочных пород ведущими производителями России уже много лет осуществляется в Дании и Германии. Курица, индейка и свинина в РФ – это полностью импортные породы, выращенные по зарубежным технологиям. Так, у одного из крупнейших производителей молока в России, компании «Русмолоко», все молочные коровы – голштины из Европы и Америки. Отечественных же скот сохранился лишь в небольших количествах в лучших хозяйствах страны (в Московской и Ленинградской областях, а также в Сибири).

То же происходит с мясными породами. По словам Д. Черкесова, генерального

директора Национального союза производителей говядины России, животноводство страны держится лишь на завозимых из США, ЕС и Австралии импортных животных. Только регионы традиционного животноводства до сих пор содержат казахскую и калмыцкую породы, приспособленные к степным засушливым зонам. Но селекционная работа здесь осуществляется на низком уровне, так как институтов, которые целенаправленно занимались ими, здесь нет, так что имеющиеся преимущества по выносливости могут быть потеряны уже через несколько лет. Что касается крупных российских предприятий, производящих свинину, то здесь отечественные породы уже давно заменяются импортными. Та же картина в птицеводстве: успехи последних 15 лет здесь строились на импортных кроссах (гибриды пород и линий домашней птицы). Несмотря на то, что отечественные породы менее прихотливы, зарубежные дают больший результат. По сути, советская селекция в первую очередь добивалась выживания пород в суровых условиях, а только потом производительности. Переход же на импортные породы начал осуществляться в ситуации, когда благодаря новейшему импортному оборудованию появилась возможность искусственно создавать необходимые условия для содержания животных.

Высокая производительность импортных пород – вот что в первую очередь интересует отечественного производителя. И ради этого он идет на большие затраты. Например, одна корова стоит около 1.5 тысяч долларов. Кроме того, необходимы значительные вложения в «поддержание генетики», в то время как гибельность скота в первые годы из-за суровых климатических условий достигает практически 30%.

Такой высокий уровень зависимости от импорта чреват большим количеством угроз продовольственной безопасности. Дальнейшее обострение политической ситуации и усиление санкций, либо же эпидемии или болезни, создают угрозу прекращения поставок импортных птиц и животных. Отечественное птицеводство в такой ситуации может остаться без несушек, бройлеров и индюков. Подобные ситуации уже имели место, тогда российские птицеводы понесли большие потери. Например, в индейководстве в результате двухнедельного запрета на поставку птенцов произошло до 5% снижения в производстве. Как пишет один из исследователей, «современный агорынок представляет собой перевернутую пирамиду. Успехи последних лет достигнуты на импортном генетическом материале. Это означает, что в случае создания критической ситуации, когда импортный «ручеек» пересохнет, отечественное птицеводство, условно говоря, может рухнуть в течение нескольких месяцев».

Все это ставит под сомнение слова Д.А. Медведева на ежегодном отчете Правительства о том, что Российская Федерация в 2017 году вновь заняла позицию аграрного лидера в мире. Очевидно, что ситуация с семеноводством и селекцией существенно угрожает продовольственной безопасности страны. Не вызывает сомнений, что единственный выход из сложившегося положения состоит в возрождении отечественного семеноводства и селекции.

Но эти самые необходимые и наукоемкие отрасли АПК до сих пор не находятся под пристальным вниманием властей и лишены необходимой государственной поддержки.

Не вдаваясь в механизм реализации, перечислим первоочередные меры, направленные на ликвидацию внутренних и внешних угроз продовольственной безопасности:

- оптимальное сочетание государственного и рыночного регулирования цен на сельскохозяйственную продукцию;
- возрождение сельскохозяйственного машиностроения, отечественного семеноводства и селекции;
- разработка государственных программ по финансовой поддержке начинающих отечественных сельскохозяйственных производителей;
- создание единого продовольственного рынка стран СНГ с постепенным отказом от таможенных пошлин и сборов и согласованием ценовой политики; при этом необходимо запретить беспошлинный ввоз в Россию через страны СНГ товаров из третьих стран;
- разработка государственных программ по финансовой поддержке предприятий, занимающихся переработкой пищевых отходов;
- пересмотр необходимости вхождения России в ВТО.

Таким образом, можно заключить, что Российская Федерация сталкивается с большим количеством как внешних, так и внутренних угроз собственной продовольственной безопасности. И, если на решение внешних проблем государство подталкивает сложившаяся в мире сложная политическая ситуация, то с внутренними угрозами все обстоит гораздо сложнее. Потребуется огромное количество средств и квалифицированных кадров для преодоления обозначенных выше проблем.

Стержневым фактором стратегического развития и восстановления воспроизводственного процесса в агропромышленном комплексе является активизация инвестиционных процессов. Переориентация инвестиционных потоков в стратегически важные отрасли продовольственного производства (молочную и мясную промышленность, зерновое хозяйство) – первостепенное направление государственной политики в целях повышения инвестиционной активности в России. Необходима постепенная переориентация инвестиций на полный цикл производства высокотехнологичной экспортоориентированной продукции с использованием отечественных исследований и разработок.

Кроме того, необходимы программы развития депрессивных сельскохозяйственных регионов, с учетом их региональных особенностей. Что касается экономически развитых регионов, то в них политика государства должна быть направлена на снижение бюрократических запретов на вывоз продукции, а также вовлечение населения в разнообразные потребительские кооперации.

Также не менее важно повышение общего уровня доходов населения, что позволит

обеспечить минимально определенные стандарты по уровню доходов и потребления по социальным группам населения, а также будет стимулировать рост платежеспособного спроса, который в свою очередь способен качественно изменить структуру агропромышленного производства. Кроме того, необходима разработка новых и расширение уже существующих программ, направленных на социальную защиту населения в вопросе продовольственного обеспечения с осуществлением постоянного мониторинга эффективности данных программ. К тому же эффективной мерой может стать ведение муниципального, регионального и федерального рейтинга продовольственной безопасности на регулярной основе.

При совершенствовании системы цен на сельскохозяйственную продукцию следует упорядочить механизм экономических отношений между товаропроизводителями, заготовителями, переработчиками и работниками торговой сферы на основе определения реального вклада всех участников процесса. Необходимо установить предельный размер торговых и посреднических наценок по видам продукции.

В современных экономических условиях проблема обеспечения продовольственной безопасности страны не столько аграрная, сколько комплексная, связанная с макроэкономическим развитием государства, его возможностями осуществления социально ориентированной политики, повышения жизненного уровня населения, использования преимуществ международного разделения труда в агропромышленном производстве. Например, Индия практически добилась полного и фактического самообеспечения основными продовольственными товарами, но нельзя признать, что Индия достигла национальной продовольственной независимости, и соответственно безопасности, так как отсутствие импорта продовольствия сопровождается с предельно низким уровнем его потребления и недоеданием значительной части населения страны. С другой стороны, устойчивая национальная экономика и финансовая система Японии позволяют гарантировать достойное потребление продовольствия ее населением без ущерба национальным интересам при самообеспечении основными продуктами питания всего лишь на 50%.

Проблемы, накопившиеся по продовольственному обеспечению населения страны, требуют системных решений, разработки и реализации эффективной долгосрочной стратегии развития аграрного сектора экономики, ориентированного на обеспечение динамичного, эффективного и устойчивого развития агропромышленного комплекса, укрепление его производственного потенциала и повышение жизненного уровня населения. В этой связи задача обеспечения населения страны продовольствием перерастает в сложные экономические межотраслевые проблемы. Поэтому необходимы научные разработки по выявлению резервов самообеспечения страны основными видами продовольствия и обоснованию рациональных направлений их товарных потоков, причем эти материалы должны быть скоординированы в общей схеме развития и размещения АПК с учетом его роли в экономике

страны. Следует отметить тот факт, что в России затраты на сельскохозяйственную науку за годы преобразований и реформ сократились в 7-8 раз и в настоящее время просто не согласуются с аналогичными затратами в развитых странах.

Таким образом, качестве ориентиров для «дорожной карты» целесообразно опираться на ключевые механизмы обеспечения продовольственной безопасности:

- для хранения и транспортировки к местам реализации продовольствия должна быть создана необходимая инфраструктура;
- необходимы технологические парки для производства нужных объемов продовольствия;
- на научно-техническом, информационном, законодательном и налогово-финансовом уровне должна осуществляться государственная (региональная) поддержка производителя сельскохозяйственной продукции;
- в растениеводстве и животноводстве необходимо внедрить передовые технологии сельскохозяйственного производства;
- уровень доходов населения не должен препятствовать экономической доступности продовольствия в необходимых количествах и должного качества для подавляющего большинства населения;
- должны быть созданы достаточные и необходимые условия для перехода к инновационной модели обеспечения продовольственной безопасности.

Поддержка и защита отечественного производителя, развитие внутреннего продовольственного рынка, сокращение потерь и более эффективное использование резервов сельскохозяйственных продуктов - основные приоритетные направления политики государства в рамках концепции продовольственной безопасности.

В современных экономических условиях проблема обеспечения продовольственной безопасности страны не столько аграрная, сколько комплексная, связанная с макро-экономическим развитием государства, его возможностями осуществления социально ориентированной политики, повышения жизненного уровня населения, использования преимуществ международного разделения труда в агропромышленном производстве. Например, Индия практически добилась полного и фактического самообеспечения основными продовольственными товарами, но нельзя признать, что Индия достигла национальной продовольственной независимости, и соответственно безопасности, так как отсутствие импорта продовольствия сопровождается с предельно низким уровнем его потребления и недоеданием значительной части населения страны. С другой стороны, устойчивая национальная экономика и финансовая система Японии позволяют гарантировать достойное потребление продовольствия ее населением без ущерба национальным интересам при самообеспечении основными продуктами питания всего лишь на 50%.

Проблемы, накопившиеся по продовольственному обеспечению населения страны, требуют системных решений, разработки и реализации эффективной долгосрочной стратегии развития аграрного сектора экономики, ориентированного на обеспечение динамичного, эффективного и устойчивого развития агропромышленного комплекса, укрепление его производственного потенциала и повышение жизненного уровня населения. В этой связи задача обеспечения населения страны продовольствием перерастает в сложные экономические межотраслевые проблемы. Поэтому необходимы научные разработки по выявлению резервов самообеспечения страны основными видами продовольствия и обоснованию рациональных направлений их товарных потоков, причем эти материалы должны быть скоординированы в общей схеме развития и размещения АПК с учетом его роли в экономике страны. Следует отметить тот факт, что в России затраты на сельскохозяйственную науку за годы преобразований и реформ сократились в 7-8 раз и в настоящее время просто не согласуются с аналогичными затратами в развитых странах.

Таким образом, качестве ориентиров для «дорожной карты» целесообразно опираться на ключевые механизмы обеспечения продовольственной безопасности:

- для хранения и транспортировки к местам реализации продовольствия должна быть создана необходимая инфраструктура;
- необходимы технологические парки для производства нужных объемов продовольствия;
- на научно-техническом, информационном, законодательном и налогово-финансовом уровне должна осуществляться государственная (региональная) поддержка производителя сельскохозяйственной продукции;
- в растениеводстве и животноводстве необходимо внедрить передовые технологии сельскохозяйственного производства;
- уровень доходов населения не должен препятствовать экономической доступности продовольствия в необходимых количествах и должного качества для подавляющего большинства населения;
- должны быть созданы достаточные и необходимые условия для перехода к инновационной модели обеспечения продовольственной безопасности.

Поддержка и защита отечественного производителя, развитие внутреннего продовольственного рынка, сокращение потерь и более эффективное использование резервов сельскохозяйственных продуктов - основные приоритетные направления политики государства в рамках концепции продовольственной безопасности.

Библиографический список

- 1 Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации. [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации от 30.01.2010 № 120. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
- 2 О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации. [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 г. № 560. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
- 3 Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года. [Электронный ресурс] : утверждена Указом Президента Российской Федерации от 12.05.2009 №537.// Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
- 4 Абалкин Л.И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение // Вопросы экономики. 2015. - №12. – С.4-13.
- 5 Алтухов А. Продовольственная безопасность как фактор социально-экономического развития страны // Экономист. - 2017. - № 5. - С.33-43.
- 6 Копыткина Е.С. Эффективная земельная политика как основа обеспечения продовольственной безопасности // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2017. - №14. - С.68-74.
- 7 Снежева Л. Государственное регулирование в сфере продовольственного обеспечения населения регионов. Экономист. 2015. - № 2. С. 67-69.

СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИЕЙ

УДК 33

Бельтюкова С.М., Мокрушин В., Самойлов П. Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социально-экономическими отношениями

The digital economy and its role in the management of modern socio-economic relations

Бельтюкова Светлана Михайловна

Старший преподаватель
кафедры «Экономика и финансы»

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Мокрушин Вадим

Студент 3 курса Гр. Э-17-4б

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Самойлов Петр

Студент 3 курса Гр. Э-17-4б

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Scientific director

Beltyukova Svetlana

Senior Lecturer

Department of Economics and Finance

Perm National Research Polytechnic University, Perm

Mokrushin Vadim

3rd year student Gr. E-17-4b

Perm National Research Polytechnic University, Perm

Samoilov Peter

3rd year student Gr. E-17-4b

Perm National Research Polytechnic University, Perm

***Аннотация.** В данной статье рассмотрено понятие цифровой экономики, раскрыта возможность реализации цифровой экономики в России, проведен регрессионный анализ влияния электронной коммерции на рост ВВП в Российской Федерации.*

***Ключевые слова:** цифровая экономика, электронная торговля, электронные деньги, электронный маркетинг и банкинг.*

***Abstract.** This article discusses the concept of the digital economy, discloses the possibility of implementing the digital economy in Russia, conducts a regression analysis of the impact of electronic commerce on GDP growth in the Russian Federation.*

***Keywords:** digital economy, electronic commerce, electronic money, electronic marketing and banking.*

В настоящее время абсолютными преимуществами цифровой экономики является то, что покупатель имеет возможность получить услуги или товары без ожидания доставки с отсутствием расходов на логистику, хранение товаров и потребление ресурсов, необходимых для производства товара или оказания услуг[1-5,8].

Сектора экономики, использующие цифровые технологии, растут быстрее, дешевле и качественнее. Сферы жизнедеятельности, включая образование, медицину, транспорт, модернизируются благодаря цифровым технологиям становятся намного эффективнее и создают новую ценность и качество. В виду этого, важно чтобы цифровизация экономики происходила как можно быстрее. Ускоренное цифровое развитие предполагает следующие аспекты[4-7,16]:

- устранение законодательных, институциональных, фискальных и иных препятствий, которые мешают развитию цифровой экономики;
- внедрение стимулов и мотиваций для поощрения бизнеса и отраслей экономики в целом к цифровизации;
- создание спроса и формирование потребностей среди граждан к цифровизации, прежде всего через внедрение государством масштабных проектов цифровых трансформаций, в частности на базе современных моделей государственно-частного партнерства;
- создание и развитие цифровых инфраструктур как основы использования преимуществ цифрового мира в повседневной жизни и платформы для достижения эффективности экономики вообще;
- развитие и углубление цифровых компетенций граждан для обеспечения их готовности к использованию цифровых возможностей, а также преодоления сопутствующих рисков;
- развитие цифрового предпринимательства, создание соответствующих (в том числе аналоговых) инфраструктур для поддержки и развития инновационной деятельности, внедрения механизмов фондирования, стимулирования и поддержки.

Таким образом, основные задачи цифрового развития считаются[13-17]:

- ускорение экономического роста и привлечение инвестиций;
- трансформация секторов экономики в конкурентоспособные и эффективные;
- технологическая и цифровая модернизация промышленности и создание высокотехнологичных производств;
- доступность для граждан преимуществ и возможностей цифрового мира;
- реализация человеческого потенциала, развитие цифровых индустрий и цифрового предпринимательства.

Понятие «цифровизация» уже несколько лет как устоялось в общественном восприятии. Выделяют несколько основных подходов к трактовке категории «цифровая экономика» (таблица 1).

Таблица 1.

Ключевые подходы к определению понятия «цифровая экономика» [1-5, 8, 12]

Определение	Источник
Цифровая экономика - это экономика, в которой данные в цифровой форме являются главным фактором во всех сферах социально-экономической деятельности.	Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», 2017 г.
Цифровая экономика - такая экономическая деятельность, при которой ключевыми факторами являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов информации и использование результатов их анализа.	Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 гг.
Цифровизация экономики - процессы, связанные с массовым переводом информации в двоичный код.	Н. Негропonte, Массачусетский университет, 1995 г
Цифровая экономика - переход бизнеса в «цифру», в пространство интернета	Р. Мещеряков, Томский государственный университет, 2015
Цифровая экономика - переход бизнеса в «цифру», в пространство интернета	Р. Мещеряков, Томский государственный университет, 2015 г.
Цифровая экономика - это экономика, построенная на применении цифровых технологий в самом широком понимании	А. Энговатова, МГУ им. М. Ломоносова, 2016 г.

Однако, оценка развития и степени распространения цифровой экономики в мире вызывает множество противоречий. Некоторые эксперты разделяют цифровую экономику на «прямую» (чистая предпринимательская деятельность в сети) и «косвенную» (цифровая деятельность смешанных компаний). Наибольшую долю в ВВП страны цифровая экономика занимает в США (10,9 %). Второй по данной характеристике страной является Китай (10,0 % – доля цифровой экономики в ВВП страны). Заметим, что доля такой экономики в ВВП всех стран европейского союза составляет 8,2 %, а в ВВП России – 3 %, что практически в 3 раза ниже показателей стран-лидеров цифровой экономики (рис. 1).

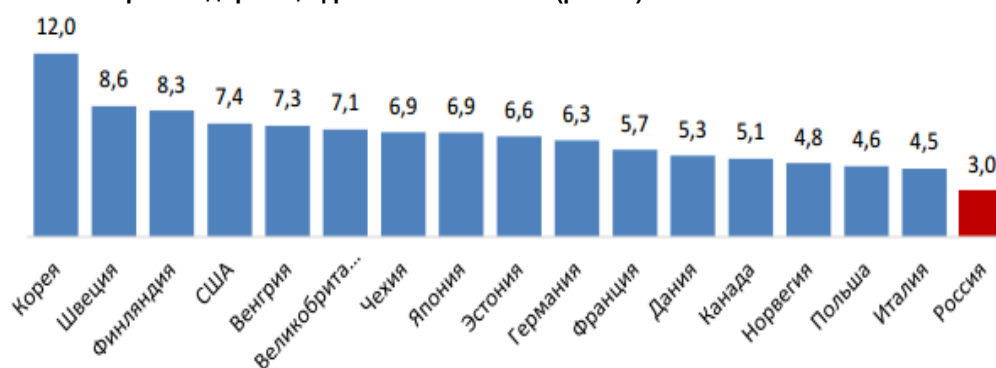


Рисунок 1. Вклад цифровой экономики в ВВП России и его составляющие в сравнении с другими странами в 2017 г. [10]

В соответствии с исследованием консалтинговой компании McKinsey, к 2025 году в рамках реализации программы «Развитие цифровой экономики в России до 2035 года» электронная экономика может повысить ВВП России на 8,9 трлн руб. цифровизация экономики обеспечит от 19 до 34 % роста ВВП страны, а сама доля цифровой экономики может составить в нем 8–10 %[11].

Данная программа предполагает, что к 2024 году в России появится как минимум 10 высокотехнологичных и конкурентоспособных на глобальном рынке предприятий в сфере высоких технологий (больших массивов данных, нейротехнологий, квантовых технологий, робототехники, промышленного интернета, виртуальной и дополненной реальности, систем распределения реестра и других), а также 10 отраслевых цифровых платформ для значимых отраслей экономики, в том числе для цифровых здравоохранения и образования, «умного» города [11].

Соответственно плану, к этому времени в стране должно работать более 500 малых и средних предприятий в сфере создания цифровых технологий, высшие учебные заведения должны будут подготавливать не менее 120 тысяч IT-специалистов по данным направлениям в год, и также должно быть реализовано не менее 30 научно-исследовательских проектов с объемом инвестиций более 100 млн рублей. Также намечается создание фонда цифровой экономики, который будет финансировать работу данной программы с объемом средств более 100 млрд рублей.

Более трети российского сектора цифровой экономики приходится на телекоммуникации - системы связи, доступа к сети Интернет (включая операторов мобильной связи и Ростелеком). С 2010 года фактически удвоилась доля сектора информационных услуг, которые связаны с обработкой данных (рис. 2).

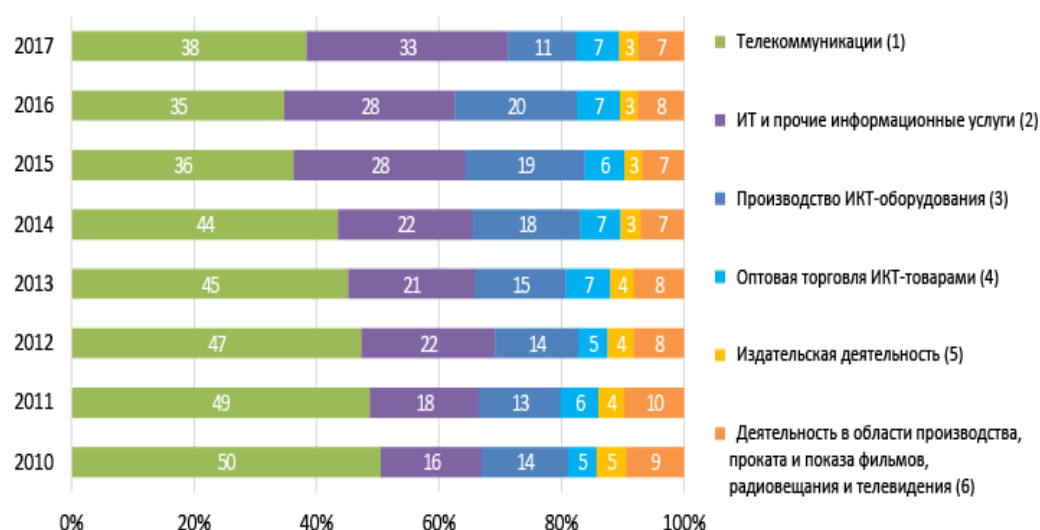


Рисунок 2. Структура цифрового сектора России, % (по величине добавленной стоимости) [15].

Сохраняется и достаточно высокая доля отрасли производства оборудования - в том числе развитие проектов в сфере государственных информационных систем в сфере навигации (ГЛОНАСС, ПЛАТОН), онлайн-касс, производства компонентов.

Несмотря на относительно небольшой размер цифрового сектора в России, ему пока не в полной мере удается реализовать свой потенциал роста, обусловленный низкой базой [2]. Так, в 2010-2014 гг. цифровой сектор России в целом рос значительно быстрее экономики. Темпы его роста составляли в среднем 4,8% в год при темпах роста экономики - 2,9%. В 2015-2016 гг. во время спада экономической активности рост сектора замедлился, и даже продемонстрировал отрицательную динамику. В 2017 г. по прежним оценкам в цифровом секторе началось восстановление. При этом даже до начала кризисных явлений цифровому сектору не в полной мере удавалось реализовать потенциал роста.

В цифровом мире при условии наличия цифровой альтернативы существование большей части аналоговых систем (сфер) становится нецелесообразным. Причем в первую очередь происходит перевод в цифровой формат тех аналоговых систем, развитие и поддержка которых очевидно невыгодны и неэффективны. Именно цифровое состояние становится обычным состоянием функционирования и развития многих систем, сфер, организаций, индустрий и экономик.

В настоящее время Россия не относится к лидерам развития электронной экономики по ряду показателей, таких как цифровизация, продолжительность задержки в освоение новых технологий, которыми пользуются лидирующие страны[9].

В России электронная экономика составляет 3,9% от валового внутреннего продукта (ВВП), этот показатель в развитых странах составляет 8-12%. На данном этапе развития заметен прогресс электронной экономики. Объем электронной экономики является самым показателем развития.

Для сравнения, за 5 последних лет ВВП России увеличился на 7%, и на 59% (на 1,2 трлн руб. в ценах 2015 года) за это же время увеличился объем электронной экономики. Из вышесказанного можно сделать вывод, что за период с 2011 по 2015 года общее увеличение ВВП за счёт электронной экономики составило 24%.

Основополагающим фактором роста ВВП в России является скорейший переход к электронной экономике. По прогнозам 20-35% от всего увеличения ВВП до 2025 года будет зависеть от внедрения цифровых технологий.

Прогнозы на будущее развитие проводят все страны. По исследованиям института McKinsey, расположенного в Китае, до настоящего момента чрезвычайно резкий рост экономики, связанный с увеличением занятости и вливанием больших инвестиций, в скором времени будет исчерпан.

Прогноз в Китае к 2025 году увеличение общего ВВП страны от 7% до 23% за счёт активного внедрения цифровых технологий. Соединённые Штаты планируют к 2025 году увеличение ВВП своей страны до 2,2 трлн. долларов США за счёт применения и увеличения цифровых технологий. Так как США и Китай являются лидерами в сфере электронной экономики, то их прогнозы внушают оптимизм. Можно предположить, что данное развитие приведёт к повышению конкурентоспособности, увеличению квалифицированных кадров,

повышение производительности труда и как следствие снижение цен. Для потребителей вышеописанные условия являются существенными преимуществами.

Россия экспортирует цифровые товары и услуги в очень небольшом количестве. Доля такого экспорта в структуре ВВП России составляет 0,5% от суммарного ВВП страны. Напротив, в развитых странах этот показатель достигает 5,8% в Китае, 2,9% в Индии, 2,5% в странах Западной Европы.

Такой низкий показатель свидетельствует о том, что российские ИКТ услуги и продукты не конкурентоспособны на мировом рынке. Но несколько последних лет наблюдалось увеличение экспорта ПО: среднегодовой темп роста по этому показателю в 2010-2015 годах составил 15%. Стремительное развитие мирового рынка ПО способствовало данному росту. Компания IDC проводила исследования и спрогнозировала к 2020 году рост этого сектора, который будет в размере 7% в год. Это в два раза превышает показатели других мировых ИТ-рынков (телекоммуникационные услуги – 15%, ИТ-услуг 3,1%, ИТ-инфраструктуры- 5,7%).

Российский рынок электронной торговли формируется в условиях пока еще только складывающейся потребительской культуре дистанционных закупок при почти полном отсутствии хозяйственного и управленческого опыта в этой области. При этом положительной характеристикой является то, что не нужно преодолевать инерцию уже сформировавшейся системы[14].

Проанализируем развитие вклада электронной коммерции в ВВП Российской Федерации. Период расчета – 2009-2018 гг. За «У» обозначается общий объем ВВП, млрд. дол. За «Х» - объем электронной коммерции в ВВП, млрд. дол. (таблица 2).

Таблица 2

Исходные данные для составления прогноза, млрд. дол.

Год	У	Х	Доля электронной коммерции в ВВП
2009	38807,20	620,92	1,6
2010	46308,50	879,86	1,9
2011	60282,50	602,83	1
2012	68163,90	722,54	1,06
2013	73133,90	950,74	1,3
2014	79199,70	2059,19	2,6
2015	83 387,20	1751,13	2,1
2016	86010,20	2408,29	2,8
2017	92089,30	1933,88	2,1
2018	103626,60	5284,96	5,1
Среднее	73100,90	1721,43	-

Исходя из таблицы 2, можно сделать вывод, что стремительный рост объема электронной коммерции в общем объеме ВВП произошел в 2018 году. Однако во все периоды именно данный тип цифровой экономики занимал лидирующее место среди других, поэтому в данном прогнозировании будет рассмотрена однофакторная модель. Это можно объяснить тем, что такие виды, как электронный банкинг, цифровой маркетинг, электронная литература и т.д., при использовании многофакторной модели исключаются при корреляционном анализе в

Таблица 3

Вывод итогов						
Регрессионная статистика						
Множественный R	0,788463101					
R-квадрат	0,621674062					
Нормированный R-к	0,57438332					
Стандартная ошибка	13200,29732					
Наблюдения	10					
Дисперсионный анализ						
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>	
Регрессия	1	2290625249	2290625249	13,14578778	0,006726683	
Остаток	8	1393982795	174247849,4			
Итого	9	3684608045				
	<i>Коэффициенты</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значение</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>
У-пересечение	53731,69594	6779,650832	7,925437058	4,67103E-05	38097,79309	69365,59879
Переменная X 1	11,25179696	3,103334419	3,625712038	0,006726683	4,095494956	18,40809896

$$X_{\text{прогнозное(начало 2020)}}=5284,96*776=40\,482,8 \text{ млрд. дол.}, \quad U_{\text{прогнозное(начало 2020)}}=53731,7+11,25*40482,8=509163,2 \text{ млрд. дол.}$$

В данном случае можно сделать вывод, что электронная коммерция очень хорошо усвоится. Однако, данный прогноз очень чувствителен к политической ситуации в международных отношениях, а также к нехватке опытных специалистов в знании компьютерного программирования. Поэтому развитие доли электронной коммерции весьма противоречиво и оставляет желать лучшего.

Подводя итоги, можно сделать выводы, что цифровая экономика – это новый вид экономических отношений во всех отраслях мирового рынка, который сейчас развивается стремительными темпами и уже в ближайшем будущем, с ростом высоких технологий, может стать основным видом товарно-денежных обменов на глобальном мировом уровне.

Основная цель цифровизации заключается в достижении цифровой трансформации существующих и создании новых отраслей экономики, а также трансформации сфер жизнедеятельности в новые более эффективные и современные. Такой прирост возможен только тогда, когда идеи, действия, инициативы и программы, которые касаются цифровизации, будут интегрированы, в частности, в национальные, региональные, отраслевые стратегии и программы развития.

Цифровизация является признанным механизмом экономического роста благодаря способности технологий положительно влиять на эффективность, результативность, стоимость и качество экономической, общественной и личной деятельности.

Цифровые технологии - одновременно огромный рынок и индустрия, а также платформа эффективности и конкурентоспособности всех других рынков и индустрий. Высокотехнологичное производство и модернизация промышленности с помощью информационно-коммуникационных и цифровых технологий, масштаб и темп цифровых трансформаций должны стать приоритетом экономического развития.

Библиографический список

1. Авдеева И.Л. Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом // Цифровая экономика и «Индустрия 4.0»: проблемы и перспективы. Труды научно-практической конференции с международным участием. 2017. С.19-25.
2. Ассоциация «Электронные деньги» (АЭД) [Электронный ресурс], 2019 - Режим доступа: <http://praed.ru>, свободный. - Загл. с экрана. – Яз. Рус.
3. Ассоциация коммуникационных агентств России [Электронный ресурс] / Объем рынка маркетинговых коммуникаций России в 2016 году, 2016 - Режим доступа: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id1865, свободный. - Загл. с экрана. – Яз. Рус.
4. Варнавский В.Г. Цифровые технологии и рост мировой экономики // Друкеровский вестник. 2016. № 3 (7).
5. Журнал Эксперт (Электронная версия) [Электронный ресурс] / Рэнкинг по взносам, полученным при обращении в страховую компанию через интернет или колл-центр,

2017 - Режим доступа: http://expert.ru/ratings/table_576834/, свободный. - Загл. с экрана. - Яз. Рус.

6. Институт экономического роста Столыпина П. А. Россия: от цифровизации к цифровой экономике. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://stolypin.institute/wpcontent/uploads/2018/09/issledovanie_tsifrovaya-ekonomika-14-09-18-1.pdf (дата обращения: 28.09.2019)

7. Катаносов В. «Цифровая экономика — светлое будущее человечества или биржевой пузырь?» [Электронный ресурс]. - <https://www.kramola.info/vesti/vosti/cifrovaya-ekonomika-svetloe-budushchee-chelovechestva-ili-birzhevoy-puzyrno>

8. Ковальчук Ю.А., Степанов И.М. Цифровая экономика: трансформация промышленных предприятий // Инновации в менеджменте. 2017 г. №1.

9. О концепции развития рынка телекоммуникационных услуг в Российской Федерации [Электронный ресурс] // <http://www.government.ru/content>.

10. Портал Digit.ru, проект РИА новости [Электронный ресурс] / Объем рынка электронной торговли в РФ в 2017-2018 г. 2018 - Режим доступа: <http://digit.ru/business/20120220/389429967.html>, свободный. - Загл. с экрана. - Яз. Рус.

11. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Текст]: утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р. - (Дата обращения 9.09.2019)

12. Рыбак С.Ю., Лантратов К.В. «Цифра» будет пронизывать все и вся // Горизонты. 2017 г. №

13. Семенов Ю.А. IT-экономика в 2016 году и через 10 лет // Экономические стратегии. № 1 (143), 2017.

14. Сидорова О.В. «Формирование и развитие электронной экономики: международный опыт и российская практика». [Электронный ресурс]. - <https://creativeconomy.ru/lib/4448>

15. Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы [Текст]: Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 - (Дата обращения 9.09.2019)

16. Хадин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018 г. №10.

17. Цифровая экономика в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://investfuture.ru/edu/articles/tsifrovaya-ekonomika-v-rossii> (дата обращения: 28.09.2019)

СЕКЦИЯ 5. МАРКЕТИНГ

УДК 338.48

Адрианова Т.С. Стратегии маркетинга и особенности их применения

Marketing Strategies and Their Application

Адрианова Татьяна Сергеевна

студент магистратуры направления 38.04.01 «Экономика»

Северо-Кавказский федеральный университет

Научный руководитель:

Лазарева Н.В., д.э.н., профессор кафедры экономической безопасности, учета и аудита

Северо-Кавказский федеральный университет

Andrianova Tatiana Sergeevna

master's degree student 38.04.01 " Economics»

North Caucasus Federal University

Scientific adviser: Lazareva N. V., doctor of Economics, Professor of the Department of economic security, accounting and audit

North Caucasus Federal University

***Аннотация.** В статье рассматриваются стратегии маркетинга и их применение. В статье рассматривается сущность понятий «стратегия» и «маркетинговая стратегия», затрагиваются задачи данной стратегии и ее составляющие.*

***Ключевые слова:** маркетинг, стратегия развития, предприятие, стратегический маркетинг, планирование.*

***Abstract.** The article discusses marketing strategies and their application. The article discusses the essence of the concepts of "strategy" and "marketing strategy", touches on the objectives of this strategy and its components.*

***Keywords:** marketing, strategy development, enterprise, strategic marketing, planning.*

Стратегия является неким ориентиром для принятия управленческих решений в различных сферах деятельности организации. Анализ теоретических источников позволил нам сделать вывод, что в определении понятия «стратегия» некоторые исследователи в сфере менеджмента имеют расхожие суждения. Мы придерживаемся мнения, что стратегия должна основываться на перспективах и приоритетах развития, опираться на систему планирования и являться связующим компонентом системы [2].

Маркетинговая стратегия – это план реализации маркетинговой деятельности. Сама по себе она предполагает развернутый план проведения и организации рабочего процесса.

Согласно современному экономическому словарю маркетинговая стратегия (стратегия маркетинга) представляет собой маркетинговые меры организации, направленные на устойчивое продвижение товаров и услуг, включая постановку целей, анализ, планирование и мониторинг маркетинговых мероприятий.

Так или иначе, маркетинговая стратегия представляет собой основной долгосрочный план маркетинговой деятельности субъекта хозяйствования, направленный на выбор целевых потребительских сегментов.

Цели маркетинговой стратегии существуют в четырех базовых сегментах. В первую очередь они касаются обеспечения коммерческой эффективности функционирования субъекта хозяйствования, а также достижения ими соответствующего рыночного положения.

Стратегии разрабатываются на различных уровнях иерархии, применительно к организации в целом или отдельным направлениям ее деятельности. Стратегии, разрабатываемые в сфере маркетинговой деятельности фирмы, приобрели название маркетинговых стратегий.

Первоочередное внимание в процессе формирования маркетинговых стратегий отводится проведению ситуационного анализа. В сущности, он опирается на комплексный анализ внешней среды. Особого внимания при этом заслуживает изучение рынка и его составляющих [5]. Одной из основных составляющих является определение конкурентоспособности предприятия (выявление сильных и слабых сторон). Так, компания Mercedes, была сильна в производстве надежных, долговечных машин, однако, компания Honda наладила выпуск машины Acura, а Toyota – Lexus, превосходившие на американском рынке Mercedes, в результате этого данная компания потеряла свои преимущества.

Важным этапом формирования стратегии маркетинга выступает формулировка миссии бизнеса, его видения, целей и задач, стоящих перед компанией. Так, например, миссия компании ИКЕА – «изменить к лучшему повседневную жизнь простых людей».

Следует помнить, что маркетинговая стратегия выступает составным элементом общекорпоративной стратегии компании и фактически служит ее продолжением. Она в полной мере должна соответствовать общей концепции бизнеса и дополнять ее.

Отдельного внимания заслуживает определение целей маркетинга, в общем виде отражающих желаемое положение фирмы на рынке, которое может быть достигнуто благодаря скоординированным усилиям сотрудников компании и ресурсов, находящихся в ее распоряжении. В рамках каждой отдельно взятой стратегической единицы хозяйствования проводится системный анализ ситуации и разрабатывается план маркетинга.

Сама по себе разработка и формирования маркетинговой стратегии ориентирована на определение целевых рыночных сегментов, разработку стратегии позиционирования, стратегий взаимоотношений с потребителями и иными участниками рынка, стратегий планирования новых товаров и т.п.

Вслед за разработкой стратегии маркетинга следует разработка маркетинговой программы, которая должна включать в себя стратегии товарного ассортимента,

ценообразования, сбыта и продвижения. Завершающим этапом формирования маркетинговой стратегии является ее непосредственная реализация.

Формирование маркетинговой стратегии – всегда комплексный сложный процесс, который соответствуя общепринятым этапам должен носить индивидуальный характер в зависимости от особенностей компании и характера бизнеса [3].

Маркетинговая стратегия организации планируется в зависимости от рынка продвижения и товара предприятия. Стратегия представляет собой план действий, который позволяет компании добиться поставленных целей в определенный момент времени с учетом эффективного распределения ресурсов компании. Благодаря этому, товар компании становится необходимым для потребителей и если цена товара также устраивает потребителей, то компания, производящая или продающая товар необходима потребителю и, следовательно, есть предпосылки для ее эффективной деятельности. Другими словами, маркетинговая стратегия позволяет тонко понимать клиентов и их желания, учитывая возможности.

Залогом успешности бизнеса в долгосрочной перспективе выступает разработка и формирование маркетинговой стратегии. В их основе лежит необходимость выбора верного вектора маркетингового поведения (ее базовой стратегии).

Матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы) основана на прибыльности продукта с одной стороны и рыночной доли относительно конкурентов - с другой.

Рассмотрим на примере компании «Coca-Cola». В анализе на примере «Coca-Cola» за новый бизнес возьмем производство и реализацию безалкогольных напитков экзотических вкусов.

1. Категории клиентов - население от 9 до 70 лет.

2. Потребности клиентов - потребление безалкогольных напитков с натуральным составом разнообразных экзотических фруктовых вкусов, которые смогут зарядить энергией, утолить жажду и поднять настроение.

3. Использование технологии - в связи с данными потребностями населения предлагается выделить категорию напитков экзотических вкусов на основе натуральных ингредиентов. Также разработать форму бутылки «необычного» вида.

Данный вид бизнеса в структуре рынка безалкогольных напитков позволит:

- повысить интерес у потребителей и как следствие появление новых потребителей этой линии продукции;

- обновить ассортимент компании;

- следовать современным технологиям маркетинга и инновациям;

- повысить качество контроля знаний за счет детальной проработки тестовых заданий и постановки проблем;

- повысить уровень прибыли компании;

- задействовать новые рабочие места;
- расширить бизнес в качестве новой самостоятельной единицы.

Методика PIMS нацелена на сбор данных от нескольких корпораций с целью установления взаимосвязи между различными экономическими параметрами и двумя характеристиками функционирования хозяйствующих субъектов, а именно: инвестиционными доходами; движением наличных средств.

Как правило, подобную информацию собирают специальные подразделения, сами же данные агрегируются по отраслям. Благодаря анализу общетраслевых данных, у компаний появляется возможность определять воздействие различных стратегий маркетинга на их функционирование.

Считается, что в качестве стратегического (конкурентного) преимущества может выступать либо низкий уровень цен, либо уникальный продукт [4].

Исходя из модели М. Портера, существует лишь три базовых концепции маркетинговых стратегий: ценовое лидерство, основанное на преимуществе по издержкам; дифференциация (продуктовое лидерство); концентрация (фокусирование). В качестве примера стратегии дифференциации можно привести деятельность фирмы «Adidas». Изначально фирма специализировалась на выпуске исключительно спортивной обуви, однако, на текущий момент «Adidas» предлагает покупателям многочисленные и разнообразные спортивные и окоспортивные товары.

Выбор в пользу той или иной маркетинговой стратегии определяется структурой отрасли с одной стороны, и конкурентными преимуществами фирмы – с другой. Существует точка зрения, что эффективность маркетинговой стратегии обеспечивает только удачная рекламная компания. Однако, на самом деле это далеко не так, так как рекламная деятельность является лишь одной из составляющей маркетинговой стратегии. Для эффективности и высокой отдачи маркетинговой стратегии необходимо также и грамотная ценовая политика и выбор эффективных каналов распределения и эффективная политика стимулирования сбыта. А главное необходимо понять потребности потребителей, подобрать инструмент воздействия на него, чтобы потребитель мог понять, что данный товар или услуга ему жизненно необходимы в данный момент времени.

Стимулирование спроса означает побуждение покупателей к покупке товаров. Данная задача может решаться с помощью привлекательной упаковки или дизайна, рекламы или политики скидок.

В основе совершенствования маркетинговой стратегии лежит повышение ее эффективности. В связи с этим в основу развития стратегии маркетинга могут быть положены условия ее эффективности [1].

В настоящее время принято считать, что маркетинговая стратегия может быть эффективной при соблюдении ряда условий. Основными из них являются: тщательный анализ рынка и внешней среды; корректно поставленные адекватные долгосрочные цели и их детализация; реалистичностью оценки внутренних ресурсов и возможностей фирмы [6, 7].

Таким образом, в основе совершенствования стратегии маркетинга должно лежать четкое и глубокое понимание внешнего окружения и внутреннего потенциала. Более того, фирма должна понимать, какими конкурентными преимуществами она обладает, кто является ее целевой аудиторией, какой спрос она готова удовлетворять, какие товары (услуги) и для этого необходимо реализовать и как это сделать и т.д.

Основным же методом совершенствования маркетинговой стратегии выступает развитие, расширение, дополнение и корректировка функциональных стратегий, входящих в ее состав (продуктовая, ценовая, сбытовая стратегии, стратегия продвижения и пр.). Базовой целью ее совершенствования выступает рост степени удовлетворения потребностей целевых сегментов рынка, а также укрепление рыночных позиций фирмы.

Резюмируя вышеизложенное отметим, что маркетинговая стратегия является составной частью общей стратегии компании, которая создается для увеличения продаж путем наиболее полного удовлетворения потребностей людей. Маркетинговая стратегия нацелена на укрепление рыночных позиций фирмы и общее повышение прибыльности ее деятельности. Основным функциональным предназначением стратегии маркетинга служит выявление потребностей рынка и выстраивание деятельности организации таким образом, чтобы наилучшим образом их удовлетворить. Единой (общепринятой) маркетинговой стратегии не существует. Она всегда носит индивидуализированный характер, формирующийся в процессе ее формирования.

Библиографический список

1. Баталова О. С. Содержание понятия «маркетинговая стратегия» / О. С. Баталова // Проблемы современной экономики: материалы междунар. науч. конф. — Челябинск: Два комсомольца, 2018. — С. 103–106.
2. Фурсов В.А., Кисилева И.Н. Разработка маркетинговой конкурентной стратегии предприятия // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2006. № 4. С. 175-180.
3. Портных В.А. Развитие методологии стратегического маркетингового управления бизнес-организацией // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2014. — № 4. — С. 5-8.
4. Решетько Н. И., Соколов М. А., Куприянова А. С. Эффективность маркетинговой стратегии в малом бизнесе // Молодой ученый. — 2014. — №6.2. — С. 54-56.
5. Фурсов В.А. Особенности маркетинга транспортных услуг // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2006. № 4. С. 148-152.
6. Lazareva N., Alivanova S., Fursov V. The importance of positioning in achieving the strategic goals of the companies // Modern European Researches. 2015. № 7. С. 6-10.
7. Лазарева Н.В., Фурсов В.И. Инструменты партизанского маркетинга В сборнике: Региональная модель развития: Детерминанты экономики и маркетинга Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. 2014. С. 93-98.

УДК 33

Морозова Е. В. Продвижение товара с помощью BTL- акции

Product promotion using BTL promotions

Морозова Елена Вячеславовна

Студентка 3 курса Новосибирского государственного университета экономики и управления

Кафедра: Маркетинг, реклама и связи с общественностью

Направление Менеджмент

Направленность (профиль) Маркетинг и управление бизнесом

Научный руководитель:

Любовь Юрьевна Шадрина

зав. кафедрой маркетинга, рекламы и связей с общественностью Новосибирского государственного университета экономики и управления, кандидат социологических наук, доцент, бизнес-тренер

Morozova Elena Vyacheslavovna

3rd year student of Novosibirsk State University of Economics and Management

Department: Marketing, Advertising and Public Relations

Direction Management

Focus (profile) Marketing and business management

Supervisor:

Lyubov Yurievna Shadrina

Head Department of Marketing, Advertising and Public Relations, Novosibirsk State University of Economics and Management, PhD in Sociology, Associate Professor, Business Trainer

***Аннотация.** В настоящей статье рассмотрены способы продвижения товара на рынке с помощью BTL- рекламы. Проведение любой промо активности для компании является очень ответственным мероприятием, так как этим мы хотим привлечь пользователей. И что бы наши старания ни прошли даром надо провести детальную и хорошо спланированную подготовку к этому. Для этого необходимо соблюдать правила маркетинга.*

***Ключевые слова:** маркетинг, BTL- реклама, промо акция, супервайзер, промоутер, товар, продвижение.*

***Abstract.** This article discusses how to promote goods on the market using BTL advertising. Carrying out any promotional activity for the company is a very responsible event, as we want to attract users with this. And no matter what our efforts are in vain, it is necessary to carry out a detailed and well-planned preparation for this.*

To do this, you must follow the rules of marketing.

***Keywords:** marketing, BTL- advertising, promo, supervisor, promoter, product promotion.*

В настоящий момент на рынке большое количество товаров в одной ценовой категории и одинаковые по качеству и для того что бы товар не потерялся на многочисленных полках супермаркетов производителю необходимо заявлять о нем. Каким бы он не был качественным, о нем мало кто узнает, если не продвигать его с помощью рекламы.

Продвижение всегда абсолютно обоснованно и необходимо при выходе нового товара, ребрендинге упаковки, изменении каких либо свойств или наполнения.

В литературе имеются различные трактовки понятия «продвижение». По мнению Е.В.Попова, продвижение продукции – это «... любая форма действий, использующих

фирмой для информирования, убеждения и напоминания людям о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности» [4, с. 672]. Е.П.Голубков под продвижением понимает «... совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулированию возникновения у них желания его получить».

В литературе кроме понятия «продвижение», употребляется понятие «маркетинговые коммуникации». Ф.Котлер и К.Л.Келмер понимают под маркетинговыми коммуникациями средства, с помощью которых фирмы пытаются информировать, убеждать и напоминать потребителям напрямую или косвенно о своих товарах и торговых марках

Если на полке в магазине лежит незнакомый товар и товар который до этого покупатель видел, то скорее всего он отдаст предпочтение знакомому товару, так как он в нем больше уверен, он с ним знаком, таково мышление человека.

Классик маркетинга Ф.Котлер считает, что «стимулирование сбыта – использование многообразных средств стимулирующего воздействия, призванных ускорить и/или усилить ответную реакцию рынка»

Известные американские маркетологи Дж. А. Черчилл и Дж. П. Питер определяют стимулирование сбыта как «маркетинговые усилия, прилагаемые ограниченный период времени, на уровень конечных покупателей и посредников с целью стимулировать покупательский спрос или повысить привлекательность товара

В настоящей статье хочу рассмотреть продвижение товара с помощью промо активности, так как BTL-реклама является менее затратной чем ATL-реклама и тем самым доступна как среднему так и малому производителю.

Так же данный вид рекламы является более адресным и получает больше откликов у покупателей, ведь живое общение важно для потребителя.

Проведение любой промо активности для компании является очень ответственным мероприятием, так как этим мы хотим привлечь пользователей. И что бы наши старания ни прошли даром надо провести детальную и хорошо спланированную подготовку к этому.

Для этого необходимо соблюсти правила маркетинга.

Маркетинг – это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. В широком смысле задачи маркетинга состоят в определении и удовлетворении человеческих и общественных потребностей.

Достаточно хорошо изучена проблема продвижения компании и ее продукции на рынке, как в зарубежной, так и в отечественной маркетинговой науке. Данная проблема хорошо освещена в статьях периодических изданий, на Интернет-ресурсах, ей посвящены отдельные книги. Необходимо отметить, что особое внимание продвижению как элементу маркетингового микса уделяется в работах Ф. Котлера «Основы маркетинга» и Г.А. Багиева «Маркетинг». Можно выделить таких авторов как Е. Дихтля, И.В. Крылова, П.Р. Диксона, Б.А. Соловьева, Дж. Р. Эванса и других, которые обращались к проблеме продвижения.

Для эффективной реализации мероприятия необходимо во первых определиться с целями она может быть как одна так и несколько в итоге каких результатов мы хотим добиться: вывести новый товар или услугу на рынок, провести или поддержать акцию, стимулирование сбыта товаров или увеличение объемов реализации услуг, увеличить узнаваемость бренда , привлечение новых потребителей. целевой аудиторией- от этого зависит место и время проведения. Бриф необходимо полностью и детально прописать механику и роли каждого участника.

Менеджер проводящий акцию ведет и координирует весь процесс, он должен быть в курсе всех событий. Строгое соответствие требованиям, выдача подарков, соблюдение порядка на рабочем месте промоутеров, ведение отчетности согласно механики акции, решение организационных вопросов.

Супервайзер контролирует работу промоутеров и следит за тем, что бы была полная наполняемость расходных материалов, предоставление фотоотчета и необходимая отчетность согласно стандартам акции. Супервайзер является глазами и руками компании на месте проведения акции, и от него напрямую зависит имидж компании и в нужном ли направлении пройдет акция.

Промоутер проводит акцию полностью соответствуя требованиям брифа: внешний вид чистая, выглаженная униформа, соответствующая обувь, неяркий макияж и маникюр, чистая кожа, отсутствие пирсинга и татуировок на лице и открытых частях тела речевка, поведение на точке, соблюдение графика работы, ведение отчетности, позитивное настроение и улыбка. Все это напрямую влияет на то как потребитель воспримет как сам продукт так и производителя. Промо акция имеет большое значения для имиджа компании, и если промоутер не будет подобающе выглядеть и вести себя подобающим, образом может крайне негативно повлиять. В свою очередь промоутер который знает все о товаре, мило общается с покупателями и улыбается, произведет благоприятное впечатление как о себе так и о товаре.

Так же крайне важно запустить рекламу в связке с маркетингом так как без этого часто получают отрицательный эффект на вложенные средства: например, при несогласованности по срокам рекламы и распределения товара разрекламированный выход нового товара или услуги порождает спрос, который остается неудовлетворенным, поскольку товар отсутствует.

В заключении можем сказать, что тщательно подготовленная и проведенная акция положительно повлияет на продажи и имиджевую сторону товара.

УДК 33

Морозова Е.В. Разработка и совершенствование продвижения продукции на основе BTL-технологий в системе маркетинга

Development and improvement of product promotion based on BTL-technologies in the marketing system

Морозова Елена Вячеславовна

Студентка 3 курса Новосибирского государственного университета экономики и управления

Кафедра: Маркетинг, реклама и связи с общественностью

Направление Менеджмент

Направленность (профиль) Маркетинг и управление бизнесом

Научный руководитель:

Любовь Юрьевна Шадрина

зав. кафедрой маркетинга, рекламы и связей с общественностью Новосибирского государственного университета экономики и управления, кандидат социологических наук, доцент, бизнес-тренер

Morozova Elena Vyacheslavovna

3rd year student of Novosibirsk State University of Economics and Management

Department: Marketing, Advertising and Public Relations

Direction Management

Focus (profile) Marketing and business management

Supervisor:

Lyubov Yurievna Shadrina

Head Department of Marketing, Advertising and Public Relations, Novosibirsk State University of Economics and Management, PhD in Sociology, Associate Professor, Business Trainer

Аннотация. Организации в современном мире с большим количеством однотипного товара приходится большое значение придавать позиционированию своего на рынке что бы заинтересовать искушенного потребителя. На помощь приходит продвижение продукта благодаря BTL-технологиям. Новые пути продвижения создают у потребителя ощущение свободы в своем выборе и свободу от влияния навязчивой рекламы.

Ключевые слова: BTL- технологии, маркетинг, продвижение, продукт, товар, реклама.

Abstract. Organizations in the modern world with a large amount of the same type of goods have to attach great importance to positioning their own in the market in order to interest an experienced consumer. Product promotion comes to the rescue thanks to BTL technology. New ways of promotion create a consumer's sense of freedom in their choice and freedom from the influence of intrusive advertising.

Keywords: BTL- technologies, marketing, promotion, product, product advertising.

На сегодняшний день рынок товаров и услуг заполнен множеством предложений. В условиях большой конкуренции становится все сложнее заинтересовать искушенного потребителя простыми рекламными сообщениями. Как следствие, появляется необходимость создания новых подходов в продвижении.

Компании, применяющие стандартные инструменты интегрированных маркетинговых

коммуникации, такие как реклама в средствах массовой информации, выставки, спонсорство, уже не успевают соответствовать современным тенденциям рынка и предпочтениям потребителей.

Новые пути продвижения должны создавать у потребителя ощущение свободы в своем выборе и освободить от влияния навязчивой рекламы.

ВТЛ-технологии – современный инструмент продвижения, который позволяет передать целевой аудитории наиболее полную информацию о продукте и бренде. Специальные мероприятия ориентированы на эмоциональное восприятие и являются одним из наиболее действенных способов сохранить бренд в сознании потребителей на долгосрочной перспективе.

Современные ВТЛ-технологии – это сложные, долгосрочно планируемые действия, требующие знаний в области коммуникаций, презентаций, управления проектами, технического оснащения, новинок в области программного обеспечения и техники, навыков креативного подхода и творческого мышления. Плохо организованное мероприятие может негативно отразиться на имидже бренда и не правильно его коммуницировать.

Актуальность заключается в том, что прямая реклама сегодня воздействует слабее, чем раньше, поэтому все большее значение приобретают нестандартные способы продвижения. Благодаря мероприятиям с ВТЛ-технологиями компания может заявить о своих ценностях, более точно очертить круг целевой аудитории, привлечь внимание не только к производимым товарам или услугам, но и к себе как к социально активной организации. ВТЛ-технологии стимулируют продажи в долгосрочной перспективе.

Характеризуя степень изученности и научной разработанности темы, необходимо отметить, что тема использования современных инструментов продвижения, таких как ВТЛ-технологии, являются междисциплинарными.

Необходимо отметить, что тема интегрированных маркетинговых коммуникаций широко представлена в отечественной и зарубежной литературе. Здесь стоит отметить работы таких авторов как И.М. Синяева, В.Е. Ланкина, В.Ю. Корнюшина, А.А. Романова, А.В. Панько, Т.А. Беркутовой, Е.И. Мазилкиной, Д. Ядина, Ф. Котлера, Дж. Барнетта, С. Мориарти и др.

Теории ВТЛ- технологий посвящены работы в области маркетинга и связей с общественностью, таких авторов как У. Хальцбаур, А.Н. Романцов, А.Е. Назимко, М. Сондер, А.В. Шумович, Г.А. Тульчинского и др.

Однако комплексных исследований, касающихся вопросов использования современных методов продвижения, таких как ВТЛ- технологий недостаточно.

Для разработки универсальной модели ВТЛ- технологии необходимо решить следующие задачи: изучить теоретические и методические основы продвижения продукции на основе ВТЛ-

технологий, систематизировать приемы/методы создания маркетинговых событий, рассмотреть специфику создания креативных концепций событий и платформы продвигаемого продукта, оценить основные инструменты оптимизации затрат при организации BTL-мероприятия, разработать механизм организации BTL-мероприятия и определить его эффективность для продвижения продукции на рынке.

После создания своего товара производитель старается, чтобы как можно больше людей узнали о его продукте. В этом ему помогает реклама. Реклама складывается из множества элементов. Очень важным пунктом является определение цели рекламного обращения. Цель рекламы может сводиться к информированию целевой аудитории на протяжении определенного времени о товаре или услуге, т. е. об объекте рекламирования, к формированию определенного отношения к товару или услуге.

Самое распространенное определение рекламы дает Федеральный закон «О рекламе», принятый Государственной Думой России 22 февраля 2006 года: «Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке»

Ситуация на рынке производителей товаров, торговых марок и поставщиков обусловлена сегодня поиском новых средств донесения до конечного потребителя информации о продукте. Жесткая конкуренция, пресыщение информацией ставят перед конечным потребителем ситуацию выбора: какой товар выбрать, на каком продукте остановить свой выбор.

Традиционные рекламные методы продвижения путем создания ассоциативных образов, связанных с потреблением товара, требующие внушительных рекламных бюджетов, не приносят того результата, который ожидают получить продавцы, а именно: уровень доверия к традиционным формам продвижения товара и торговых марок неумолимо снижается, и эти меры не приводят к увеличению объемов продаж.

Сложившаяся ситуация обусловлена тем, что современный потребитель нуждается в диалоге с производителем. Производителю, в свою очередь, для ведения подобного диалога необходимо знать своего потребителя, его предпочтения, вкусы, истории покупок. В этом случае наиболее эффективным средством воздействия на конечного потребителя является BTL-реклама.

Классическим является разделение рекламы на две группы:

ATL или Above the line (в переводе с английского – «над чертой») – традиционные способы маркетинговых коммуникаций, подразумевающие размещение рекламы в СМИ и позволяющие охватить широкие социальные слои и группы населения.

Среди основных каналов распространения можно выделить: телевидение, радио и прессу. Реклама в СМИ, а именно в прессе, на радио, по телевидению являются классическими видами продвижения и частью ATL.

BTL или Below the line (в переводе с английского – «под чертой») – система маркетинговых коммуникаций, целенаправленно воздействующих на конкретного потребителя в момент принятия им решения о покупке. Ввиду того, что BTL-реклама подразумевает все виды взаимодействия между производителем, продавцом и потенциальным покупателем, то такая реклама более разнообразна по сравнению с ATL, в результате чего может принимать различные формы: мероприятия по стимулированию сбыта (Consumer Promotion) – сэмплинг, дегустация и т. п.; POP и POS материалы; событийный маркетинг (Event Marketing) – лотереи, конкурсы, презентации и т. п.; Product Placement; мерчандайзинг; Direct Marketing: интернет-рассылка, прямая почтовая рассылка и др.

Приведем точки зрения авторов на определение BTL-технологий.

Терских М. В. и Колченко О. С. в своей статье «Позиционирование и продвижение продуктов питания: концептосфера и способы вербализации» отмечают, что к BTL («below the-line advertising» в пер. с англ. «под чертой») относят все другие способы коммуникации с потребителями, кроме размещения рекламы в СМИ и платных медиа. В отечественных публикациях на эту тему часто можно встретить такое упрощенное и неточное объяснение этой терминологии: ATL – «прямая», а BTL – «непрямая» реклама

Для Царенко С. Е. BTL – это различные формы стимулирования сбыта.

Для Григорьевой Н. М. BTL (Below-the-Line - то, что «под чертой»), позволяет репрезентировать специальное рекламное сообщение, носящее личностный и индивидуальный характер, или призывать потребителя к покупке

Общие черты вышеперечисленных формулировок:

Это способ рекламирования товаров с использованием личного контакта с потенциальными потребителями.

Таким образом, BTL – это все коммуникации, в которых не задействованы традиционные рекламные носители – СМИ и наружная реклама. BTL – это один из видов интегрированных маркетинговых коммуникаций, подразумевающий двусторонний интерактивный процесс общения продавца и потребителя непосредственно в местах продаж. BTL можно определить как целенаправленную деятельность по воздействию на потребителя в момент принятия решения о покупке, включающую в себя проведение промо-акций, семплинга, дегустаций, демонстраций, тестовых использований, предоставление скидок, бонусов и прочее. Во всех этих определениях говорится об одно свойстве BTL-коммуникаций – это использование нетрадиционных медиаканалов, а также продвижение товара и влияние на выбор потребителя в местах продаж.

Пока будут существовать фирмы и компании, и пока они будут предлагать свои товары и услуги на рынке, будет существовать и потребность в рекламе. А чтобы их товары покупались, многие фирмы готовы платить за рекламу большие деньги. Поэтому, открыв качественную рекламную компанию, вы всегда будете востребованы.

BTL позволяет доносить рекламное сообщение или призыв к покупке непосредственно к индивидуальному потребителю. В этом случае сообщение носит максимально личностный и индивидуальный характер, место воздействия максимально приближается к месту продажи или к месту, где принимается решение о покупке.

В системе BTL инструментов важны не только всевозможные презентации и демонстрации товара, но и очень важным является взаимодействие продавца с покупателем.

BTL используют для повышения узнаваемости продукта (услуги) или информирования о новинке (с возможностью ознакомиться с ней), для переключения потребителя с конкурирующего бренда на свой, для поддержания имиджа торговой марки, для увеличения объема продаж, для создания эмоциональной связи между потребителем и брендом.

BTL-акций эффективны, поскольку проводятся именно там, где принимается окончательное решение о покупке. BTL обращает внимание потребителя на особые (отличительные, положительные) свойства продукта, фактически подводя его к решению о покупке. Среди механизмов промоушна с точки зрения эффективности особенно выделяется технология "подарок за покупку" (in-store promotion) и призовая механика (consumer promotion).

BTL включает в себя стимулирование сбыта, прямой маркетинг, связи с общественностью, Product placement, событийный маркетинг, мерчандайзинг, личные продажи и др. Такие способы продвижения обеспечивают прямой контакт потребителя с товаром. Расходы, связанные с этим направлением деятельности, рассчитываются исходя из процента от общего бюджета, выделяемого на осуществление маркетинговых коммуникаций.

Создание универсальной модели BTL-технологии будет способствовать эффективному продвижению продукции на рынке, улучшению показателей эффективности рекламного мероприятия, улучшению имиджа и репутации компании.

СЕКЦИЯ 6. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 33

Баитова С.А. Особенности налогообложения и финансирования при строительстве многоквартирных жилых домов

Features of taxation and financing in the construction of apartment buildings

Баитова С.А.

АНО ВО «Гуманитарный университет»
Факультет Бизнеса и управления
направление «Экономика», магистратура, о/о
Baitova S.A.
ANO VO Humanitarian University
Faculty of Business and Management
direction "Economics", master, o / o

***Аннотация.** Эта публикация анализирует налогообложение строительства организаций-застройщиков, нюансы закона о долевом участии, скрытые мотивы недобросовестных застройщиков и методы получения финансовой выгоды при несоблюдения сроков строительства.*

***Ключевые слова:** налоги, налогоплательщик, объект налогообложения, субъект налогообложения, налоговая база, налоговая ставка, налоговый период, долевое участие, инвестирование.*

***Abstract.** This publication analyzes the taxation of the construction of building organizations, the nuances of the law on equity, the hidden motives of unscrupulous developers and methods of obtaining financial benefits if the construction deadlines are not respected.*

***Keywords:** taxes, taxpayer, object of taxation, subject of taxation, tax base, tax rate, tax period, equity, investment.*

В данной публикации постараюсь выявить особенности налогообложения, проанализировать действующее законодательство и опыт налогообложения и финансирования при строительстве многоквартирных жилых домов на примере строительной компании Н. Напомню, что налоги и сборы – обязательные платежи, взимаемые государством с хозяйствующих субъектов и с граждан по ставкам, установленным в законодательном порядке.

Отмечу, под налогом понимается обязательный индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения, принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований [1].

Налоговый Кодекс РФ разъясняет сущность налогов, которая заключается в прямом, без эквивалентном изъятии государством в свою пользу определенной части валового общественного продукта для формирования бюджета.

Как известно, налогоплательщиком или субъектом налогообложения в строительстве признается любое юридическое или физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, владеющее имуществом или при иных обстоятельствах, при наличии которых возникает соответствующее налоговое обязательство. Некоторые юридические лица, в лице строительных компаний, стараются скрыть текущую экономическую и юридическую действительность всеми способами, чтобы снизить сумму налоговой уплаты. В настоящей публикации я постараюсь раскрыть некоторые хитрости и особенности налогообложения при строительстве.

Степанов И.С. указывает: «Объектами налогообложения являются: имущество, прибыль, доход, стоимость реализованных строительных работ (оказание услуг, товаров), либо иной объект, имеющий стоимостную, количественную или физическую характеристику, с наличием которого у налогоплательщика законодательство о налогах и сборах связывает возникновение обязанности по уплате налога»[1].

Исходя из основ налогообложения, для начисления налога необходимо знать налоговую базу, которая представляет собой стоимостную, физическую или иную характеристику объекта налогообложения.

Добавлю, что для расчета необходимо знать налоговую ставку – величину налоговых начислений на единицу измерения налоговой базы, которая может меняться в связи с изменением налогового законодательства и других нормативных актов (например, принятия решения Правительством РФ).

Налоговым периодом, за который рассчитывается налог, является календарный год или иной период времени, применительно к отдельным налогам, по окончании которого определяется налоговая база и исчисляется сумма налога, подлежащая к уплате [1].

Основными налогами в строительстве являются: налог на добавленную стоимость (НДС в РФ 20%), налог на имущество, налог на прибыль.

Налог на добавленную стоимость уплачивают исходя из:

- 1) стоимости строительно-монтажных работ, выполненных хозяйственным способом (для собственного потребления);
- 2) суммы средств, полученных строительными предприятиями за реализованные строительно-монтажные работы (СМР) (услуги) от других предприятий в виде финансовой помощи или направленные в счет увеличения прибыли, или связанных с оплатой реализованных СМР, за исключением средств, зачисляемых в уставные капиталы предприятий его учредителями, целевого бюджетного финансирования, а также на осуществление совместной деятельности;

3) стоимость жилых домов, детских садов, клубов, санаториев и других объектов социально-культурного и бытового назначения, передаваемых органам государственной власти;

4) стоимость объектов (жилых домов, клубов и т.п.) государственной и муниципальной собственности, передаваемых безвозмездно предприятиям, учреждениям.

Сумма НДС, подлежащая к уплате по месту нахождения обособленного подразделения организации, определяется как $\frac{1}{2}$ произведения общей суммы налога, подлежащей уплате организацией на величину, исчисляемую как сумма удельного веса среднесписочной численности работников (фонда оплаты труда) обособленного подразделения в среднесписочной численности работников (фонда оплаты труда) по организации в целом и удельного веса стоимости основных производственных фондов по организации в целом.

Налог на прибыль организаций относится к группе прямых налогов. Его сущность заключается в обязательном изъятии части дохода строительного предприятия в пользу государства.

Объектом налогообложения является валовая (балансовая) прибыль строительного предприятия, которая представляет собой сумму прибыли, полученную от реализации строительных работ (услуг) и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

Прибылью признаются полученные предприятием доходы от реализации СМР и имущественных прав, уменьшенных на величину этих расходов. Прибыль от реализации строительно-монтажных работ (услуг) – превышение выручки от реализации СМР (услуг) за минусом НДС, налога с продаж над затратами на её производство и реализацию, включаемыми в себестоимость СМР (услуг).

Чтобы определить налогооблагаемую прибыль строительное предприятие (налогоплательщик) уменьшает полученные доходы на сумму произведенных расходов.

Налоговая база определяется следующим образом:

1) Период, за который определяется налоговая база (с начала налогового периода нарастающим итогом).

2) Сумма доходов от реализации полученных в отчетном периоде (налоговом) периоде.

3) Сумма расходов. Произведенных в отчетном (налоговом) периоде, уменьшающих сумму доходов от реализации.

4) Прибыль (убыток) от реализации.

5) Сумма внереализационных доходов.

6) Сумма внереализационных расходов.

7) Прибыль (убыток) от внереализационных операций.

8) Итого налоговая база за отчетный период.

9) Сумма прибыли, подлежащей налогообложению.

Налоговая ставка¹ для российских организаций установлена в размере 24%, из них :

-6% зачисляется в федеральный бюджет;

-16% - в бюджеты субъектов РФ;

-2% - в местные бюджеты.

Для строительства многоквартирных жилых домов допускается использование средств застройщика, вкладчиков (юридических лиц: подрядных организаций, торговых организаций, инвестиционных организаций, в том числе иностранных, банков, муниципальных учреждений и пр., физических лиц на правах пайщиков, дольщиков).

Одним из возможных вариантов реализации жилых домов (квартир) является заключение договоров долевого участия в строительстве (инвестирования) между застройщиком и компанией-инвестором, которая в последующем уступает свои права по договору физическим лицам. Но при такой модели реализации объектов недвижимости компания-инвестор сталкивается с необходимостью заплатить НДС со своей прибыли, т.е. разницы между ценой уступки права требования физическому лицу, и суммой, уплаченной по договору инвестирования (п. 2 ст. 155 НК РФ).



Рисунок 1. Взаимоотношения компании-инвестора–застройщика–покупателя².

Иностранная компания заключает договор инвестирования в строительство с российским застройщиком и перечисляет ему денежные средства. Перечисленные застройщику инвестиционные денежные средства по сути покрывают только его затраты на строительство и включают в себя совсем небольшое вознаграждение застройщика, однако помогают продолжить строительство и начать «продавать» остальные квартиры по более высокой цене. Деловая цель сотрудничества налицо. На практике такой иностранный инвестор также ближе к окончанию строительства через российских агентов или агентство недвижимости

¹ [1] Экономика строительства: Учебник/Под общей ред. И.С. Степанова. – 3-е изд., доп. и перераб.: - М.: Юрайт – Издат, 2007. – 620 с.

² [2] <https://www.audit-it.ru/articles/account/p738011.html>

уступает свои права по договору физическим лицам. Разница между суммой первоначальных инвестиций и ценой уступки составляет прибыль иностранного инвестора.

Особенность состоит в том, что у такого иностранного инвестора не возникает обязанности по уплате НДС и налога на прибыль в Российской Федерации, а российский застройщик обязан уплатить НДС в бюджет РФ.

Реализация иностранной организацией имущественных прав, в том числе на жилые дома, подлежит обложению НДС в России, в двух случаях:

- деятельность иностранной компании приводит к образованию постоянного представительства в РФ;
- у иностранной компании хоть не образуется постоянного представительства в России, но местом реализации имущественных прав является Российская Федерация.

Однако, деятельность иностранного инвестора по получению доходов от уступки прав требования по договорам инвестирования (долевого участия) не приведет к образованию постоянного представительства в Российской Федерации, если он не будет заключать такие сделки через какое-либо обособленное подразделение (отделение) в России, или агента - резидента РФ, действующего от имени и в интересах иностранного инвестора (п. п. 2, 9 ст. 306 НК РФ), кроме случаев реализации имущественных прав через специального агента, основным видом деятельности которого являются операции с недвижимостью.



Рисунок 2. Взаимоотношения иностранной компании-инвестора – застройщика – российского агентства недвижимости – покупателей².

Таким образом, иностранный инвестор должен заключать все сделки через агентство недвижимости [2].

Полезным инструментом для финансирования группы компаний может быть не только займ, используемый повсеместно, но и договор факторинга.

Факторинг (англ. factoring от англ. factor — посредник, торговый агент) — это комплекс финансовых услуг для производителей и поставщиков, ведущих торговую деятельность на условиях отсрочки платежа [3].

В операции факторинга обычно участвуют три лица: фактор (факторинговая компания или банк) — покупатель требования, поставщик товара (кредитор) и покупатель товара (дебитор). В некоторых случаях, здесь может быть и четвёртая сторона-посредник, которая, например, предоставляет площадку или электронную платформу для совершения факторинговых сделок. Основной деятельностью факторинговой компании является кредитование поставщиков путём выкупа краткосрочной дебиторской задолженности, как правило, не превышающей 180 дней. Между факторинговой компанией и поставщиком товара заключается договор о том, что ей по мере возникновения требований по оплате поставок продукции предъявляются счета-фактуры или другие платёжные документы. Факторинговая компания осуществляет дисконтирование этих документов путём выплаты клиенту 75–90 % стоимости требований. После оплаты продукции покупателем факторинговая компания доплачивает остаток суммы поставщику, удерживая процент с него за предоставленный кредит и комиссионные платежи за оказанные услуги.

Второй важный аспект связан с определением места реализации прав по инвестиционному договору в целях исчисления НДС.

В Налоговом кодексе РФ содержатся только правила определения места реализации работ и услуг (ст. 148 НК РФ), но нет положений, разъясняющих, как определять место реализации имущественных прав, когда продавцом выступает иностранная компания.

По мнению Минфина РФ уступка прав требования для целей налогообложения НДС должна считаться услугой, а значит к определению ее места реализации применяются нормы, закрепленные в ст. 148 НК РФ. С другой стороны, передача имущественных прав является самостоятельным объектом обложения НДС наравне с реализацией товаров, работ, услуг в соответствии с пп. 1 п. 1 ст. 146 НК РФ. Согласно письму Минфина РФ от 18.06.2012 г. № 03-07-08/154

если уступку права требования иностранной организацией российской компании признавать услугой, местом реализации такой услуги не является территория РФ и, следовательно, она не подлежит обложению НДС исходя из следующих положений:

- уступка прав требования к услугам (работам), прямо перечисленным в ст. 148 НК РФ, не относится;

- место реализации не указанных в ст. 148 НК РФ услуг определяется по месту осуществления деятельности организации, оказывающей такие услуги;
- местом осуществления деятельности организации не признается территория РФ, если она не зарегистрирована в России (п. 2 ст. 148 НК РФ).

В письме Минфина РФ от 17.10.2013 г. среди прочих операций по передаче имущественных прав прямо упоминается передача прав на объекты долевого строительства, осуществляемая иностранной организацией, не состоящей на налоговом учете и не имеющей постоянного представительства в России.

Минфин России не относит уступку имущественных прав по договорам инвестирования (долевого участия в строительстве) к услугам, непосредственно связанным с недвижимым имуществом и указанным в пп. 1 п. 1 ст. 148 НК РФ, местом реализации которых в целях исчисления НДС признается Российская Федерация. В результате, риск того, что налоговые органы посчитают такую уступку услугой, непосредственно связанной с недвижимостью в России, и доначислят НДС, - весьма незначительный.

Что касается налога на прибыль, то доходы от договоров уступки прав требования по инвестиционному договору иностранным инвестором конечному покупателю не подлежат обложению налогом на прибыль в РФ на основании п. 2 ст. 309 НК РФ, при условии, что деятельность иностранного инвестора не образует постоянного представительства в РФ.

Важным моментом применительно к налогу на прибыль является то, что иностранный инвестор по договору уступки передает покупателям именно имущественные права на будущие объекты недвижимости. Такую операцию следует отличать от реализации находящегося в России недвижимого имущества, которая в свою очередь подлежит обложению налогом на прибыль в РФ на основании п. 6 ст. 309 НК РФ и ст. 6 международных соглашений об избежании двойного налогообложения. До окончания строительства объектов недвижимости и получения застройщиком разрешения на ввод объектов в эксплуатацию строящиеся объекты нельзя назвать недвижимостью в соответствии с Градостроительным кодексом РФ и п. 2 ст. 2 ФЗ «Об участии в долевом строительстве». Поэтому нормы, предусматривающие налогообложение доходов от реализации недвижимого имущества в РФ, к данной ситуации не применимы [2].

Российское агентство недвижимости, в свою очередь, получает вознаграждение за свои услуги по поиску покупателей, которое подлежит обложению в Российской Федерации.

Таким образом, сотрудничество с иностранным инвестором на начальных этапах строительства позволяет застройщику получить необходимый импульс к строительству, а для иностранного инвестора - достаточно понятным способом инвестировать и получать доходы с их налогообложением только в стране своего резидентства. Российские застройщики неохотно

идут на заключение инвестиционных договоров с иностранными инвесторами по причине не возмещения значительных сумм по уплате сумм НДС.

При взаимоотношениях в строительстве на основе договора долевого участия участники руководствуются Федеральным законом от 30.12.2004 №214-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации».

На примере российской строительной компании N рассмотрим пример сдачи жилого комплекса и начисления налогов на доходы компании и физических лиц.

В 2011 году компании N был выделен участок с незавершенным строительством многоквартирного комплекса, из четырех домов только у двух домов был выполнен каркас, у третьего заложен фундамент, четвертый только в проектом положении. Предыдущий застройщик обанкротился, оставив 393 обманутых дольщика³. В состав обманутых дольщиков, в основном, входили только простые граждане, которым не осилить было самостоятельную достройку домов, оплату задолженностей кредиторов. В такой ситуации помощь оказало Правительство Свердловской области под личным контролем губернатора и представителя аппарата Президента. На проблемный объект зайти изъявил желание только один застройщик при определенном условии, что государство через САИЖК выделит финансирование достройки. Сметная стоимость достройки составила 2,46 млрд.руб., застройщик совместно с подрядчиками в итоге затратил 1,26 млрд.руб. Но, к сожалению, объект не сдавался, какие бы сроки не устанавливали вновь и вновь, застройщик снова просил денег. Выделенные денежные средства поступали постепенно, но крупными траншами. Стройка затянулась на 9 лет. Сумма 2,6 млрд.рублей – это стоимость всей стройки с нуля и с ценой земли, но участок передан бесплатно согласно областному закону, и на территории уже стояли незавершенные объекты, т.е. их достройка должна была стоить дешевле⁴. Кроме того, застройщик продавал основную часть квартир дома в других секциях по повышенным ценам, не разрешая поменять несданные квартиры дольщиков непродávаемые им в этом же комплексе и в этом же доме.

У одной части обманутых дольщиков были договора долевого участия, у других инвестиционные договора. Закон от 30.12.2004 №214-ФЗ был разработан и принят для того, чтобы защитить права дольщиков – покупателей недвижимости, которая находится на стадии строительства. Но, согласно нормам закона, гарантии того, что дом точно достроится и будет сдан в эксплуатацию, а потом передан в собственность дольщиков, нет. Суть 214 Закона в том, что получить помощь от государства всё же можно. Для этого необходимо составить договор на

³ Информация предоставлена автором

⁴ Информация предоставлена автором

привлечение денежных средств, а потом заверить его в Росреестре. Это будет свидетельствовать о том, что у покупателя всё в порядке с документами. Однако от форс-мажорных обстоятельств это не застрахует[4]. Так получилось и с дольщиками компании Н. Кроме того, что стройка оказалась «замороженной», один из домов признали уже аварийным («не прошел экспертизу»), и перед дольщиками этого дома возник риск вообще никогда ничего не получить: ни квартир, ни денег. Многие дольщики (пайщики) для того, чтобы заключить договор с застройщиком и вложить денежные средства, продали недвижимость, некоторые продали новую недвижимость, которой не было ещё 3-х лет после сдачи дома с целью расширения. В результате после продажи недвижимости граждане были обязаны уплатить налог на доходы физических лиц в размере 13% от стоимости проданной квартиры единовременно, а налоговый вычет, в качестве компенсации так и не получили за 9 лет. Оплачивать сумму в размере около 200 тыс.руб. им было не из чего, ведь вся сумма была вложена в новую стройку, а на указанный налог в размере 200 тыс.руб. стали начисляться значительные пени, которые в результате превысили размер налога. Затем для получения квартир в соседнем доме этого же комплекса дольщиков вынудили переподписать договора сначала с САИЖК, затем с ЖСК, в которых не принимались замечания дольщиков по поводу сроков приемки квартир, стоимости, а также включения неустойки в связи со значительным срывом сроков окончания строительства. В результате были получены квартиры без права выплат неустоек, кроме того, многим пришлось вновь взять кредит в банке для внесения недостающей суммы в связи с увеличенной площадью квартир, а так называемый «аварийный дом» достроили через 1 год с завышенной стоимостью квартир.

Закон 214-ФЗ о долевом строительстве в новой редакции предполагает новую систему расчетов. Теперь все расчеты по договорам, заключенным после 1 июля, даже если разрешение на строительство получено ранее 1 июля 2018 года (даты, когда ужесточились требования к застройщикам в связи с вступлением в силу очередных изменений в ФЗ-214), будут производиться через специальные эскроу-счета. Так называются специальные счета, на которых деньги аккумулируются, замораживаются до наступления определенных обстоятельств и полного выполнения своей части обязательств одним из участников правоотношений.

Таким образом, введен запрет на сбор средств застройщиками, кроме объектов, которые уже проданы на 10 и более процентов и готовы более чем на 30 процентов. Под каждое разрешение на строительство теперь будет открываться такой счет в кредитной организации, уполномоченной на то государством. Банкам также предоставлено право контроля за совершаемыми застройщиком операциями, при выявлении нецелевых расходов такие операции будут запрещены. Финансировать свои проекты по возведению жилья строительные организации будут через банковские кредиты. Денежные средства на эскроу-счетах будут страховаться, при этом существует ограничение страховой суммы – 10 миллионов рублей [5].

Однако, особенность новых поправок в закон в том, что и они не учитывают и не страхуют дольщиков от подобных рисков по уплате налога на доходы физических лиц.

В данном Законе прописываются требования, выдвигаемые к застройщикам. Одно из требований для привлечения средств дольщиков для строительства объекта недвижимости могут лишь организации, которые являются финансово устойчивыми. То есть, у них есть свободные средства в размере 2,5 млн. рублей. По Закону, этих денег должно хватить для строительства 1,5 тысяч квадратных метров.

А фактически стоимость бетона⁵:

-для выравнивания площадки под фундамент

2250 руб/м²*766,40 м² = 1 724 400 рублей

-для стяжки полов жилых помещений

2370 руб/м² *9430,3 м²=22 349 811 рублей

-особо прочных

2800 руб/м²*3591,7 м²=10 056 760 рублей

Итого стоимость бетонных работ, без отделочных и затрат на инженерные коммуникации 34 130 971 рубль, в расчете на 1500 м² денежных средств необходимо 3 931 536 рублей, что «не укладывается» в размер суммы 2,5 млн.руб., которые указаны в поправке к Закону №214-ФЗ.

Особенность новых поправок: **строительной организации не хватит денежных средств 2,5 млн.руб. для строительства 1500 м², исходя из реальных более высоких цен на бетон.**

Мнение специалистов по поводу введения эскроу-счета в банке разделилось.

В банке эти денежные средства замораживаются и перечисляются на счет застройщика только после того, как он передаст квартиру собственнику. Вроде бы все отлично, но есть свои нюансы и риски, и в некоторых случаях закон может не спасти покупателей [6].

1. Банкротство застройщика

Если дом не будет достроен, а застройщик находится в стадии банкротства, согласно поправкам к закону, нужно скорее возвращать свои деньги с эскроу-счета, но для этого необходимо будет расторгнуть договор долевого участия (ДДУ). После расторжения договора должны получить обратно те денежные средства, которые были внесены на этот счет. Если брали в ипотеку данный объект, то те деньги, которые ежемесячно вносили на погашение кредита, не вернутся. Хорошо, если сумма в ипотеку была большая, а если маленькая, то по факту покупатель-дольщик останется в убытке.

⁵ https://manbeton-ekb.ru/?roistat=direct6_search_8094171914

И чтобы не потерять все свои вложения, есть вариант войти в процедуру банкротства, и, как все кредиторы, ждать своего часа. Но грозит это тем, что у нас вновь появятся обманутые дольщики.

2. Массовая скупка квартир

Несмотря на вступившие изменения, застройщики все еще могут продавать квартиры по старым условиям (если дом построен на 30%), а вот число заключенных договоров около 10%. Девелоперы сейчас активно ищут обходные пути. Недавно стало известно, что застройщики массово скупили у себя же недвижимость. В июне, по данным Росреестра, число заключенных ДДУ дошло до 12 тысяч! Таким образом, девелоперы пытаются сделать все, чтобы не заключать эскроу счета.

Один из рисков, который может возникнуть при такой схеме, заключается в том, что потенциальные покупатели не будут защищены эскроу-счетами.

3. Дополнительные доплаты

Достаточно часто в договоры включают условие, что если построенный объект больше указанного, то дольщик должен заплатить пропорциональную доплату. А если учитывать, что договоры граждане читают крайне редко, это может стать весьма неприятным сюрпризом для дольщика, особенно если были потрачены последние деньги.

4. Новые критерии

Вступившие в силу изменения призваны обезопасить покупку новостроек для будущих дольщиков. Но поправки могут негативно отразиться на судьбе «нынешних» дольщиков. Ведь некоторые девелоперы рискуют и не получают от банка финансирование, поскольку нужно соответствовать определенным требованиям. В результате чего такие застройщики не смогут приступить к строительству. Как итог: новая волна обманутых дольщиков.

На примере строительной компании N рассмотрим, почему затягивался процесс строительства при наличии денег и разрешительной документации. Застройщик жаловался периодически на нехватку денег у них и у подрядчиков. Замороженные средства у заказчика-застройщика не совпадают с объемом ресурсов, которые переведены в незавершенное производство у подрядчиков.

Во-первых, не совпадают суммы переданных заказчиком-застройщиком инвестиций и освоенных подрядчиком средств. Разница между ними находится на счете подрядчика, и принося доход (получает проценты на сумму на расчетном счете), не побуждает его торопиться осваивать их.

Во-вторых, незавершенное производство замыкает на себя основные фонды строительных организаций на значительные суммы, следовательно, потери от незавершенного производства (незавершенной стройки) можно определить по формуле:

$$П_{нп} = П_{дс} + П_{оф}, \quad (1)^6$$

где $П_{нп}$ – потери от незавершенного производства;

$П_{дс}$ – потери от замораживания освоенных строительством денежных средств, которые воплощены в незавершенное производство;

$П_{оф}$ – потери от отвлечения основных фондов строительной организации на осуществление оцениваемого варианта строительства.

Другим значительным резервом снижения себестоимости строительно-монтажных работ при сокращении продолжительности строительства является экономия средств (затрат), расходуемых пропорционально времени осуществления работ. Такие издержки сосредоточены в накладных расходах (заработная плата административно-хозяйственного персонала, отчисления на соц. нужды, содержание канцелярии, зданий, сооружений, охраны и т.п.), которые называют ещё условно-постоянными. При сокращении продолжительности строительства их экономия составит:

$$ЭК_{нр} = K_n * H_p * \left(1 - \frac{t_{ф}}{t_{пл}}\right), \quad (2)^6$$

где $ЭК_{нр}$ – экономия (перерасход) условно-постоянной части накладных расходов при сокращении (затягивании) продолжительности строительства;

K_n – коэффициент, учитывающий удельный вес условно-постоянной части накладных расходов в их общей величине;

H_p – сумма накладных расходов по смете строящегося комплекса (объекта);

$t_{ф}, t_{пл}$ – фактическая и плановая продолжительность строительства комплекса (объекта).

$$ЭК_{нр} = 0,8 * 120\,520\,485 * \left(1 - \frac{9 * 12}{3 * 12}\right) = -192\,832\,776 \text{ рублей}$$

Компания получила перерасход накладных расходов при затягивании строительства $120\,520\,485 - 192\,832\,776 = -72\,312\,291$ рублей

В последние годы подрядные организации несут огромные потери в связи с затягиванием (запаздыванием) платежей и инфляцией.

$$П_{зи} = W * \Delta T (E_c + Y_{год}), \quad (3)^6$$

где W – сумма средств, задерживаемых к выплате;

ΔT – величина задержки выплат, долей года;

E_c – коэффициент экономической эффективности (рентабельности) строительной организации;

$Y_{год}$ – уровень инфляции в годовом исчислении.

⁶ [7] Экономика строительства: учебник для академического бакалавриата/под общ.ред. Х.М.Гумбы. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 449 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.

$$Y_{\text{год}} = I_{\text{год}} - 1, \quad (4)^6$$

где $I_{\text{год}}$ – индекс изменения цен на строительную продукцию в течение года.

$$Y_{\text{год}} = 6,9 - 1 = 5,9$$

$$P_{\text{зи}} = 52\,000\,000 * 0,2 (0,075 + 5,9) = 62\,140\,000 \text{ рублей}$$

При задержке платежей:

$$I(t_1, t_2) = \frac{C_1}{C_2}, \quad (5)^6$$

где C_1, C_2 – индексы цен на строительную продукцию в начале и в конце периода платежей.

$$I(t_1, t_2) = \frac{6,65}{6,9} = 0,96$$

Таким образом цены выросли на 4% (100 – 96%). Подрядные организации и не торопились осуществить окончание строительства, т.к. несли убытки в связи с ростом накладных расходов и цен на строительно-монтажные работы. Можно предположить, что для этого они сэкономили на уплате НДС, возмещая убытки «прокручиванием» денежных средств на счетах. А при досрочной сдаче им бы пришлось платить НДС, нести все накладные расходы, затраты на работы, материалы и т.п. При этом вознаграждение от досрочной сдаче были бы минимальны, если они в принципе заложены в договор подряда. Поэтому одной из причин появления недобросовестных застройщиков и подрядчиков и большого количества обманутых дольщиков является умышленное манипулирование финансово несостоятельными подрядными организациями и застройщиком денежными средствами дольщиков.

Но несмотря на то, что объект остался незавершенным, налоговым законодательством предусмотрен налог на незавершенное строительство.

Строительные объекты, которые ещё не введены в эксплуатацию, принято считать незавершённым строительством. К объектам данной категории относят:

- законсервированную стройку.
- на этапе приостановки.
- полностью остановленную.
- готовый объект, проходящий проверку безопасности и соответствие техническим параметрам.

Главы 30-32 НК РФ определяют порядок налогообложения таких объектов. Законом однозначно устанавливается требование оплаты имущественного налога на незаконченное строительство.

Основные нюансы его оплаты устанавливаются местными властями, поскольку данный налог относится к региональным сборам.

408 статья НК гласит, что начисление имущественного налога производит налоговая служба. Её сотрудники направляют уведомления о необходимости оплаты налога владельцам недвижимости по завершению налогового периода. В уведомлении указана сумма платежа.

Кроме 406 статьи, некоторые аспекты налогообложения имущества регулируют статьи 52, 401, 402, 403, 406 и 407 НК РФ.

В ситуации, когда на незавершённое строительство уже оформлены права собственности, необходимо оплачивать имущественный налог в полном объёме. Его расчёт может различаться в зависимости от региона. В частности, в регионах РФ налог рассчитывается на основании кадастровой стоимости объекта.

Единственный способ избежать оплаты налога в таком случае – не регистрировать права собственности на объект, до полного завершения строительства. Но регистрировать вынуждают обманутые дольщики.

Несмотря на то, что имущественный налог в некоторых случаях действительно можно оплатить по льготной ставке, недостроенных объектов это не касается.

Налог на незавершённое строительство во всех субъектах РФ нужно платить полностью. Поэтому получить льготу можно только после завершения строительства и оформления постройки как полноценного объекта недвижимости.

Также стоит уточнять списки льготных налоговых платежей в местной администрации. Иногда туда могут попасть и недостроенные объекты.

Размер налоговой ставки в разных регионах может отличаться. Определённые ограничения накладывает статья 406 НК РФ. В частности, согласно ей региональная ставка не может превышать минимальную более, чем в три раза. В большинстве регионов ставка налога на незавершённое строительство равна 0,1%, а в Москве 0,3% от кадастровой стоимости объекта.

Для физических лиц при исчислении на основании кадастровой стоимости предельные ставки налога определены статьёй 406 НК РФ:

- 0,1% для жилых построек.
- 2% для административных, торговых объектов и объектов стоимостью более 300 тысяч рублей.
- 0,5% для остальных объектов.

Юридические лица платить налог на незавершённые объекты вообще не должны, поскольку данные объекты не используются в их коммерческой деятельности. Налог нужно будет платить только после введения объекта в эксплуатацию [8].

В Налоговом Кодексе РФ приведено несколько форм изменения сроков уплаты налогов:
- отсрочка;

- рассрочка;
- налоговый кредит;
- инвестиционный налоговый кредит.

Под отсрочкой или рассрочкой понимается изменение срока уплаты налога при наличии оснований, предусмотренных ст.64 НК РФ на срок от 1 до 6 месяцев соответственно, с единовременной или поэтапной уплатой налогоплательщиком суммы задолженности. За отсрочку или рассрочку необходимо заплатить $\frac{1}{2}$ ставки рефинансирования Центробанка РФ.

Налоговый кредит предоставляется на срок от трёх месяцев до одного года. При получении налогового кредита тоже устанавливаются проценты в размере ставки рефинансирования ЦБ РФ.

При получении налогового кредита необходимо обеспечить исполнение обязательства, т.е. внести залог или иметь поручительство. Налоговый кредит предоставляется при наличии хотя бы одного из следующих оснований:

- причинение ущерба в результате стихийного бедствия, техногенной катастрофы или иного обстоятельства непреодолимой силы;
- задержки финансирования из бюджета или оплаты выполненного государственного заказа;
- угрозы банкротства в случае единовременной выплаты налога.

Инвестиционный налоговый кредит может предоставляться по налогу на прибыль организаций, а также по региональным и местным налогам. Срок, на который может предоставляться инвестиционный налоговый кредит, - от одного года до пяти лет. Размер ставки дифференцируется от $\frac{1}{2}$ до $\frac{3}{4}$ ставки рефинансирования ЦБ РФ [1].

Кроме перечисленных налогов, строительные организации перечисляют обязательные налоги в составе единого социального налога (ЕСН). В настоящее время организации напрямую перечисляют средства в фонды, входящие в состав ЕСН. Единый социальный налог предназначен для аккумулирования средств в целях реализации прав граждан на государственное пенсионное и социальное обеспечение и медицинскую помощь. В него входят:

- отчисления в Пенсионный фонд – 28%;
- отчисления в фонд социального страхования – 4%;
- отчисление в Федеральный фонд медицинского страхования – 0,2%;
- отчисление в территориальный фонд медицинского страхования – 3,4%.

Всего в составе ЕСН отчислений – 33%.

Для перечисления налогов строительные организации подают ежегодные налоговые декларации в местные налоговые органы. Годовые налоговые декларации предоставляются строительными организациями не позднее 31 марта года, следующего за отчетным.

Библиографический список

1. Экономика строительства: Учебник/Под общей ред. И.С. Степанова. – 3-е изд., доп. и перераб.: - М.: Юрайт – Издат, 2007. – 620 с.
2. <https://www.audit-it.ru/articles/account/p738011.html>
3. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
4. <https://urist-bogatyr.ru/article-item/214-fz-sut-i-izmeneniya-2019-goda/>
5. <https://takovzakon.ru/zakon-o-dolevom-uchastii-v-stroitelstve-2019-goda-izmeneniya-s-1-ijulya/>
6. <https://zen.yandex.ru/media/svetlanapetropol/top5-sluchaev-kogda-zakon-ne-spaset-dolscikov-5d6f69ace4f39f00addce4f6>
7. Экономика строительства: учебник для академического бакалавриата/под общ. ред. Х.М. Гумбы. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 449 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.
8. <https://estatelegal.ru/oformlenie/nalog-na-nezavershyonnoe-stroitelstvo/>

УДК 336.02

Исмагилова А., Кропоткина О., Бельтюкова С.М. Налоговая система в цифровой экономике: новые взгляды и перспективы развития

The tax system in the digital economy: new views and development prospects

Исмагилова Анастасия

Студентка 3 курса Гр. Э-17-56
Пермский национальный исследовательский
политехнический университет, г. Пермь

Кропоткина Ольга

Студентка 3 курса Гр. Э-17-56
Пермский национальный исследовательский
политехнический университет, г. Пермь
Научный руководитель

Бельтюкова Светлана Михайловна

Старший преподаватель
кафедры «Экономика и финансы»
Пермский национальный исследовательский
политехнический университет, г. Пермь
Ismagilova Anastasia
3rd year student Gr. E-17-5b
Perm National Research Polytechnic University, Perm
Kropotkina Olga
3rd year student Gr. E-17-5b
Perm National Research Polytechnic University, Perm
Scientific director
Beltyukova Svetlana
Senior Lecturer
Department of Economics and Finance
Perm National Research Polytechnic University, Perm

Аннотация. В данной статье рассматривается налоговое регулирование криптовалют в Российской Федерации, проведен анализ существующего правового и налогового регулирования криптовалют в зарубежных странах, определены перспективы развития налогового регулирования криптовалют в Российской Федерации.

Ключевые слова: правовое и налоговое регулирование, цифровая экономика, криптовалюта, зарубежный опыт стран.

Abstract. This article discusses the tax regulation of cryptocurrencies in the Russian Federation, analyzes the existing legal and tax regulation of cryptocurrencies in foreign countries, defines the prospects for the development of tax regulation of cryptocurrencies in the Russian Federation.

Keywords: legal and tax regulation, digital economy, cryptocurrency, foreign experience of countries.

За последнее несколько лет информационно-коммуникационные технологии совершили огромный скачок вперед. Помимо развития программного обеспечения было создано множество платформ, которые стали неким инструментом для ведения бизнеса.

В связи с вышеуказанным прогрессом появились пробелы в налогообложении, через которые налогоплательщики могут уходить от уплаты налогов или же налогообложение может проходить дважды, а то и больше, одним из способов уклонения от налогообложения являются криптовалюты, однако уклонение от уплаты налога это нарушение правил, а правил на данный момент в законе Российской Федерации не существует [1,7-8].

В Российской Федерации только идет процесс принятия криптовалюты законодательно, однако в сфере налогового регулирования существуют только предположения. Поэтому поднимается вопрос законодательного и налогового регулирования криптовалют [13,15,18].

В некоторых странах уже придан правовой статус криптовалютам. Передовыми странами в сфере обращения криптовалют и в сфере их регулирования являются США и Япония. Пример данных стран будет рассмотрен в статье. Похожее исследование проводилось Гульковой М.Л., Карп М.В. и Типалиной М.В. в статье «Налоговые вызовы цифровой экономики» [5].

В России на данный момент наблюдается отсутствие конкретной системы налогообложения для электронного бизнеса, а так же понятий, определяющих цифровые операции. При рассмотрении сектора электронного бизнеса налогообложение сталкивается со следующими проблемами [4]:

- 1) неоднозначность гражданско-правовых трактовок технических действий;
- 2) комплексный характер услуг, которые облагаются зачастую отдельно, а оплата одна;
- 3) затруднительно определить место оказания услуг;
- 4) появление двойного обложения.

Однако уже существует множество исследований на тему электронного бизнеса. Многие из работ, посвященных данной теме, принадлежат Фроловой Л.В. Так, например, в статье: «Принципы налогообложения субъектов электронной коммерции» была обоснована возможность налогообложения электронного бизнеса наряду с традиционным [16,с.8], в работе «Электронная коммерция: понятие и виды» дана сущность изучаемого явления [17, с.5]. В таких странах как США, Великобритания и Китай уже существуют налоговые системы для электронной коммерции. В финансовом секторе электронной коммерции налогообложение так же сталкивается с рядом проблем [12]. В первую очередь это криптовалюты, некоторые пользователи предпочитают операции и содержание счетов именно в криптовалюте.

Поскольку в законодательстве Российской Федерации на данный момент не существует ни определения цифровых прав, ни определения цифровых финансовых активов, а так же, согласно конституции Российской Федерации основным и единственным платежным средством на территории Российской Федерации является рубль [6], и налоги так же уплачиваются в рублях, следовательно, образуется некоторая «налоговая лазейка», через которую можно уклониться от уплаты, однако уклонение от уплаты налога это нарушение правил, а правил на данный момент в законе РФ не существует [8].

Несомненно, задач и вопросов много, однако для решения поставленного вопроса, в законодательстве должны быть четкие определения того, что чем является. С чего законодательство РФ и начало, в ГК с 1.10.2019 года появляется 141.1 статья «Цифровые права», а так же с 2020 года вступает в силу закон о цифровых финансовых активах. Хочется отметить, что проводилось множественное количество дискуссий на тему того, к чему отнести криптовалюты. Являются ли они абсолютными или относительными правами? Приравнять ли криптовалюты к имуществу, если да то к какому иному или имущественному праву? Могут ли криптовалюты выступать в качестве средства платежа (быть самостоятельной валютой)? Или же это документированная информация [13]? В конечном итоге еще не вступивший в силу, но уже принятый закон о ЦФА приравнивает криптовалюту к имуществу, а так же ограничивает ее обращение, однако так же отмечено, что ее можно менять на рубль, но она не является самостоятельным платежным средством [12].

Как уже упоминалось ранее, в налоговом законодательстве РФ еще не присутствует никаких поправок, относящихся к рассматриваемому сектору электронной коммерции, поэтому далее в исследовании будет рассмотрен опыт зарубежных стран. В данном исследовании основное внимание будет обращено в основном на США и Японию, поскольку в этих двух странах наиболее развита в сфере технологий и обращения криптовалют.

В США ведут деятельность наиболее крупные компании, чья деятельность связана с криптовалютами. Здесь за многие товары и услуги можно расплачиваться в данной валюте. Так же в США распространены специализированные банкоматы, которые позволяют совершать обмен национальной валюты и криптовалюты [14]. Для организации деятельности по выпуску криптовалют нужно получить лицензию. В 2014 году IRS (Internal Revenue Service – Налоговая служба США) выпустила специальное руководство, в котором установлен правовой статус криптовалюты – имущество [10]. Данное руководство устанавливает следующие налоги [9]:

- 1) подоходный налог и налог на заработную плату, для тех работодателей, которые выплачивают заработную плату в данной валюте;
- 2) налог на имущество;
- 3) налог на прибыль;
- 4) налог на годовой валовой доход;
- 5) налог на прирост капитала.

В декабре 2017 года президент США Дональд Трамп подписал закон, согласно которому все сделки, связанные с криптовалютой, будут облагаться налогом [14].

Технология блокчейн была разработана именно в Японии, однако до 2014 года никакого правового регулирования криптовалюты не предполагалось. Предпосылкой установления законного регулирования операций и деятельности, связанной с криптовалютами был обвал биржи MtGox в 2014 году. Спустя несколько лет анализа вышел закон о виртуальной валюте 2017 года, где криптовалюта является приравненным к активам носителем стоимости [11]. В Японии криптовалюта может выполнять функции валюты, но при этом не является официальным платежным средством [2]. В декабре 2018 года криптовалюта была причислена

к новой правовой категории «криптовалютные активы» [3]. На данный момент в Японии налоги с использования криптовалюты платят только владельцы бизнеса, деятельность которых связана с этой валютой, и соответственно доход от этой деятельности облагается налогом на прибыль и налогом на прирост капитала, в 2017 году виртуальная валюта была освобождена от НДС. Законодательная инициатива Японии направлена на беспрепятственную торговлю криптовалютой, облегчение налогообложения и защиту рынка обмена [11].

В ряде других стран так же существует налоговое регулирование криптовалют и присвоенным им правовым статусом, так же стоит отметить, что в каждой стране свое отношение к данной валюте.

Далее в таблице представлен правовой статус криптовалют в разных странах и налог, установленный на них.

Таблица 1

Правовой статус и налогообложение криптовалют в ряде зарубежных стран [5, 19]

Государство	Правовой статус	Налог
США	имущество	налог на имущество
		налог на годовой валовой доход
		налог на прибыль
		налог на прирост капитала
		зарплатные налоги
Великобритания	платежное средство	корпоративный налог
		подоходный налог
Германия	валюта	налог на прирост капитала
		налог на богатство
		НДС
Израиль	товар	налог на прибыль
		налог на прирост капитала
Япония	криптовалютный актив	налог на прирост капитала
		налог на прибыль
Швеция	валюта	налог на доход
Испания	валюта	налог на прибыль
Канада	материальный актив	налог на прибыль
		подоходный налог
Мальта	Ценные бумаги	налог на прибыль
		НДФЛ
Сингапур	услуга	корпоративный налог
		налог на товары и услуги

В России законодательно еще не установлен налог, касающийся криптовалют, однако существует предположение, что выдача заработной платой в виде криптовалют будет облагаться НДФЛ, а прибыль от майнинга налогом на прибыль [5]. Есть вероятность, что Россия повторит опыт правового регулирования криптовалют США, поскольку принятый, но еще не вошедший в силу закон о цифровых финансовых активах предполагает статус криптовалюты как имущества и установит операторов – юридических лиц, осуществляющих деятельность по обмену криптовалютой.

Отношение к криптовалютам во всем мире неоднозначное, однако, правовое регулирование для них должно быть установлено. На данный момент Япония является передовой страной в сфере законодательства, касающегося регулирования криптовалют и страной, которая стремится к облегчению обращения и использованию данного вида валюты, одним из путей является облегчение налоговой нагрузки [2]. США, в свою очередь, увеличивает налоговую нагрузку, однако, несмотря на это, является благоприятным местом для бизнеса, деятельность которого связана с криптовалютами [14].

В большинстве стран уже придан правовой статус криптовалютам и их налогообложение [19], однако в Российской Федерации законодательное регулирование криптовалюты еще не вступило в силу, а налоговое регулирование остается на уровне предположений. Поскольку налогообложение можно определить, только зная правовой статус явления, поэтому законодательство Российской Федерации на пути определения правового статуса, который будет указан в законе о цифровых финансовых активах, Однако конкретных разработок налогового регулирования на данный момент в Российской Федерации пока не существует.

Библиографический список

1. Бутримович Я.В. Налоговые законопроекты, направленные на создание стимулов для субъектов цифровой экономики /Круглый стол: Налогообложение и цифровая экономика правовые подходы и практика/[Эл. ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W2NoDTHFMpA> (дата обращения 11.09.2019).
2. В Японии криптовалюта получила статус платежного средства/[Эл. ресурс] URL: <https://tass.ru/ekonomika/4144338> (дата обращения 21.09.2019).
3. В Японии продолжают закреплять статус криптовалют на законодательном уровне/[Эл.ресурс] URL: <https://bits.media/v-yaponii-prodolzhayut-zakrepyat-status-kriptovalyut-na-zakonodatelnom-urovne/> (дата обращения 21.09.2019).
4. Гудков Ф.А. Налоговое законодательство в области цифровой экономики в РФ /Круглый стол: Налогообложение и цифровая экономика правовые подходы и практика/[Эл.ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W2NoDTHFMpA> (дата обращения 12.09.2019).
5. Гулькова М.Л., Карп М.В. и Типалина М.В. Налоговые вызовы цифровой экономики/ [Эл.ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/nalogovye-vyzovy-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 13.09.2019).
6. Конституция РФ от 12.12.1993 (ред. 21.07.2014)/п.1/ст.75.
7. Кубкина Ю.С. Основные тенденции развития электронной коммерции в мировой экономике и экономике РФ/[Эл. ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osnovnye-tendentsii-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-mirovoy-ekonomike-i-ekonomike-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения 15.09.2019).

-
8. Мачехин В.А./Круглый стол: Налогообложение и цифровая экономика правовые подходы и практика/[Эл. ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W2NoDTHFMpA> (дата обращения 13.09.2019).
 9. Пинская М.Р., Цаган-Манджиева К.Н. Налогообложение доходов от деятельности связанной с криптовалютами/[Эл. ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/nalogooblozhenie-dohodov-ot-deyatelnosti-svyazannoy-s-kriptoalyutami> (дата обращения 13.09.2019).
 10. Правовое регулирование операций с криптовалютами в США/[Эл. ресурс] URL: <https://www.eternitylaw.com/konsalting-kriptoalyut/pravovoe-regulirovanie-operatsij-s-kriptoalyutami-v-ssha/> (дата обращения: 20.09.2019).
 11. Правовой статус криптовалют в Японии/[Эл. ресурс] URL: <https://forknews.io/legal/000304-pravovoj-status-kriptoal.html> (дата обращения: 20.09.2019).
 12. Проект ФЗ О цифровых финансовых активах (текст по состоянию на 16.02.2018)/ст.2.
 13. Пчепинцев Г.А. Значение правовой квалификации цифровых финансовых активов в контексте налогообложения /Круглый стол: Налогообложение и цифровая экономика правовые подходы и практика/[Эл. ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W2NoDTHFMpA> (дата обращения 13.09.2019).
 14. США как юрисдикция для криптовалют, ICO и блокчейн-стартапов/[Эл. ресурс] URL: <https://forklog.com/ssha-kak-yurisdiksiya-dlya-kriptoalyut-ico-i-blokchejn-startapov/> (дата обращения: 29.09.2019).
 15. Трунцевский Ю.В. Основные подходы налогообложения цифровой экономики /Круглый стол: Налогообложение и цифровая экономика правовые подходы и практика/[Эл. ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W2NoDTHFMpA> (дата обращения 11.09.2019).
 16. Фролова Л.В. Принципы налогообложения субъектов электронной коммерции. // Вестник СГСЭУ.-2009. №3(июнь). С. 7-10.
 17. Фролова Л.В. Электронная коммерция и подходы к ее налогообложению в новых экономических условиях. // Микроэкономика. - 2009. №6. С. 4-9.
 18. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции/ Горячая линия-Телеком/ Москва, 2007 год.
 19. Information resource about digital currenciesм «Coinspot»/ [Эл.ресурс] URL: <http://coinspot/to\technology\bitcoin\> (дата обращения: 25.09.2019)

УДК 33

Менгаязова Д., Тамарян Н., Бельтюкова С.М. Малый и средний бизнес как важнейший структурообразующий сектор экономики

Small and medium-sized businesses as the most important structure-forming sector of the economy

Менгаязова Диана

Студентка 3 курса Гр. Э-17-4б

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Тамарян Нарине

Студентка 3 курса Гр. Э-17-4б

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Научный руководитель

Бельтюкова Светлана Михайловна

Старший преподаватель

кафедры «Экономика и финансы»

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Mengayazova Diana

3rd year student Gr. E-17-4b

Perm National Research Polytechnic University, Perm

Tamaryan Narine

3rd year student Gr. E-17-4b

Perm National Research Polytechnic University, Perm

Scientific director

Beltyukova Svetlana

Senior Lecturer

Department of Economics and Finance

Perm National Research Polytechnic University, Perm

Аннотация. В данной статье приведены критерии применения специальных налоговых режимов в Российской Федерации, рассмотрены преимущества и недостатки малого и среднего бизнеса, проведен статистический анализ численности микропредприятий, а также малых и средних предприятий некоторых регионов.

Ключевые слова: налогообложение малого и среднего бизнеса, сектор экономики, государственная поддержка.

Abstract. This article describes the criteria for the application of special tax regimes in the Russian Federation, considers the advantages and disadvantages of small and medium-sized businesses, and performs a statistical analysis of the number of microenterprises, as well as small and medium enterprises in some regions.

Keywords: taxation of small and medium-sized businesses, sector of the economy, state support.

В настоящее время малый и средний бизнес является важнейшим структурообразующим сектором развитой экономики, деятельность которого напрямую влияет на успешное развитие не только крупного бизнеса, но и экономики страны в целом [2].

Состояние малого и среднего бизнеса отражается не только на структурных моментах экономики, но и предпринимательскую активность российского общества в целом. Кроме того, от уровня вовлеченности населения в этот сектор зависит отношение общества, как к предпринимательству, так и в целом к экономическим реформам, проводимой государством политике, поэтому с развитием малого и среднего бизнеса в Российской Федерации связывается, налоговая политика государства, которая должна быть стимулирующим фактором в развитии этого вида бизнеса.

Согласно ФЗ №209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к малым и средним предприятиям относятся предприятия, осуществляющие свою деятельность в соответствии со следующими условиями[1,4]:

- 1.доля участия в уставном капитале предприятия не должна превышать 25%;
- 2.среднесписочная численность работников предприятия за предшествующий календарный год должна соответствовать следующим значениям:
 - до 15 человек - для микропредприятий
 - от 16 до 100 человек - для малых предприятий
 - от 101 до 250 человек - для средних предприятий
- 3.суммарный доход предприятия от осуществления предпринимательской деятельности, полученный за предшествующий календарный год, не должен превышать следующих предельных значений:
 - до 120 миллионов рублей - для микропредприятий
 - до 800 млн. рублей - для малых предприятий
 - до 2 млрд. рублей - для средних предприятий

Можно выделить преимущества малого и среднего бизнеса: относительно небольшой размер стартового капитала; оперативность в принятии решений; моментальная адаптация к изменениям ситуации на рынке.

Однако, сравнивая малый и средний бизнес с крупными предприятиями, можно выделить и ряд недостатков: несмотря на высокую способность к адаптации, малый и средний бизнес более чувствителен к экономическим изменениям; также малый и средний бизнес располагает гораздо меньшим объемом финансовых средств, чем крупный, что, в определенной мере, препятствует их развитию.

О том, насколько эффективно организована система налогообложения малого и среднего бизнеса, косвенно свидетельствуют темпы развития и занимаемая ими роль в экономике.

Рассмотрим на примере Пермского края и близлежащих регионов (Свердловской области, Республике Башкортостан, Республике Татарстан и Челябинской области) динамику численности микропредприятий (рис.1)[3].

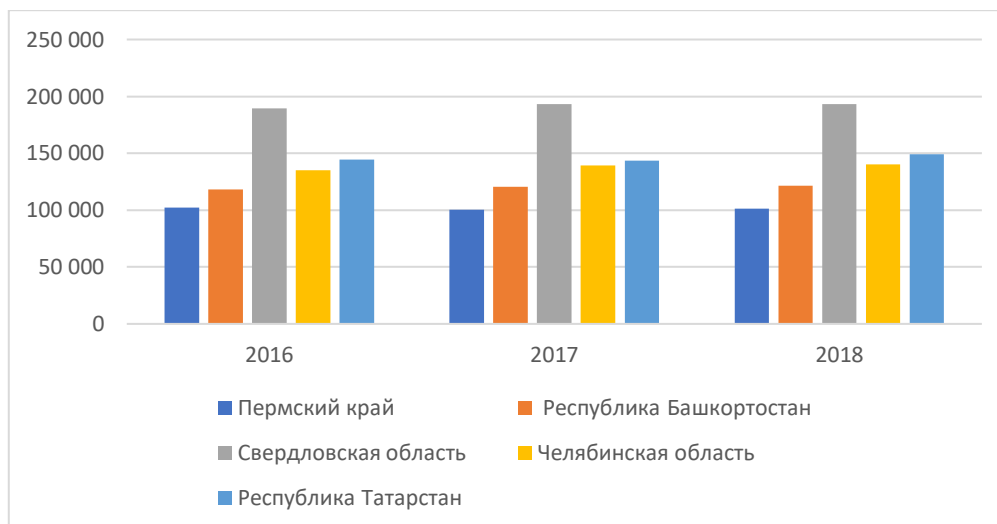


Рисунок 1. Динамика численности микропредприятий за 2016-2018 гг. в Пермском крае, Республике Башкортостан, Свердловской области, Челябинской области, Республике Татарстан.

Лидирующие позиции по количеству микропредприятий занимают Свердловская область, так как количество микропредприятий в 2018 году составляет 193 362 ед. Динамика количества микропредприятий в Пермском крае значительно меньше в сравнении с рассматриваемыми регионами и к 2018 году равна 101 265 ед.

Динамику численности малых предприятий представлена на рисунке 2.



Рисунок 2. Динамика численности малых предприятий за 2016-2018 гг. в Пермском крае, Республике Башкортостан, Свердловской области, Челябинской области, Республике Татарстан.

В 2018 году количество малых предприятий в Пермском крае составляет 4 686 ед., что на 3 743 ед. меньше, чем в Свердловской области, это может быть связано с тем, что в Свердловской области развита инфраструктура поддержки предпринимательства. В Республике Башкортостан наблюдается стагнация малых предприятий, темп прироста в 2017 году составил 0,41%.

На рисунке 3 показана динамика численности средних предприятий.



Рисунок 3. Динамика численности средних предприятий за 2016-2018 гг. в Пермском крае, Республике Башкортостан, Свердловской области, Челябинской области, Республике Татарстан.

В Пермском крае в 2018 году наблюдается высокий рост численности средних предприятий, что может быть связано с введением программы поддержки среднего предпринимательства. В прочих рассматриваемых округах наблюдается спад количества средних предприятий. К примеру, в 2016 году в Челябинской области их количество составило 405 ед., а к 2018 году их количество сократилось на 42 ед. и стало равно 363 ед. В Республике Татарстан к 2018 году также произошло снижение численности средних предприятий.

Стоит отметить, что наименьший удельный вес занимает сектор средних предприятий, что подтверждается фактом - «из малых предприятий сложно перейти в средние». Несмотря на то, что Свердловская область является также и крупнейшим промышленным центром Урала и всей России по данным анализа можно сделать вывод о том, что она занимает лидирующие позиции по развитию малого и среднего бизнеса.

Итак, малый и средний бизнес играет большую роль в развитии структурообразующего сектора экономики, так как реализует множество важнейших социально-экономических задач, включая создание новых рабочих мест, повышение уровня конкуренции, что приводит к снижению безработицы и снижению цен. Особенно важным с этой точки зрения является развитие малого и среднего бизнеса при структурной перестройке экономики, когда растет безработица за счет сокращения производства в целых отраслях [2].

Несмотря на то, что малые и средние предприятия отличаются большей гибкостью и адаптацией к изменяющейся конъюнктуре рынка, статистический анализ численности предприятий малого и среднего значения показал снижение количества данных предприятий. Таким образом, поддержка малого и среднего бизнеса необходима, так как позволяет увеличить занятость населения и улучшить социальную атмосферу в обществе.

Библиографический список

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.09.2019).
2. Майбуров И.А. Налоговые системы. Методология развития: Монография для магистрантов, обучающихся по программам "Налоги и налогообложение", "Финансы и кредит" / Майбуров И.А., Иванов Ю.Б.; Под ред. Майбуров И.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 463 с.
3. Федеральная налоговая служба. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html> (дата обращения 10.10.2019г)
4. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения 15.10.2019г).

УДК 336.22(575.2)

Рысалиева М.Ш. Актуальные вопросы развития налоговой системы КР и ее гармонизации в рамках евразийской экономической интеграции

Actual issues of the development of the tax system of the Kyrgyz Republic and its harmonization in the framework of Eurasian economic integration

Рысалиева Мира Шаршенкуловна

Кыргызско-Российский Славянский университет, г.Бишкек

Rysaliev Mira Sharshenkulovna

Kyrgyz-Russian Slavic University, Bishkek

***Аннотация.** В данной статье рассматриваются основные направления развития и совершенствования налоговой системы Кыргызской Республики, а также вопросы гармонизации налоговой системы КР в рамках евразийской экономической интеграции.*

***Ключевые слова:** налоги, налоговая система, налоговая политика*

***Abstract.** This article discusses the main directions of development and improvement of the tax system of the Kyrgyz Republic, as well as issues of harmonization of the tax system of the Kyrgyz Republic within the framework of Eurasian economic integration.*

***Keywords:** taxes, tax system, tax policy*

Для начала отметим, что реформирования налоговой системы является сложным начинанием, масштабы и направленность которого зачастую ограничивается многими политическими и экономическими факторами. Кыргызская Республика (также как и все страны бывшего СССР) в отличие от стран с развитой рыночной экономикой, имеющих устоявшуюся налоговую систему, более или менее гармоничные взаимоотношения государства с налогоплательщиками, была вынуждена заново создавать многие соответствующие институты, формировать налоговую политику, строить налоговую систему. Вследствие чего, в первые годы налоговая система Кыргызской Республики формировалась в отсутствие четкой государственной налоговой политики, учитывающей реалии переходного периода от планово-административной системы к рыночной. Введенная в 1992-1993гг., система налогообложения зарубежного образца и ориентированная на рынок, не смогла решить возникшие проблемы в КР, т.к. виды налогов и механизм их функционирования в части налогообложения не способствовали выходу отдельных отраслей из кризиса, оживлению деловой активности отечественных товаропроизводителей.

Сильное влияние на формирование налогов того периода оказал экономический кризис, который не мог не отразиться на их количестве, структуре, ставках. Характерным был крен в сторону гипертрофированного усиления фискальной функции налогов, так как в условиях бюджетного дефицита, резкого падения объемов производства, высокой инфляции велик был

соблазн все экономические проблемы государства решать путем увеличения количества налогов и повышения их ставок. Налоги оказались чрезвычайно тяжелым бременем для многих предприятий, экономическое положение которых и без того было подорвано непродуманными мерами в области цен и приватизации. Данный период характеризовался чрезмерным количеством налогов, завышенными ставками, частыми необоснованными изменениями элементов налогов, нередко не учитывающие объективных условий производства и потребления⁷.

Вследствие чего была сформирована налоговая система без надлежащей налоговой политики, что привело к росту налогового бремени, неравномерному налоговому прессу по отдельным регионам и сферам деятельности, негативному отношению налогоплательщиков к налогам, недобору налогов в бюджет. Ошибки и просчеты в области налогообложения на недвижимое имущество, как в начальный период реформ, так и в настоящее время обусловлены его недостаточной научной обоснованностью.

Обеспечение достаточных доходов государственного бюджета являлась и является первостепенной задачей налоговой системы нашей страны. В последние годы Кыргызстан вынужден был значительно сократить свои расходы, в том числе на стратегически важные сферы образования и здравоохранения. Как мы уже было отмечено выше, непосредственной причиной этого стал долговой кризис, заставивший государство резко сократить внешние заимствования и увеличить затраты на обслуживание внешнего долга. Поскольку очевидно, что и в дальнейшем заимствования уже никогда не будут иметь прежних масштабов, единственной устойчивой долгосрочной стратегией предоставления государственных услуг может быть мобилизация необходимых для этого ресурсов в виде налогов. Здесь можно только отметить, что для функционирования налоговой системы эффективность и прозрачность расходных программ государства имеют решающее значение. Граждане законопослушно платят налоги только тогда, когда видят и понимают, что их средства действительно расходуются на общественно полезные цели.

К другим макроэкономическим проблемам, в решении которых также велика роль налоговой системы, можно отнести привлечение в экономику страны внешних и внутренних инвестиций, а также увеличение экспорта товаров и услуг. Многие налоги, используемые в международной практике, в том числе и в первую очередь НДС, специально спроектированы таким образом, чтобы стимулировать инвестиции и экспорт. К сожалению, в Кыргызстане эти стимулирующие особенности налогов были задействованы явно недостаточно.

Одной из важных задач экономического развития страны являлась диверсификация отраслевой структуры экономики и ослабление ее зависимости от успехов или неудач всего в

⁷ Рысалиева М.Ш. Налоги и налогообложение. Учебник. Бишкек, 2010г.

нескольких отраслях. Для этого требовалось, в частности, чтобы налоговый режим был равномерно благоприятным для всех экономических агентов и не создавал искусственных преференций одним отраслям за счет других (как это происходит до сих пор, когда некоторые послабления сельскому хозяйству предоставляются за счет перекладывания налогового бремени на перерабатывающую промышленность).

Одной из основных проблем экономики страны, объясняющих весьма низкую по международным меркам долю налоговых поступлений в ВВП, являлось и до сих пор является наличие обширного сектора теневой экономики. Существование такого большого теневого сектора во многом было связано с недостатками налоговой системы и, прежде всего, с неравномерным налогообложением разных отраслей или типов предприятий.

Популярной идеей вывода экономики из «тени» являлась идея снижения налоговых ставок, которая должна была стимулировать расширение налогооблагаемой базы и таким образом, компенсировать потери доходов бюджета от уменьшения ставок. Очевидно, что эффект от снижения налоговых ставок зависел от того, какие преимущества получали предприятия, выходящие из тени. Для многих предпринимателей легальный статус сам по себе не являлся достаточной компенсацией издержек на уплату налогов. Возможными стимулами могли бы стать получение доступа к относительно дешевым кредитным ресурсам, прекращение неофициальных платежей коррумпированным представителям органов власти, эффективная правовая защита интересов предпринимателей в суде и т.п. Без этих обстоятельств снижение ставок не позволяет рассчитывать на существенное расширение налогооблагаемой базы. Кроме того, даже если расширение базы и произойдет, это может затянуться во времени, так как многие потенциальные налогоплательщики будут присматриваться к ситуации и изучать опыт тех, кто выйдет из «тени» первыми. Из сказанного следует, что снижение ставок оправдано только тогда, когда есть основания полагать, что это не приведет к снижению доходов бюджета⁸, или есть очень веские причины пожертвовать частью доходов бюджета (которые должны будут компенсироваться за счет других источников). В качестве одной из таких веских причин может рассматриваться устранение налоговых препон к развитию малого и среднего предпринимательства. Эта часть экономики в большой степени полностью или частично по сей день находится в «тени», но может оставаться там только при относительно небольших размерах производства. Таким образом, существующий достаточно жесткий налоговый режим для крупных предприятий, которые сейчас платят львиную долю налогов, существенно сдерживает рост новых производств, которые в перспективе должны стать основной движущей силой экономики.

⁸ Примером такого снижения является уменьшение высшей ставки подоходного налога с 33% до 20%, что не привело ни к каким отрицательным последствиям для налоговых сборов. По-видимому, налогоплательщиков, плативших подоходный налог по ставке 33%, почти не было.

Для создания благоприятных условий для активизации внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов Кыргызской Республики и привлечения прямых инвестиций в экономику страны, способствующих дальнейшему росту налоговых доходов, организация налоговой системы должна соответствовать следующим основным принципам в условиях рыночной экономики:

- адекватная развитию рыночной экономики система налогов, их виды, соотношение прямых и косвенных налогов, позволяющих учитывать доходы юридических и физических лиц, а также их имущественное положение;
- универсализация методов налогообложения, которые позволяли бы установить единые для всех плательщиков требования к эффективности хозяйствования, не зависящие как от форм собственности, так и от организационно-правовых форм собственности;
- одинаковый подход к исчислению величины налога вне зависимости от источника полученного дохода, сферы хозяйствования, отрасли экономики;
- обеспечение принципа однократности обложения и недопустимости двойного налогообложения;
- научное обоснование доли изъятия и определения ставки налога, которое создавало бы плательщику налога право иметь доход, обеспечивающий нормальное развитие предприятий и организаций, воспроизводство рабочей силы;
- стабильность ставок налога на длительный период времени, простота их исчисления;
- установление системы налоговых льгот, реально стимулирующих процессы инвестирования средств в предпринимательскую деятельность и одновременно обеспечивающих принципы социальной справедливости, единство налоговых льгот для всех категорий налогоплательщиков;
- создание мощной, четко действующей, технически оснащенной налоговой службы.

В свете вступления Кыргызской Республики в Евразийский экономический союз с 12 августа 2015 года, начался следующий этап дальнейшего совершенствования налоговой системы КР и ее гармонизации в рамках евразийской экономической интеграции.

Кыргызская Республика, став полноправным участником Единого экономического пространства, как и прежде преследует в качестве основных задач - построение справедливой и эффективной налоговой системы, обеспечение ее ясности, предсказуемости, прозрачности и стабильности, которые являются важнейшими условиями повышения предпринимательской и инвестиционной активности, экономического прогресса Кыргызской Республики и успешного интегрирования нашей экономики в мировую.

Современный этап характеризуется процессами внедрения новых инструментов налоговой политики для снижения налоговых барьеров, обеспечения равных правил конкуренции, гармонизации отечественной налоговой системы со странами-участницами ЕАЭС и развития

единого экономического пространства. В целях гармонизации налоговой системы КР со странами-участницами ЕАЭС, необходимо максимально сблизить позиции по вопросам налогообложения и налогового администрирования в той степени, в которой это возможно без нанесения ущерба национальным интересам КР с учетом особенностей и специфики регионального развития нашего государства.

Конечно же, наша страна испытывает определенные трудности адаптации к новым условиям экономического развития в рамках ЕАЭС, связанные с отдаленностью Кыргызской Республики от основных транспортных путей, малых размеров отечественной экономики, недостаточным развитием цифровой инфраструктуры, сложившейся неблагоприятной экономической ситуацией, неэффективностью существующей налоговой системы и др.

Тем не менее, учитывая процессы глобализации экономики, в налоговой политике Кыргызской Республике предусмотрен целый ряд усовершенствований и корректировок основных видов налогов, введено множество новых льгот, расширены права регионов и самоуправлений в области налогов. Вместе с тем не все из представленных нововведений можно считать в достаточной степени обоснованными: многие из них могут иметь последствия неоднозначные, а некоторые - просто однозначно нежелательные.

Основными направлениями гармонизации в сфере налогообложения КР, являются максимальное сближение акцизных налогов по наиболее чувствительным подакцизным товарам и совершенствование налога на добавленную стоимость во взаимной торговле с применением новейших информационных технологий. В целях сближения и гармонизации налогового администрирования в КР, в соответствии с требованиями ЕАЭС и максимально возможного сохранения имеющихся у нашей страны преимуществ, необходимо:

- разработать направления налоговой политики, обеспечивающих эффективное налоговое администрирование и справедливое налогообложение в стране;
- развивать приоритетные направления экономики, способных увеличить рост налоговых доходов в будущем;
- широко внедрять информационные технологии в сфере электронной фискализации торговых процедур посредством внедрения электронного патента, электронной счет-фактуры, виртуального склада налогоплательщика;
- применять механизмы по усилению экспортно-ориентированного потенциала за счет внедрения программы, позволяющей оказывать финансовую поддержку предприятий, создающих новые производства и новые услуги;
- продолжить работу по внедрению электронных счетов-фактур по НДС и систему взаимной ответственности при исчислении НДС к зачету;
- усовершенствовать существующую практику уплаты НДС при импорте товаров и дальнейшие зачет и возмещение (возврат) НДС в целях исключения определенных

барьеров для предпринимателей, импортирующих товары с территорий государств, не являющихся государствами-членами ЕАЭС;

- продолжить работу над внедрением автоматизированной системы возмещения НДС в целях сокращения коррупционных проявлений, а также передачи некоторых функций по плановым налоговым проверкам на аутсорсинг профессиональным ассоциациям;
- разработать меры, направленные на справедливое и равномерное выравнивание налоговой нагрузки между крупным, средним и малым бизнесом, т.к. большая часть налогового бремени ложится на крупный бизнес;
- разработать эффективные меры для сокращения теневого сектора и экономики путем поэтапной легализации отдельных сегментов экономики малого и среднего бизнеса;
- продолжить внедрение системы электронных счетов-фактур и системы учета денежных средств с применением контрольно-кассовых машин с функцией передачи данных в режиме онлайн и др;

На сегодняшний день, создание эффективной налоговой системы входит в число основных проблем социально-экономической политики Кыргызской Республики. Организационные принципы налоговой системы нашего государства обуславливают направления ее развития и закреплены Конституцией КР и Налоговым кодексом. В условиях рыночной экономики выбор приоритетов в налоговой политике значительно влияет на циклические колебания в экономическом развитии, инфляцию и, в конечном счете, повышение жизненного уровня населения республики.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Кыргызской Республики от 17.10.2008
2. "Договор о Евразийском экономическом союзе" (Подписан в г. Астане 29.05.2014)
3. «Концепция региональной политики Кыргызской Республики на период 2018-2022 годов» от 31 марта 2017 года N 194.
4. «Основные направления фискальной политики Кыргызской Республики на 2019-2021 годы» от 23 августа 2018 года № 397
5. Национальная стратегия развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы
6. Указ Президента КР «О Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы» от 31 октября 2018 года УП № 221
7. Стратегия развития Государственной налоговой службы при Правительстве Кыргызской Республики на 2019-2021 годы от «3» июня 2019 года № 269
8. Среднесрочный прогноз социально-экономического развития Кыргызской Республики на 2019-2021 годы, утвержденный Координационным советом по макроэкономической и инвестиционной политике при Правительстве Кыргызской Республики (протокол заседания от 19 апреля 2018 года № 16-34).
9. www.sti.gov.kg
10. www.minfin.kg
11. <http://tazakoom.kg>

СЕКЦИЯ 7. ИННОВАЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 338.2

Абилова С.Р. Методология исследования экономических рисков предприятия

Methodology of research of economic risks of the enterprise

Абилова Сусанна Рифатовна,

студентка кафедры государственных финансов и банковского дела,
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Дышловой И.Н. д.э.н., доцент, профессор кафедры менеджмента,
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Abilova Susanna Rifatovna,

student of the Department of public Finance and banking,
Institute of Economics and management OF «KFU. V. I. Vernadsky»

Scientific adviser: I.N. Dishlovoi,

Professor of management Department, associate Professor,
Institute of Economics and management Institute of Economics and Management,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University

Аннотация. Статья посвящена вопросам управления рисками на предприятии. Представлена методология экономической оценки риска в системе обеспечения экономической безопасности предприятия, а также влияние этих рисков на деятельность фирмы и возможные способы их предупреждения и устранения.

Ключевые слова: риски, управление рисками, промышленное предприятие, снижение риска, менеджер, предприниматель.

Abstract. The article is devoted to the issues of risk management in the enterprise. The methodology of economic risk assessment in the system of economic security of the enterprise, as well as the impact of these risks on the activities of the company and possible ways to prevent and eliminate them is presented.

Keywords: risks, risk management, industrial enterprise, risk reduction, manager, entrepreneur.

На сегодняшний день риск присутствует во всех отраслях человеческой деятельности. Это обусловлено множеством условий и факторов, влияющих на положительный исход принимаемых людьми решений. И успех предпринимателя в большей степени зависит от понимания отношения к риску.

Риск - вероятность потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления определенной производственной или финансовой деятельности [3].

Риск всегда должен быть рассчитан до максимально допустимого значения. Управлять им можно при помощи разнообразных мер, позволяющих прогнозировать наступление рискового события и вовремя принимать меры для его снижения. За счет этого планирование, контроль, анализ, оценка и снижение риска приобретают все большую актуальность и составляют содержание направления «риск-менеджмент».

Управление экономическими рисками представляет собой совокупность принципов, способов и механизмов разработки и реализации экономических и иных действий, предусматривающих нейтрализацию или минимизацию убытков для хозяйственной деятельности.

Основной целью управления экономическими рисками является обеспечение экономической безопасности предприятия. В условиях действия факторов риска могут использоваться различные способы их снижения, воздействующие на те, или иные стороны деятельности предприятия. Методы управления риском можно разделить на четыре типа:

- методы уклонения от риска;
- методы локализации риска;
- методы распределения риска;
- методы компенсации риска.

Методы уклонения от риска являются наиболее распространенными. Их используют менеджеры, которые предпочитают действовать без риска. Руководители стремятся работать только с проверенными потребителями и поставщиками, особо не расширяя круг своих партнеров. Они отказываются от любых инновационных проектов, в эффективности выполнения которых есть хотя бы малейшие сомнения. Однако эффективность также должна быть экономически обоснована и просчитана.

При локализации риска выделяется экономически наиболее опасный этап деятельности, так как, делая его подконтрольным, можно снизить уровень финального риска предприятия. Данный метод применяется при освоении новых видов продукции, внедрении инновационных проектов, коммерческий успех которых на этапе внедрения не известен.

Методы распределения риска заключаются в разделении общего риска путем объединения с другими участниками, заинтересованными в успешности общего дела, внедрения контрольных механизмов. Для уменьшения уровня собственного риска предприятие привлекает физических лиц или другие организации в качестве своих партнеров. В связи с этим могут создаваться различные объединения: финансово-промышленные группы, акционерные общества; предприятия также могут вступать в различные общественные организации и ассоциации, приобретать акции друг друга либо обмениваться ими.

Методы компенсации риска связаны с созданием механизмов предупреждения опасности. Наиболее эффективным методом этого типа считается использование стратегического планирования. Суть его заключается в периодической разработке сценариев развития и оценке состояния деятельности предприятия в будущем, в прогнозировании поведения возможных партнеров или действий конкурентов, изменений в сегментах рынка, на которых предприятие выступает в роли продавца или покупателя. Однако в процессе времени

при изменяющихся внешних или внутренних условиях возможна, а иногда и необходима корректировка стратегических планов

Не менее эффективный метод - метод создания системы резервов, который достаточно близок к страхованию. В этом случае на предприятии создаются страховые запасы сырья, материалов, резервные фонды денежных средств, после чего формируются планы по их применению на случай кризисных ситуаций.

Предприятие, применяющее в качестве средств борьбы с риском метод активного целенаправленного маркетинга, должно активно создавать спрос на свою продукцию, применяя для этого различные маркетинговые приемы, такие как сегментация рынка и оценка его емкости; разработка стратегии конкурентной борьбы; организация рекламной кампании, заключающая в себя всестороннее информирование потенциальных инвесторов и потребителей о наиболее выгодных свойствах продукции и об организации в целом.

Менеджеру необходимо учитывать присутствие различных рисков, уметь определять и снижать их, для того, чтобы получить максимальную прибыль в случае удачной сделки, и понести минимальные убытки при негативном сценарии. Важным элементом в принятии верного решения является профессиональный и личный опыт менеджера.

Каждый из представленных методов управления рисками предлагает конкретные и эффективные решения выхода из рискованных ситуаций, позволяющие избежать руководителю и его предприятию потери прибыли или опасности банкротства. С их помощью возможно не уклоняться от риска, а предвидеть и снижать его до не критичного уровня.

Применение методологии управления рисками дает шанс эффективно планировать и управлять производственными процессами, предвидеть возможные изменения, строить политику партнерства и расширять границы бизнеса.

Как отмечал А. Смит, достижение даже обычной нормы прибыли связано с большим или меньшим риском. Осознанное решение идти на риск, преследуя цель получить прибыль выше ее средней нормы, и служит движущим мотивом развития рыночной экономики и повышения степени эффективности ее функционирования.

Библиографический список

1. Бланк, И.А. Управление экономическими рисками / И.А. Бланк. - К.: Изд-во Ника-Центр, 2005. - 600 с.
2. Васин, С.М. Управление рисками на предприятии: Учебное пособие / С.М. Васин, В.С. Шутов. - М.: Изд-во КНОРУС, 2018. - 300 с.
3. Грабовый, П.Г. Риски в современном бизнесе / П.Г. Грабовый, С.Н. Петрова, К.Г. Романова. - М.: Алан, 1994.

4. Дубиковский, С. 10 рисков для мировой экономики в 2018 году [Электронный ресурс]. 05.03.2018 – Режим доступа: <http://isedworld.org/2018/03/05/10-рисков-для-мировой-экономики-в-2018-году/> (дата обращения 11.10.2019).
5. Кабанов, А.В. Основные способы минимизации финансовых рисков / А.В. Кабанов. - М.: Изд-во Юрист, 2006, №10 - 21-23 с.
6. Панченко, Н.Б. Различные подходы к вопросу рисков связанных с экономической деятельностью предприятия / Н.Б. Панченко // Экономика и предпринимательство. - 2015. - №12 (ч.1). - 900-902 с.
7. Хоминич, И.П. Управление финансовыми рисками: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под редакцией И.П. Хоминич, И.В. Пещанская. – М.: Юрайт. [Электронный ресурс]. 2016 – Режим доступа: <https://static.my-shop.ru/product/pdf/237/2361947.pdf>

УДК 33

Боровкова А. С. Сервисные инновации в системе управления отелем

Innovations in hotel management system

Боровкова Анастасия Сергеевна,

студентка кафедры государственных финансов и банковского дела,
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
Дышловой И.Н., д.э.н., доцент, профессор кафедры менеджмента,
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Borovkova Anastasiya Sergeevna,
student of the Department of public Finance and banking,
Institute of Economics and management of «KFU. V. I. Vernadsky»
Scientific adviser: I.N. Dishlovoi,
Professor of management Department, associate Professor,
Institute of Economics and management of «KFU. V. I. Vernadsky»

***Аннотация.** В статье рассмотрены элементы развития и внедрения новых технологий, приведены примеры инноваций для внедрения в гостиничный бизнес, текущее состояние инновационной деятельности в гостиничном сервисе Российской Федерации, выявлены проблемы внедрения инноваций в отелях, а также рассмотрены некоторые рекомендации к их решению.*

***Ключевые слова:** инновации, технологии, гостиничный бизнес, отель, внедрение, проблемы, решение.*

***Abstract.** The article considers the elements of development and introduction of new technologies, provides examples of innovations for implementation in the hotel business, the current state of innovation in the hotel service of the Russian Federation, identifies the problems of innovation in hotels, as well as some recommendations for their solution.*

***Keywords:** innovation, technology, hotel business, hotel, implementation, problems, solution.*

В настоящее время в Российской Федерации и за рубежом одним из популярных и успешных видов бизнеса является гостиничный. В регионах России гостиничный бизнес развивается, растет соответствующий спрос, но предоставление качественного размещения и сервиса оставляет желать лучшего. Лидерами по развитию гостиничного бизнеса в Российской Федерации являются Москва, Санкт-Петербург и Сочи.

Для владельца отеля главной задачей является наличие большого количества гостей, а также, чтобы они стали постоянными посетителями отеля. Для осуществления этой задачи необходимо внедрение новых технологий. Особенно в условиях кризиса, так как борьба за каждого гостя заставляет владельцев отелей вводить с каждым годом все новые и новые технологии. Препятствиями к внедрению инноваций являются неопытность владельцев, которые не знают о существовании инноваций в туристском сервисе, высокая стоимость разработки новой технологии, а также адаптация отеля к ней. Ведь не все владельцы уверены,

что, заплатив высокую цену за внедрение инноваций, они будут приносить высокую прибыль в будущем.

На сегодняшний день трудно представить отель, где управление ведется вручную. Системы управления - это главный центр, без которого отель не сможет нормально функционировать. Существует большое разнообразие электронных систем управления отелем. При выборе одной из существующих систем, нужно понять, приспособиться новая технология к уже используемым в отеле.

В сфере гостиничного бизнеса уже существуют такие системы электронного управления, как интернет-технологии, когда пользователь (сотрудник отеля) напрямую обращается к веб-сервису и может получить всю информацию о своем отеле в сети. На российском рынке в настоящий момент такими системами являются Eptome PMS и Opera Fidelio. Новшество Eptome PMS заключается в том, что это система является частью огромного отельного комплекса, а также взаимодействует с внешними системами.

Совсем скоро подобных систем станет намного больше. Появятся системы, которые можно будет получать по подписке (SAAS- технологии). Особенно это будет интересно для сезонных отелей (курортные, горнолыжные). Такие технологии позволят не тратить деньги собственника на покупку дорогостоящего софта, а оплачивать небольшие суммы из операционных расходов за реализованные брони. Таким образом, подобные системы станут доступными для отелей любого формата, включая мини-отели [4].

Для владельца отеля важно видеть работу отеля в реальном времени, чтобы быстро среагировать в экстренной ситуации. А контрольная панель для Eptome PMS позволяет следить за отелем в любое время и выполнять такие действия, как просмотр наличия номеров, основные показатели работы гостиницы (ADR, RevPAR, RevPAC) и сравнивать текущие показатели с бюджетом. Но самое главное в этой системе, что модуль интерфейсов позволяет обмениваться данными с другими системами электронного управления [5].

Российская система контроля доступа «КОДОС-Отель», в отличие от аналогичных зарубежных систем, основана на бесконтактной авторизации. Бесконтактная идентификация (авторизация) - это возможность надежно распознавать объекты по индивидуальным естественным или искусственно присвоенным признакам объекта без непосредственного контакта с ним. В Российской Федерации множество систем используют штрих-кодový и магнитный способы идентификации, поэтому распознавание объектов является не новшеством. RFID-технологии имеют такие преимущества как: быстрое и точное считывание RFID-метки, являются бесконтактными, имеют неограниченный срок эксплуатации, взаимодействует с внешними системами, так как многие из них записывают информацию. На сегодня в Российской Федерации RFID-технологии получили широкий доступ распространения, хотя за границей эти технологии получили гораздо большее применения [2].

Разработанная система КОДОС-Отель взаимодействует с любой системой управления гостиничным комплексом и работает следующим образом: при регистрации гостя вся информация о нем автоматически вносится в базу данных СКУД, то есть систему безопасности, которая имеет ограничение/регистрацию входа-выхода объектов (людей, транспорта) на территорию отеля. После выдачи гостю электронной карты доступа, которая автоматически программируется администратором (поднесением к USB-считывателю, подключенному к компьютеру) и разрешает проход во все помещения отеля на указываемый срок. Карта автоматически начинает и заканчивает действие, в сроки, которые были ранее указаны администратором в системе отеля. Большое преимущество такой системы в том, что она полностью исключает мошенничество, ведь электронные ключи подделать намного сложнее, чем обычный. На данный момент система контроля доступа «КОДОС-Отель» установлена в российских отелях таких как: «Вертол-Экспо» (Ростов-на-Дону), «Волга», «Меридиан» (Москва), «Атриум Палас», «Парк Инн» (Екатеринбург), «Орехово» (Мурманск).

Почти в каждом престижном отеле есть свой ресторан, часто не один. Поэтому были разработаны электронные системы управления рестораном. Например, в Азии открылся, самым первым, ресторан, предлагающий своим посетителям интерактивное меню взамен обычного. Это меню не рвется и не мешает за столом, а встроено в сам стол, за которым сидят гости. Посетители могут наглядно познакомиться с предложенным ассортиментом блюд, а пока гости ожидают заказ, можно посмотреть новости или поиграть в игры. Также в интерактивном меню можно заказать такси. Специалисты предполагают, что в скором будущем все рестораны откажутся от обычных меню и перейдут на более инновационные - интерактивные.

Совсем недавно новинкой был компьютер в форме журнальных столиков компании Microsoft, которые были установлены в холле отелей. Такой столик оборудован сенсорным экраном, работать с которым одновременно могут несколько человек и включает в себя встроенные беспроводные интерфейсы (Bluetooth и Wi-Fi). Дисплей распознает физические объекты. Еще «журнальный столик» распознает мобильные устройства, помещенные на его поверхность, переписывая информацию в их память, осуществляя перенос объектов на экране к мобильному устройству – телефону, камере или медиаплееру).

Также внедрение инноваций произошли в конференц-залах. Например, конференц-зал «Москва» в отеле Ирис-конгресс, оборудованный сценой, встроенным звуковым и световым оборудованием, трибуной, экраном 3м x 2,25 м, 4 кабинами для синхронного перевода, высокоскоростным проводным и Wi-Fi Интернетом, может быть трансформирован из «амфитеатра» с мягкими креслами и приставными столиками, в помещение для проведения выставок, конгрессов, презентаций, банкетов и позволяет разместить участников и технику в самых разных вариантах.

Разнообразную информацию об отеле гости могут получить, находясь в номере, через систему интерактивного телевидения. Например, в отеле «Метрополь» в Москве заменили все телевизоры на новые, на которых вступила в действие система интерактивного телевидения, разработанная специально для «Метрополя». Сейчас в отеле «Золотое кольцо» размещают рекламу и информацию об отеле в гостевых лифтах зеркальных рекламных щитов с электронным управлением немецкого производства. Эта система в наглядной форме информирует гостей об услугах и специальных предложениях отеля.

Эко-отели обрели свою популярность за рубежом, Россия не отстает от мира и активно развивается в этом направлении. С каждым годом все больше туристов готовы больше платить за «чистый» туризм. Поэтому в России стали развиваться разные системы экологической сертификации отелей. Так, в 2010 году в России Международной организацией по экологическому образованию была разработана программа добровольной сертификации отелей Green Key. Эта программа была создана для внедрения и распространения экологических технологий в гостиничном бизнесе. Отель проходит сертификацию специалистами, после чего он должен соблюдать 90 критериев, один из которых является сокращение энергопотребления.

Специалисты выделили 2 способа повышения энергоэффективности здания отеля. Первым способом является внедрение инноваций, которые позволят снизить уровень его энергопотребления. Например, в одном из отелей Ростова-на-Дону на фасаде здания вдоль стен расположены жалюзи, которые рассеивают солнечное тепло, от чего здание не перегревается, и потребность охлаждения внутри помещения сокращается. Другой способ – облицовка внешних стен отеля воздушными солнечными коллекторами, принцип действия которых заключается в преобразовании солнечной энергии в тепловую, то есть при попадании солнечный лучей, гелиоабсорбер нагревается и начинается процесс преобразования энергии, запускается вентилятор, который забирает холодный воздух с улицы или помещения (зависит от режима коллектора), поступивший воздух нагревается и поступает обратно в помещение. Отели все чаще используют такие экологические технологии. В Российской Федерации внедрение таких инноваций распространяется на отели Санкт-Петербурга, Москвы, Краснодарского края [3].

В ближайшем будущем, владельцы отелей смогут с легкостью воспользоваться аутентификацией гостей. Аутентификация по паспорту ставит очень жесткий барьер, в том числе и в автоматизации, так как в Российской Федерации валидация ограничена на законодательном уровне.

Возможность использования биометрических данных человека откроет новый мир, что в скором времени владельцы отелей вообще откажутся от персонала. В Германии в 2003 году уже были внедрены такие разработки и работали таким образом: гость бронирует отель через электронный канал продаж, регистрируются с помощью идентификации лица, вносит

предоплату, за сутки до заезда выбирает номер, получает на свой телефон электронный ключ, с помощью мобильного приложения мы ему рассказываем, как лучше добраться до нашего отеля. В будущем гостя может встречать беспилотное такси, везти в отель, он подходит к входной двери, которая опознает его через мобильное устройство, с помощью электронного ключа заходит в холл, идет в свой номер, дверь открывается без дополнительных усилий с его стороны и все – он проживает: питается, спит, делает все, что ему нужно. А при чек-ауте автоматически нужная сумма списывается с его счета – то есть здесь нам фактически персонал и не нужен [1].

В настоящее время главной проблемой внедрения инноваций в отелях является отсутствие спроса на инновационный продукт со стороны бизнеса. Инновации имеют высокую цену, следовательно, большой период окупаемости, что ведет к определенным рискам. Государство должно стимулировать спрос на инновационные технологии, тем самым помогать распространять информацию об отечественных разработках, используя средства массовой информации. При сотрудничестве гостиничных предприятий, организаций, разрабатывающих инновации, таких как Научно - исследовательские институты, ВУЗы, организации, обеспечивающие техническое производство инноваций, инвесторов в интересах развития и прогресса инновационной деятельности в гостиничной индустрии. Предприятия, производящие инновации, а в следствие и инновационная инфраструктура является центральным звеном совокупности перечисленных организаций [6].

Также является необходимостью обеспечить взаимодействие между производителями инноваций и их потребителями, так как в условиях индивидуализации и децентрализованности инновационных ресурсов невозможна эффективность и экономичность научных разработок, а так же их скорость.

Рекомендации по решению проблемы повышения спроса на инновационный продукт со стороны бизнеса, упростит разработку, производство и внедрение российских инноваций в гостиничной сфере, а также будет поддерживать российские продукты на конкурентоспособных позициях.

Таким образом, функционирование гостиничного бизнеса предусматривает большой поток информации, для этого в каждом отеле существует своя система управления. В больших и престижных отелях, в основном, используются такие системы как Eptome PMS, Fidelio, Libra OnDemand, КОДОС-Отель. Все системы управления должны совмещаться с системами безопасности.

Можно сделать вывод, что внедрение и использование инноваций в отеле позволяет повысить его статус и престижность, повысить качество предоставляемых услуг, сделать отель более комфортным для пребывания гостей, а также конкурентоспособным на отраслевом рынке.

Библиографический список

1. PMS как центр Информационной системы отеля [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.librahospitality.com/lh-school/press/sergey-fomin-libra-hospitality-pms-kak-tsentr-informatsionnoy-sistemy-otelya-budushchee-avtomatizats/> (дата обращения: 15.10.2019).
2. RFID и системы идентификации, Журнал «Компоненты и технологии» №3 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kit-e.ru/articles/rfid.php> (дата обращения 16.10.2019).
3. Воздушные солнечные коллекторы [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://solar-b-energy.ru/> (дата обращения: 29.10.2019).
4. Печерица Е.В., Шевченко М.И. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе. СПб., 2013.
5. Шеменева О.В., Кривошеева Т.М., Семирикова Е.А. ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ. М., 2012.
6. Экизьян В.В. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ СЕРВИСЕ РФ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. LXXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6(78). URL: [https://sibac.info/archive/guman/6\(78\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/6(78).pdf) (дата обращения: 17.10.2019).

УДК 658.511.3

Григорьева П.А. Управление бизнес-процессом «транспортировка деталей «Втулка» в механосборочном цехе ПАО «ОДК-УМПО», функциональные модели бизнес-процесса

Management of the business process "transportation of parts" Sleeve "in the mechanical assembly shop of PJSC" UEC-UMPO ", functional models of the business process

Григорьева П.А.

студент 1 курса, магистрат
специальность «Инноватика»

Институт экономики и управления

Уфимский государственный авиационный технический университет,

Научный руководитель – Нафиков М.Р.

старший преподаватель кафедры управления инновациями

Уфимский государственный авиационный технический университет

Grigoryeva P.A.

1st year student, magistrate

specialty "Innovation"

Institute of economics and management

Ufa State Aviation Technical University,

Scientific adviser - Nafikov M.R.

Senior Lecturer, Department of Innovation Management

Ufa State Aviation Technical University

Аннотация. Рассмотрен и описан бизнес-процесс «Транспортировка деталей Втулка» в механосборочном цехе ПАО «ОДК-УМПО». Построены функциональные модели: организационная, функциональная, модель данных и бизнес-процесса.

Ключевые слова: бизнес-процесс, функциональные модели, ARIS, организационная модель, функциональная модель, модель данных.

Abstract. The business process "transportation of Bushing parts" in the mechanical Assembly shop of PAO "ODK-UMPO" is considered and described. Functional models are constructed: organizational, functional, data model and business process.

Keywords: business process, functional models, ARIS, organizational model, functional model, data model.

В настоящее время термин «бизнес-процесс» является распространенным, однако большинство руководителей и специалистов не понимают, для чего он нужен и как может помочь для увеличения эффективности деятельности предприятия и повышения дохода.

Важно знать, что определений у понятия «бизнес-процесс» несколько:

– это логическая последовательность действий человека (или нескольких человек) в коллективе. Цель описания бизнес-процесса – анализ и регламентация тех или иных действий в коллективе[1];

– Бизнес-процесс — это регулярно повторяющаяся последовательность взаимосвязанных мероприятий (операций, процедур, действий), при выполнении которых используются ресурсы внешней среды, создается ценность для потребителя и выдается ему результат [2];

– последовательность операций, специфически упорядоченные во времени и в пространстве совокупность работ, с указанием их начала и окончания, которые преобразуют несколько видов входных характеристик в выход. Выход – это результат завершения бизнес-процесса, которым является информация, услуги или товары [3].

Для более полного понимания термина рассмотрим бизнес-процесс «Транспортировка деталей Втулка» в механосборочном цехе ПАО «ОДК-УМПО».

Втулка 104.01.31.029 (рисунок 1.1) является одним из элементов узла обтекателя-кока, который служит для обтекания воздушного потока на входе в изделие.

Действующий бизнес-процесс «Транспортировка деталей Втулка» (рисунок 1) заключается в непосредственной транспортировке, контроле процесса перемещения, оформлении документов для транспортировки и техническом обеспечении. В транспортировку входят принятие накладных по заготовкам или деталям, их упаковка и перемещение. Контроль процесса перемещения состоит из проверки накладных и качества упаковки, а также контроля качества заготовок (деталей) во время приема. Оформление документов для транспортировки подразумевает заполнение накладных для отправки заготовок или деталей, получение подписи ответственного за прием/сдачу и контрольной печати БТК, контроль передачи накладных в следующий цех. Под техническим обеспечением понимается подготовка площади отгрузки, погрузка заготовок или деталей на специальное ТС, их размещение в ТС, обслуживание и заправка ТС



Рисунок 1. Бизнес-процесс

Рассмотрим функциональные модели бизнес-процесса. Функциональные модели, используемые при проектировании, нужны для того, чтобы описать исследуемые системы

управления и выполняемы функции, отражающие взаимосвязи. Модели построены в программе «ARIS».

Организационная модель – это принципы формирования подразделений, делегирования полномочий и наделения ответственностью. По сути, организационная модель показывает, как сформировать подразделение [4].

Для отображения структуры организации/предприятия используется модель типа организационная схема (organizational chart), описывающая организационные единицы предприятия и их взаимоотношения (отношения руководства/подчинения).

На рисунке 2 представлена организационная модель проекта.

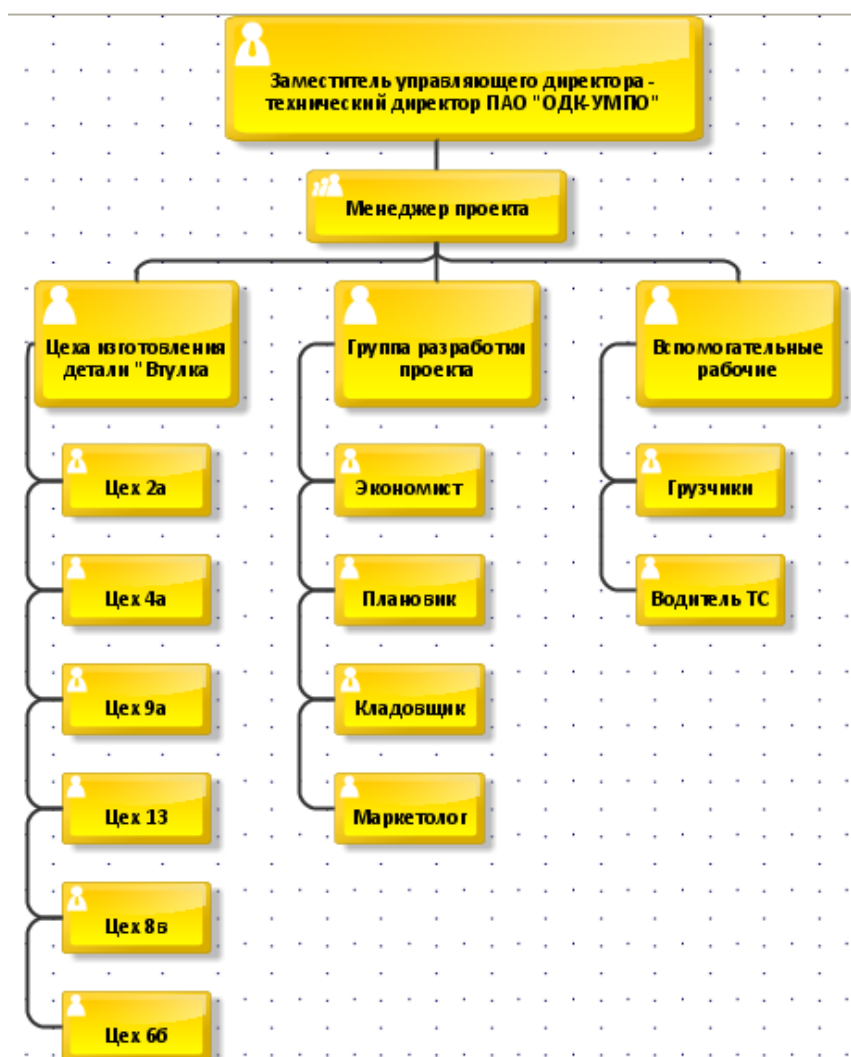


Рисунок 2. Организационная модель проекта

На данной модели видно, что инициатором проекта выступает заместитель управляющего директора – технический директор ПАО «ОДК-УМПО», далее управляет проектом менеджер.

Модель данных используется при описании структуры входных и выходных информационных потоков бизнес-процессов предприятия и относится к представлению данных.

Модель данных проекта – это совокупность структур данных и операций их обработки. Модель данных проекта представлена на рисунке 3.

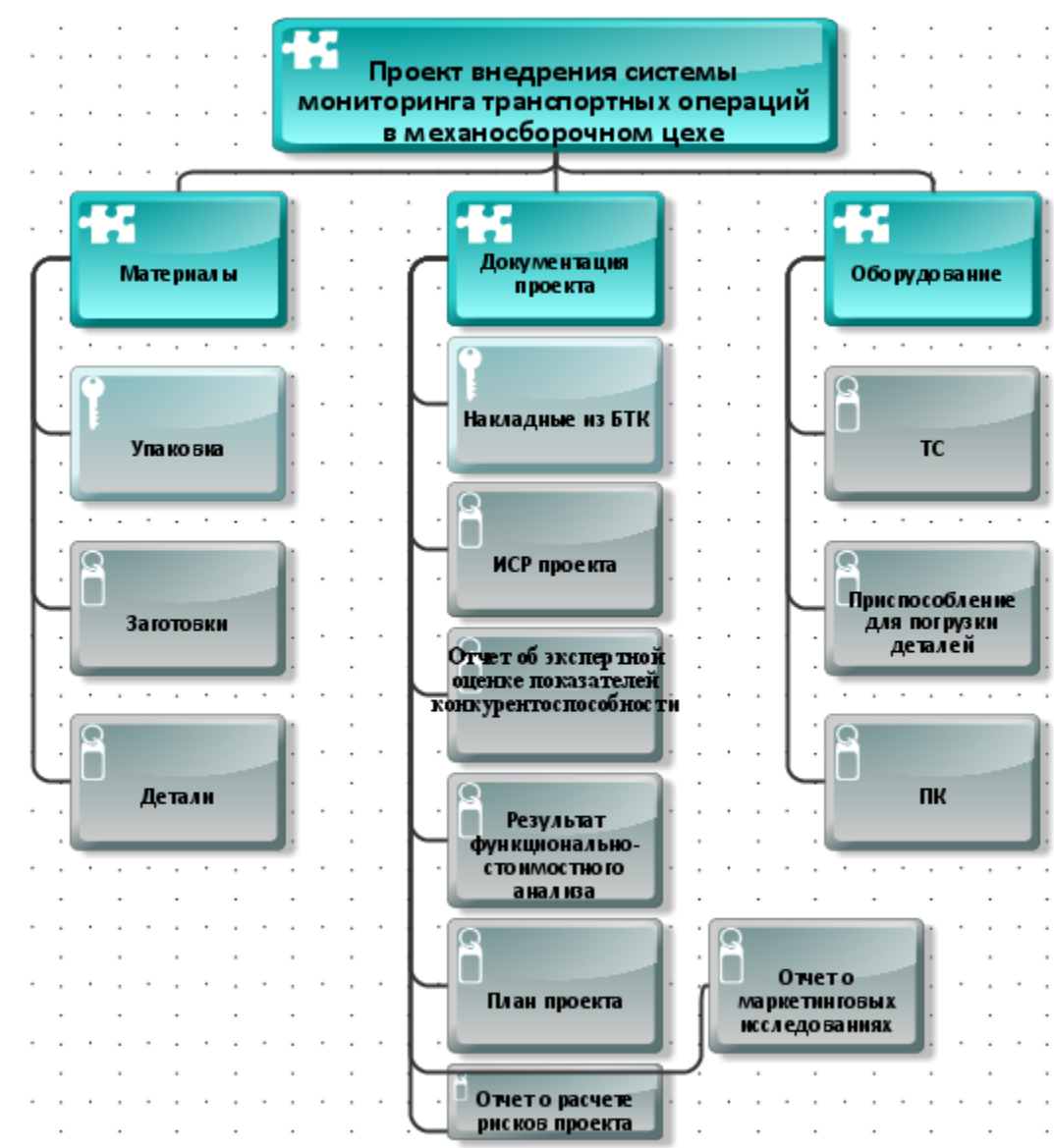


Рисунок 3. Модель данных

Функциональная модель организации (ФМО) – это система элементов, которая качественно и количественно характеризует потенциальные возможности организации и дает упрощенное представление о ее реальном устройстве [5].

Функциональная модель представлена на рисунке 4.

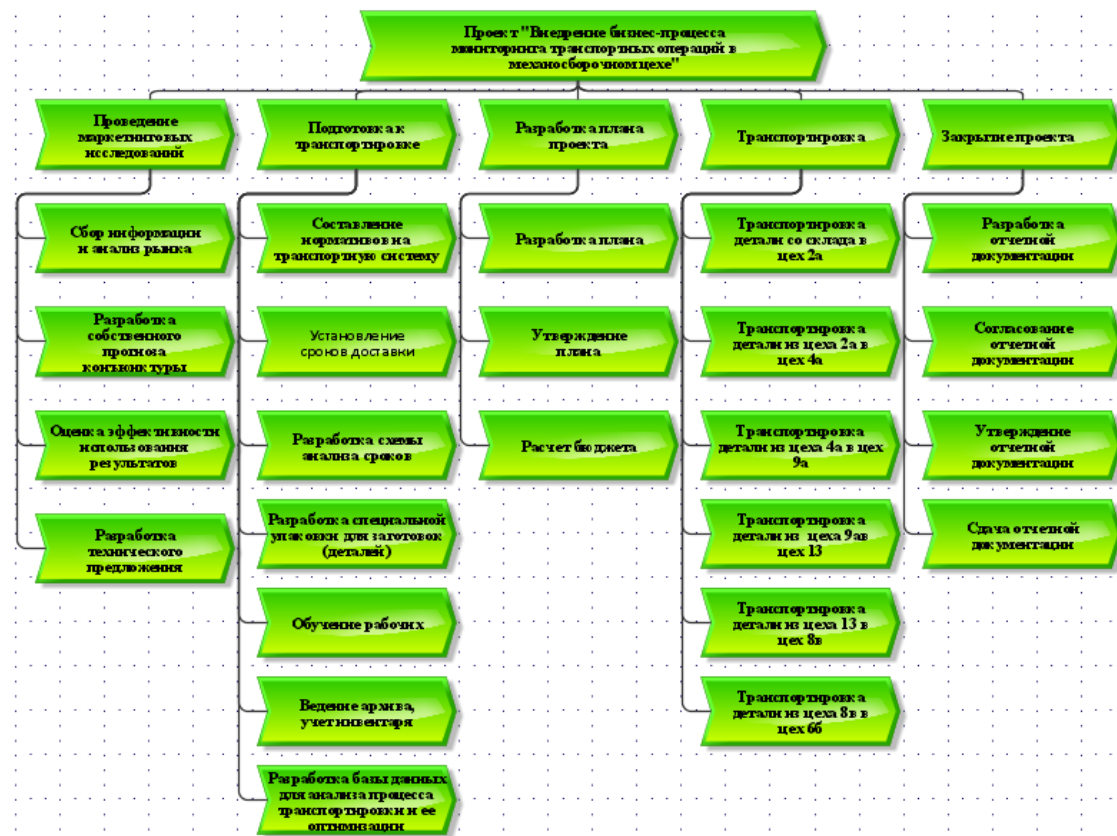


Рисунок 4. Функциональная модель

Такая модель формирует системное представление о том, какие процессы осуществимы во время реализации проекта.

На рисунке 5 изображен бизнес-процесс проекта.

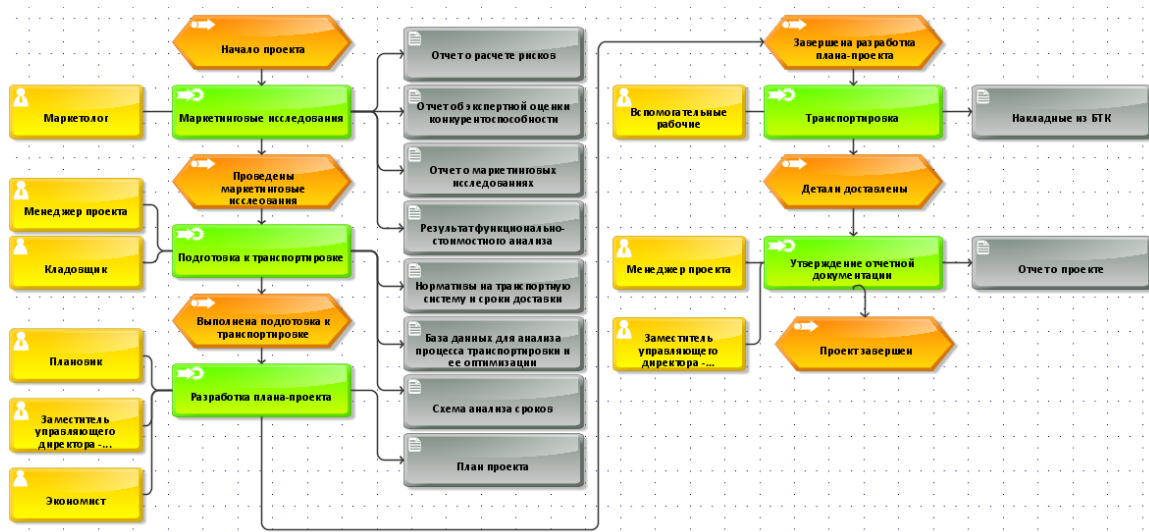


Рисунок 5. Бизнес-процесс

Таким образом, выявлены этапы бизнес-процесса, на основе которых построены функциональные модели: организационная, функциональная, модель данных и бизнес-процесса. В рассмотренном с разных сторон бизнес-процессе есть внутренний контроль: проверка накладных, проверка качества упаковки и контроль количества заготовок во время приемки, однако он не предусматривает учета времени транспортировки деталей между цехами. Данную проблему можно решить, создав базу данных с фиксированием времени прибытия и отбытия деталей в каждый цех с учетом накладных, например, в программе «Microsoft Excel».

Библиографический список

1. Что такое бизнес-процессы: основные понятия и определения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://blog.iteam.ru/chto-takoe-biznes-protsessy-osnovnye-ponyatiya-i-opredeleniya/> (дата обращения 14.10.2019).
2. Что такое бизнес-процесс и описание бизнес процесса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/trinion/blog/342448/> (дата обращения 15.10.2019).
3. Что такое бизнес-процесс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php> (дата обращения 17.09.2019).
4. Понятие организационной модели [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.businessstudio.ru/wiki/docs/v4/doku.php/ru/csdesign/project_org_struct/org_model_concept (дата обращения 15.09.2019).
5. Функциональная модель организации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/8553> (дата обращения 17.09.2019).

УДК 338.2

Карабчук Т.И. Современные проблемы российского менеджмента

Modern problems of Russian management

Карабчук Татьяна Ивановна,

студентка кафедры государственных финансов и банковского дела,
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Научный руководитель

Дышловой И.Н. д.э.н., доцент, профессор кафедры менеджмента,
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Karabchuk Tatiana Ivanovna,

student of the Department of public Finance and banking,
Institute of Economics and management OF «KFU. V. I. Vernadsky»

Scientific adviser: I.N. Dishlovoi,

Professor of management Department, associate Professor,
Institute of Economics and management Institute of Economics and Management,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University

Аннотация. В статье проанализированы современные проблемы развития менеджмента в России, выделены основные преграды эффективного управления, проведен анализ существующих проблем и предложены пути решения для дальнейшего устойчивого развития менеджмента на современном этапе.

Ключевые слова: менеджмент, проблемы, экономика, устойчивое развитие, решение.

Abstract. the article deals with modern problems of management development in Russia, highlights the main obstacles to effective management, analyzes existing problems and proposes solutions for further sustainable development of management at the present stage

Keywords: management, problems, economics, sustainable development, solution.

Менеджмент, в широком понимании, - это профессиональная деятельность по управлению людьми, направленная на достижение поставленных целей и получение максимальной прибыли. С момента своего появления менеджмент организации должен был решать множество проблем и задач, которые объяснялись различными причинами. С появлением проблем, появлялись и их решения. Грамотные менеджеры выявляли причины трудностей и пытались разобраться, какие именно способы в управлении персоналом являются наиболее эффективными. Наличие определенных факторов и ресурсов производства не является причиной эффективной и рациональной деятельности, если не существует системы управления, предназначенной для развития управленческих функций и стратегических решений. Управление в рыночных условиях в России, по сравнению с другими странами, имеет небольшую историю развития. Отсюда у современного российского менеджмента есть много нерешенных проблем, которые препятствуют инновационному развитию экономики. В настоящее время состояние управления зависит не только от судьбы отдельного предприятия,

но и от всей страны в целом. Поэтому правильное решение текущих проблем играет особую роль.

На данный момент особо важной проблемой современного менеджмента в России является качество работы управленческого персонала, существует проблема преемственности в компаниях. В России целое поколение успешных предпринимателей сейчас вступает в преклонный возраст. Возникает острый вопрос: кому оставить свой бизнес? Некоторые из них пытаются передать управление собственным детям, но это не способствует благоприятному развитию менеджмента, многие из них фактически не занимаются воспитанием своих детей и не сумели привить им любовь к предпринимательству. С. Янг в своей книге «Системное управление организацией» описывал как важно, чтобы высшее руководство осознавало, что главной задачей менеджера в компании является управление всем процессом принятия и выработки решений [7].

В последние несколько лет во многих ВУЗах была введена специальность "менеджмент", но проблема по-прежнему остается актуальной. Поскольку, чтобы повысить уровень компетентности, направленной на возможность получения экономической выгоды, следует привлекать к обучению студентов профессиональных менеджеров с управленческим опытом в условиях реальной рыночной экономики, что затруднительно для многих высших учебных заведений России.

Решением данной проблемы, на наш взгляд, является кардинальный пересмотр в изменении подхода к организации практической части подготовки выпускников данной специальности, направленной на прохождение практики, заключение договоров с потенциальными работодателями о прохождении практики студентами, посещение семинаров и тренингов по повышению квалификации у профессиональных менеджеров.

Стиль управления в российских компаниях в целом патерналистский: управление строится вертикально, система отношений, основанная на покровительстве, опеке и контроле старшими младших, а также подчинении младших старшим, все решения менеджера носят распорядительный характер и должны беспрекословно выполняться подчиненными под угрозой наказания за их неисполнение. Отсутствует культура делегирования полномочий, а значит, нежелание принимать решения на местах и высокий страх провала. Следствием такого управления являются элементы приспособленчества в мышлении и поведении у сотрудников. Но все это компенсируется другими положительными качествами, такими как хорошие навыки сотрудничества в команде. Этот парадокс обусловлен тем, что в русской культуре силен коллективизм.

В российских компаниях работают тысячи людей, однако компетентны и профессиональны не достаточный процент менеджеров для построения высококонкурентной на мировом рынке компании. В связи с этим имеет место приглашения зарубежных

специалистов – тор-менеджеров. И это типичная проблема российских компаний. Несколько российских компаний хорошо известны в мире - например, "Газпром" известен своими размерами и влиянием. Но японская компания «Sony», более известна благодаря тому, что в компании трудятся специалисты, заинтересованные в развитии компании, имеющие преобладающее право на приобретение акций компании, в которой трудятся, имеет сильное влияние группизм. Известный исследователь Хироси Минами пишет: "Группизм – это философия ориентации на группу, т. е. предпочтение интересов группы личным интересам. Такая философия имеет вполне определенную моральную основу, которая укладывается в довольно элементарные выражения: "Так надо!", "Так желательно!". Согласно концепции группизма, "желательное" как форма отношений не разделяет, а объединяет индивида с группой; индивидуальное и групповое неразделимы [6].

Некоторые российские компании могут стать такими брендами, но им препятствует преобладающий автократический стиль руководства.

Еще одна проблема заключается в том, что сотрудники в российских компаниях не умеют мыслить на перспективу, страдает стратегическое планирование. При операционном и тактическом планировании часто возникают непредвиденные ситуации. Это часто заставляет сотрудников российских компаний быть готовыми к постоянной импровизации - они быстрее, чем западные коллеги, приспосабливаются к изменившейся ситуации.

Еще одной, не менее важной, проблемой является коррумпированность экономики России на всех уровнях власти. Уровень коррупции в России значительно высокий, она на 138 месте из 180 в Индексе восприятия коррупции [2]. На практике менеджеров можно разделить на две условные группы:

- менеджеры частных организаций и компаний;
- управляющие государственных структур.

Согласно отчёту Генеральной Прокуратуры РФ, 2018 году в РФ зарегистрировано 30 495 преступлений коррупционной направленности, что на 3 % больше по сравнению с 2017 годом. При этом в 2018 году доля мелкого взяточничества снизилась до 5437 (5841), тогда как общее число выявленных случаев взяточничества увеличилось на 3,4 % (с 12 111 до 12 527), а количество пресеченных фактов получения взятки возросло почти на 10% (с 3 188 до 3 499) и существенно превышает число зарегистрированных случаев дачи взятки (2 612 преступлений). Судами Российской Федерации в 2018 году вынесено 10,7 тыс. обвинительных приговоров в отношении 11,7 тыс. человек [1].

Проблема неэффективного взаимодействия владельцев компаний с топ-менеджерами также остаётся актуальной на данный момент. Зачастую владельцы компаний не имеют четких представлений о производственном и рабочем процессе, при этом заинтересован только в получении максимальной прибыли на каждом этапе развития компании, а топ-менеджер

стремится к реализации стратегических целей, понимая, что достижение этих целей важнее мгновенной прибыли, и является намного выгоднее в перспективе.

Решением данной проблемы является, принятие и понимание владельцев компаний в России позиции топ-менеджера. В данном случае сотрудничество окажется выгодным и плодотворным. Например, Сбербанк, его президенту и председателю правления [Сбербанка России](#) Герману Грефу удалось сделать из громоздкой организации легко управляемую и современную.

Большой поток информации – это новая серьезная проблема. Многие руководители жалуются на то, что электронная коммуникация стала навязчивой и мешает им создавать для себя рабочую среду. Они тонут в электронных письмах и сообщениях, которые приходят через множество мессенджеров, постоянно отрываются от работы из-за видеозвонков, не успевают следить за встречами в планировщиках событий. В России в 2019 году насчитывается 109,6 миллионов интернет-пользователей, это значит, что уровень проникновения интернета находится на отметке 76%. При этом 85% всех онлайн-пользователей в России заходят в интернет каждый день, а 11% – не менее раза в неделю. Россияне в среднем проводят в сети 6 часов 29 минут. В следствии чего нехваткой времени затрудняется рабочий процесс [3].

Еще одной проблемой менеджмента в России является безразличие и игнорирование руководителями проблем в коллективе. Во многих организациях отсутствуют программы обучения и повышения квалификации сотрудников низших должностей, а также системы адаптации новых сотрудников, задачей которых является знакомство с коллективами, принципами работы в компании и ее ценностями. Из-за этого возникают проблемы в работе с клиентами, когда новый сотрудник не ориентируется в основных вопросах, не имеет информации о компании, продукте, правилах и положениях, принятых на данном предприятии.

Серьезной проблемой менеджмента на современном этапе является устаревшая структура государственного и бизнес-управления, которые нуждаются в переменах. Об этом упомянул на проходящем в Москве конгрессе ИНТОСАИ (Международная организация высших органов финансового контроля) глава Сбербанка Герман Греф. Проблема заключается в том, что после четырёх промышленных революций государственное управление осталось неизменным. У него огромный процессный менеджмент, но при этом почти нет проектного менеджмента и полностью отсутствуют инновации.

Например, в Сбербанке искусственным интеллектом занимаются более 1100 человек, а в Microsoft, для сравнения, – больше 5000 сотрудников. Россия стоит на пороге необходимости проведения революции государственного управления. Необходимость в революции заключается в том, чтобы менять процессное управление, увеличивать объёмы проектного управления и внедрять инновации. Решением данной проблемы станет переход на

информационные технологии и развитие цифровизации, впоследствии необходимо избавляться от той модели управления, которая существует в России [4].

Несмотря на актуальные проблемы, с которыми сталкивается современный менеджмент в России, есть определенные перспективы развития. Менеджмент в России начинает формироваться на индивидуальных способностях перспективного сотрудника, его профессиональных навыках, желании совершенствовать свои навыки и умения. Так же не стоит забывать о таких личностных качествах, как: настойчивость, целеустремленность, системное мышление, умение управлять временем и стрессом, умение принимать решения и т.д.

Анализ теории и практики управления и рассмотрение актуальных проблем управления в России позволяет сформировать следующие пути решения:

1. Необходимо сформировать новое поколение менеджеров, которые будут высокопрофессиональными специалистами. С помощью государственной поддержки на базе предприятий и учреждений должны быть созданы кафедры для обеспечения студентов качественными не только теоретическими, но и практическими знаниями.

2. Внедрение системы постоянной подготовки и переподготовки кадров с возможностью профессионального карьерного роста, с систематизацией отбора на назначение руководителей высшего и среднего звена.

3. Для мотивации к обучению и повышению квалификации необходимо ввести единый реестр с рейтинговой системой и денежными поощрениями.

4. Создание и принятие государственной программы не только по сокращению государственных служащих и/или совершенствование системы государственной власти, а кардинальное изменение системы управления.

Таким образом, к основным проблемам современного российского менеджмента относятся: проблема качества управленческих кадров, nepoтизм, снижение требований к профессиональному уровню специалистов, снижение уровня квалификации руководителей среднего и высшего звена, проблема не эффективного взаимодействия между владельцем компаний и топ-менеджером, коррупция и большой поток информации. Задача стоит перед нынешним поколением молодых управленцев, которые смогут решить эти проблемы. В будущем это повлечет за собой структурные изменения, которых, и это сегодня очевидно, не избежать; которые будут направлены на качественно новые подходы в управлении и повысят их эффективность.

Библиографический список

1. Официальный сайт Генеральной прокуратуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://genproc.gov.ru/smi/news/genproc/news-1575432/> (дата обращения: 01.10.2019)
2. Информационного агентства «Руспрес» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.rospress.org> (дата обращения: 01.10.2019)
3. Digital-агентство WebCanare [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.web-canare.ru> (дата обращения: 02.10.2019)
4. XXIII Конгресс INCOSAI. Международной организации высших органов аудита [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/channel/UC2sbgK9zttq3YNPv8cEF8RA> (дата обращения: 07.10.2019)
5. Горелов, Н.А. Управление человеческими ресурсами: современный подход / Н.А. Горелов, Д.В. Круглов, О.Н. Мельников; под ред. Н.А. Горелова. – М.: Юрайт, 2016. – 270с
6. Родченко В. В.. Международный менеджмент: Учеб. пособие. – 2-е изд., стереотип. – К.: МАУП. – 240 с.
7. Янг С. Системное управление организацией. Переведено с английского под ред. С. П. Никанорова, С. А. Батасова. М.: Советское радио, 1972.

УДК 316.46

Кудрявцева М.В. Лидерство как фактор успешности в условиях инновационной экономики

Leadership as a success factor in an innovative economy

Кудрявцева Мария Викторовна

Старший преподаватель кафедры социальной работы и права
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,

Санкт-Петербург

Kudryavtseva Maria Viktorovna

Senior Lecturer of the Department of social work and law

Saint Petersburg University of industrial technology and design,

Saint Petersburg

Аннотация. В статье рассматривается лидерство, с одной стороны, как уникальный инструмент управления человеческими ресурсами в контексте четвертой промышленной революции, с другой стороны, в качестве жизненной позиции конкретного индивида. Раскрывается необходимость актуализации лидерского потенциала в каждом человеке. Обозначаются и рассматриваются ключевые компетенции лидера, востребованные в условиях инновационной экономики и новой научно-технологической реальности, формирование которых позволит индивиду эффективно выстраивать свою жизненную и профессиональную стратегию, а значит достигать высоких результатов в процессах самореализации.

Ключевые слова: инновационная экономика, управление человеческими ресурсами, лидерство, эмоциональный интеллект, рефлексия, готовность, самоуправление, саморегуляция.

Abstract. In the article, leadership is considered, on the one hand, as a unique tool for managing human resources in the context of the fourth industrial revolution, and on the other hand, as an individual's life position. The necessity of developing leadership potential in each person is revealed. The article discusses the key competencies of a leader, demanded in an innovative economy and in conditions of scientific and technological reality, the formation of which will allow an individual to effectively build his life and professional strategy, which means to achieve high results in the processes of self-realization.

Keywords: innovative economy, human resource management, leadership, emotional intelligence, reflection, willingness, self-government, self-regulation.

В современных условиях инновационной экономики основополагающим источником конкурентоспособности и эффективности трудовой деятельности являются человеческие ресурсы. Как отмечают некоторые исследователи «...введение категории «человеческие ресурсы» в научный оборот свидетельствует о том, что профессиональные знания, опыт, творческие навыки и предпринимательские способности работников действительно обеспечивают экономическую эффективность и конкретные преимущества организации в рыночной среде» [1, с. 108]. Управление человеческими ресурсами является актуальной стратегией повышения эффективности и производительности деятельности организации любого уровня и масштаба. В результате такого подхода к роли и месту человека в современной экономике более эффективно решаются задачи не только на уровне конкретной организации,

но и раскрывается потенциал каждой личности, реализуются ее индивидуальные ресурсы, учитываются профессиональные и личностные интересы человека.

Как отмечают некоторые исследователи, развитие теории инновационной экономики характеризуется трансформацией традиционной сферы материального производства, меняющей свою технологическую основу. Наблюдается непрерывное развитие науки, техники и высоких технологий, овеществленных в товарах и услугах [2]. Постиндустриальное общество закономерно открывает для человека новые возможности, но и создает новые риски. Глобализация, вызовы современной инновационной экономики, ускорение процессов устаревания и обновления знаний обуславливают поиск оптимальных путей к управлению человеческими ресурсами с учетом специфики четвертой промышленной революции.

Лидерство как умение воздействовать на людей без применения структурно-ролевых полномочий, а посредством воздействия личности на личность, является уникальным механизмом социально-психологического воздействия на команду. Однако в контексте современной социокультурной, экономической и политической ситуации лидерство выступает не только в качестве уникального инструмента управления и воздействия на личность или группу, но также является необходимым условием для повышения эффективности и достижения успеха в рамках собственного жизненного проекта.

Вне сомнений, сегодня современному человеку в целях поддержания конкурентоспособности в условиях сложной динамичной среды необходимо не только обладать набором определенных общекультурных и профессиональных компетенций, но и занимать осознанную лидерскую позицию в масштабах своей профессиональной и личной жизни. Серьезные изменения в политике, культуре, экономике и в социальном пространстве обуславливают необходимость актуализации лидерского потенциала в каждом человеке. В данном контексте лидерство понимается как жизненная позиция, связанная с осознанным выбором и намерением преобразовывать себя, свой мир, свою жизнь.

Согласимся с мнением О.В. Живицы, кандидатом психологических наук, что «современный мир как никогда ранее нуждается в лидерах <...>, речь о том, что каждый на своем месте должен быть лидером и уметь делать выбор, брать ответственность за принятые решения и вести за собой» [3, с. 43].

В качестве ключевых компетенций лидера, востребованных в условиях современной действительности, важно выделить эмоциональный интеллект, готовность к самоуправлению и саморегуляции, способность индивида реагировать на изменения и обучаться в течение всей жизни. Именно эти качества и способности являются своеобразными универсальными инструментами для эффективной реализации индивидуального жизненного и профессионального проекта в контексте новой научно-технологической реальности.

Эмоциональный интеллект представляет собой способность индивида идентифицировать эмоции (и собственные, и чужие), распознавать истинные причины возникновения того или иного эмоционального состояния, а также способность понимать природу реакций человека и чувств, которые эти реакции детерминируют. Эмоционально развитые люди обладают очевидным конкурентным преимуществом в мире неопределенном, сложном, неоднозначном, стрессовом.

Использование эмоционального интеллекта в процессах управления командой позволяет решать проблему конфликтов, управленческие проблемы, налаживать общение в коллективе, грамотно организовывать подбор персонала, реализовывать управленческие модели поведения с учётом настроения и эмоционального фона коллектива. В концепции лидерства как жизненной позиции развитый эмоциональный интеллект расширяет возможности индивида распознавать свои эмоциональные состояния и настроения, управлять ими, выстраивать более гармоничные социальные связи и отношения, развивает способность к эмпатии и т.д.

По мнению некоторых исследователей «эмоции являются для лидера главным ресурсом для повышения своей личной эффективности и управления эффективностью других людей. Это ключ к пониманию происходящих внутренних процессов, от которых напрямую зависит эффективность и результативность не только индивидов, но и групп» [4].

Стрессовая действительность, в которой живет и развивается сегодня человек, является ключевым фактором преобладания негативных эмоций у среднестатистического человека. Во многом ключ к успешной, сбалансированной жизни лежит через формирование способности у индивида управлять своими эмоциональными состояниями и реакциями.

В ряде научных исследований, посвященных феномену лидерства, подчеркивается, что важным навыком в эмоциональном лидерстве и способности управлять эмоциями является рефлексия, как способ познания себя через распознавание собственных психоэмоциональных состояний и реакций. Рефлексия напрямую связана с умением фиксировать себя в настоящем моменте [5]. Соответственно, для повышения уровня эмоционального интеллекта и осознанной работы над его развитием необходимо формирование у индивида способности к рефлексии, а также навыки саморегуляции и самоуправления.

Посредством механизма рефлексии запускаются процессы осмысления человеком своего индивидуального сознания, поведения, эмоциональных проявлений, когнитивных представлений. Помимо этого, в процессе рефлексии происходит понимание субъектом особенностей восприятия его личностных особенностей другими субъектами и участниками совместной деятельности.

Таким образом, через процесс самопознания, самоосознания и переосмысления для человека открывается возможность оптимизировать личную стратегию развития, скорректировав этапы продвижения с учетом обновившейся системы представлений о самом

себе, его месте в окружающем мире и наличествующих связях. Однако подобный глубокий и качественный самоанализ требует достаточно высокого уровня осознанности и объективности субъекта.

Саморегуляция представляет собой интегральное и многоуровневое понятие. Анализ научной литературы показал, что способность к саморегуляции выступает как стержень, вокруг которого располагаются основные психические процессы и свойства, а протекание процесса саморегуляции осуществляется за счет всего потенциала психики (интеллектуальные, эмоциональные, волевые процессы и свойства) [6].

Психологические основы саморегуляции включают в себя управление познавательными процессами (восприятием, вниманием, воображением, мышлением, памятью, речью), а также личностью, т.е. поведением, эмоциями и действиями – реакциями на возникшую ситуацию [7]. Таким образом, саморегуляция мобилизует личностные, когнитивные и метакогнитивные возможности индивида, актуализирует его внутреннюю активность и является основой процессов самоуправления.

Овладевая способами личной саморегуляции, индивид обеспечивает функционирование мотивационных и волевых механизмов, которые позволяют человеку осознанно и целенаправленно воздействовать на свои психоэмоциональные состояния, механизмы рефлексии, систему целеполагания, т.е. управлять своей образовательной, профессиональной и другой деятельностью на всех этапах ее реализации.

Саморегуляция как функциональное средство субъекта носит адаптационный характер, то есть повышает способность индивида к самоуправлению собой, своей жизнедеятельностью и пространством с учетом изменяющихся внешних показателей и условий социально-экономической действительности. В свою очередь развитие у индивида на достаточно высоком уровне таких важных компетенций как способность к рефлексии, саморегуляции и самоуправлению определяет возможности индивида оптимально реагировать на изменения и обучаться в течение всей жизни.

Итак, развитие информационного общества и цифровых технологий существенно изменяют содержание, методы организации и использования труда, а значит роль и место человека в современной экономике. Развитие рассмотренных выше лидерских компетенций обуславливает формирование социально-активной личности, способной сознательно выстраивать свою жизненную и профессиональную стратегию, планировать свою деятельность и управлять ею, реализовывать обозначенную программу и контролировать этапы ее реализации, объективно оценивать и корректировать результаты деятельности, а значит достигать высоких результатов в профессиональном и личностном аспекте самореализации.

Библиографический список

1. Одегов, Ю.Г. Чем управление человеческими ресурсами принципиально отличается от управления персоналом? Вестник Омского университета. – Серия «Экономика». – 2018. – № 1 (61). – с. 106-114.
2. Локалов, А.А. Инновационная экономика и новая экономика: соотношение процессов и понятий // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – С. 128-131.
3. Живица, О.В. Лидерство. – М.: Университет «Синергия», 2017. – 192 с.
4. Долина, Н.В. Психоаналитический взгляд на эмоциональное лидерство // Международный научно-исследовательский журнал. – № 2 (44). – С. 113-114.
5. Адаир, Д. Психология лидерства. М.: Эксмо, 2007. – 352 с.
6. Моросанова, В.И. Саморегуляция и индивидуальность человека. М.: Наука, 2010. 519 с.
7. Егорова, Ю.А. Ориентировочные основы целеполагания в сфере самосовершенствования // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е: Педагогические науки. – 2012. – № 15. – С. 27-40.

СЕКЦИЯ 8. НОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК

УДК 32 (575.3)

Курбонова З.М. Политическая стабильность Таджикистана как фактор безопасности региона

Political stability of Tajikistan as a factor of regional security

Курбонова Зульфия Махманабиевна

кандидат политических наук, докторант Института философии, политологии и права им.

А.Баховаддинова. АН РТ

Kurbonova Zulfiya Mahmanabievna

Candidate of political sciences. Doctoral candidate of Institute of Philosophy, Political Sciences and Law named after A.Bahouddinov

***Аннотация.** Прогресс человеческого общества, особенно его культуры и цивилизации, во все времена зависел от мира и спокойствия. Общество, в котором нет мира и спокойствия, рано или поздно придёт к упадку. Величайшие памятники истории и культуры, грандиозные сооружения и творческие шедевры сотворены в обстановке мира и спокойствия.*

***Ключевые слова:** политическая стабильность, безопасность, Таджикистан, конфликты.*

***Abstract.** The progress of human society, especially its culture and civilization, at all times depended on peace and tranquility. A society in which there is no peace and tranquility will sooner or later decline. The greatest monuments of history and culture, grandiose structures and creative masterpieces are created in an atmosphere of peace and tranquility.*

***Keywords:** political stability, security, Tajikistan, conflicts.*

Во многовековой истории таджикского народа, наравне с беспокойными и тревожными периодами, приходились и времена мирного и созидательного труда, выдающимся примером которых является эпоха Саманидов. Первые правители Саманидской династии, а прежде всего эмир Исмаил, сумели установить на обширной территории своего государства обстановку мира и спокойствия, что дало им возможность приступить к созидательной деятельности. Независимость, к которой пришел Таджикистан после распада Советского Союза, и установление мира на этой земле после внутреннего конфликта и противостояния, достигнутого усилиями самих таджиков, посредничеством дружественных стран и международных организаций, особенно благодаря настойчивости и стремлению Эмомали Рахмона – мудрого и могучего руководителя, напоминает ту же эпоху Саманидов. В связи с этим Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон отмечает: «Культура миро создания таджиков и сегодняшние мир и стабильность в Таджикистане являются воплощением благородной мечты и желаний, целью и помыслами народа нашей страны. Опыт мироздания таджиков признан всеми международными организациями как уникальное явление, и этот

опыт будет изучаться и использоваться в странах, где происходят внутренние конфликты»⁹. Период государственной независимости Таджикистана подтверждает, что именно Эмомали Рахмон является основателем мира и единства таджиков, что уже давно признано не только таджикстанцами, но и представителями зарубежных стран. «Эмомали Рахмонов, - пишет Президент Российской Федерации В.Путин, - занимает одно из ведущих мест среди политиков стран Содружества. И это не случайно. Все его усилия свидетельствуют о том, что в Таджикистане проходит мирный процесс, аналога которому нет в других странах, где существует напряженность. То, что происходит в Таджикистане, - хороший пример для многих народов и стран»¹⁰. Отрадно отметить, что члены Маджлиси милли Маджлиси Оли Республики Таджикистан 18 декабря 2015 года единогласно поддержали принятый ранее депутатами Маджлиси намоёндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан Закон «Об основателе мира и национального единства – Лидере нации». В целях определения факторов, которые способствовали достижению такого высокого и заслуженного звания Президентом Республики Таджикистан Эмомали Рахмоном решили еще раз перечитать политическую историю суверенного Таджикистана. После распада СССР для бывших союзных республик, в том числе и Таджикистана, наступил новый политический и экономический этап. Бывшие союзные республики стали независимыми. Осуществилась давняя мечта народов о национальном суверенитете. Политическая и государственная независимость Таджикистана – это бесценный дар истории, но за ее сохранение и укрепление ответственность перед историей несет нынешнее поколение таджикстанцев. В республиках, где это полностью осознали, дорожат своей независимостью и с большим энтузиазмом приступили к дальнейшему обустройству и развитию. Однако в Таджикистане сложилась иная ситуация. Главным барометром политических событий 1991-1992 гг. в Таджикистане стала митинговая демократия, результатом которой стало создание правительства национального примирения Таджикистана. Эти разногласия, в свою очередь, привели к расколу политических партий на две противоположные группы и усилению политического кризиса, а политический конфликт перерос в вооруженный. Таджикистан оказался втянутым в братоубийственную войну, весь трагизм которой таджикстанцы будут ощущать еще долго. Таджикский народ, осознав нависшую над страной угрозу, самоотверженно боролся ради погашения пламени разрушительной войны. В эти трагические для таджикской нации дни во Дворце Арбоб древнего Худжанда состоялась XVI сессия Верховного Совета Республики Таджикистан двенадцатого созыва. Сессия восстановила конституционный строй в республике и провозгласила основные принципы будущего общества. Народные депутаты поддержали идею замены президентского правления

⁹ Рахмон, Э. Выступление на церемонии открытия памятника Рудаки и в честь Дня национального единства, 27 июня 2005 г. / Э.Рахмон // Независимость Таджикистана и возрождение нации. - Душанбе: Ирфон, 2007. - С.217. - 6 т

¹⁰ Набиев, В. Ваъдат - ганъи љовидони миллат / В.Набиев. - Хуљанд: Ношир, 2012. - 396 С. 3, Набиев, В. Миротворец - Лидер нации / В.Набиев // Согдийская правда. - 2016. - 16 января

парламентским. На сессии большинством голосов Председателем Верховного Совета Республики Таджикистан был избран Эмомали Рахмон. В присутствии народных избранников новый лидер страны четко и уверенно заявил: «На пути мира и согласия или умру, или достигну своей цели!». Этот путь действительно, был исключительно трудным. Он требовал полной отдачи сил, самопожертвования. И Эмомали Рахмон оправдал возложенное на него доверие, шаг за шагом продвигаясь к национальному примирению и согласию в стране. Председатель Верховного Совета Республики Таджикистан Эмомали Рахмон обратился к народу Таджикистана. Это было своего рода первой программой нового Главы государства в первом периоде его деятельности.

В его обращении, в частности, отмечалось: «Я обращаюсь к вам в тяжелый для нашей Родины час. Я верю в вас, в вашу великую мудрость, освященную веками. Я клянусь приложить все свои силы для того, чтобы в каждом доме был мир, в каждой семье – благополучие и счастье, на любимой земле – радость и процветание. Во имя этих великих целей я готов, если необходимо, отдать жизнь. Я верю в процветание моей любимой Родины, в лучшую и счастливую жизнь моего народа»¹¹. Проблемы мира и единства, целостности страны были центральными и судьбоносными проблемами сессии. Встреча командиров вооруженных противостоящих формирований во Дворце Арбоб 25 ноября 1992 г. стало незабываемым событием сессии. Встреча состоялась по предложению народных депутатов и по инициативе Председателя Верховного Совета Эмомали Рахмона. Это доброе начинание было первым смелым и твердым шагом в снижении напряженности. Решением Верховного Совета Республики Таджикистана 26 ноября 1992 г. объявлено Днем мира и национального согласия народа Республики Таджикистан. Говоря об исторических заслугах сессии, Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон отмечает: «Сессия в период безвластия и беспредела избрала новое руководство страны и ликвидировала угрозу исчезновения государства таджиков и раскола древней таджикской нации, утвердила и приняла символы независимого государства таджиков – Государственные Флаг и Герб, что способствовало подъему патриотизма и национальной гордости. Ведь до этого у нас не было символов, отвечающих требованиям и условиям существования независимого государства, то есть Флага, Герба и Национального гимна, а в стране, которая уже жила в условиях независимости, действовала Конституция 1978 года.

Таким образом, благодаря этим шагам было положено начало созданию нового государственного строя и построению независимого общества, а построение демократического, правового и светского государства было провозглашено главной и

¹¹ Рахмонов, Э. Обращение Председателя Верховного Совета Республики Таджикистан к народу Таджикистана, 12 декабря 1992 г. / Э.Рахмонов // Независимость Таджикистана и возрождение нации. - Душанбе: Ирфон, 2006. - С.5-8. - 1 т.

священной задачей таджикского общества»¹². После XVI сессии Верховного Совета Республики Таджикистан здоровые силы республики приложили все усилия для мирного решения межтаджикской проблемы. Три политических фактора - заинтересованность со стороны правительства, понимание со стороны оппозиции и посредничество международных организаций и дружественных стран - привели к межтаджикским переговорам. Начало межтаджикскому переговорному процессу с целью установления мира в Таджикистане, прекращения военных действий на таджикско-афганской границе, решения проблемы беженцев и национального примирения было положено 5 апреля 1994 г., когда в Москве по инициативе Эмомали Рахмона, при посредничестве ООН и МИД России прошла встреча правительственной делегации Таджикистана с представителями оппозиции - первый раунд переговоров. Последовавшие за первым раундом второй и (18-28 июня 1994 г. в Тегеране) и третий раунды (20 октября-ноября 1994 г. в Исламабаде) межтаджикских переговоров внесли существенные коррективы в деле достижения мира и согласия. 6 ноября 1994 г. таджикистанцы избрали Эмомали Рахмона Президентом Республики Таджикистан. Глава государства постоянно стремился к достижению мира и национального единства таджиков. 17 августа 1995 г. Эмомали Рахмон в Душанбе и Саид Абдулло Нури в Кабуле подписали «Протокол об основных принципах установления мира и национального согласия в Таджикистане», который открыл новый этап на пути достижения мира и национального согласия. В этой ситуации Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон во время встречи с руководителями партии, общественных объединений, национальных, культурных центров, творческих и научных союзов выступил с призывом о заключении договора об общественном согласии. 9 марта 1996 г. руководители 30 политических партий и общественных объединений подписали Договор об общественном согласии в Таджикистане. Этот документ, имеющий историческое и политическое значение для нашей страны, получил одобрение и поддержку населения республики. «Несмотря на притязания оппозиции, - отмечает Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон, - мы продолжаем строить в нашей республике гражданское общество. Некоторое время назад при участии Президента, Председателя Маджлиси Оли, руководителей политических партий, национально-культурных обществ, творческих организаций, общественных объединений был подготовлен и подписан Договор об общественном согласии в Таджикистане. Собравшись за столом для подписания этого документа, мы были едины в том, что мы должны передать в наследство будущим поколениям

¹² Рахмонов, Э. Худжандская сессия Верховного Совета и возрождение Таджикистана: Выступление на торжественном собрании в честь десятой годовщины XVI сессии Верховного Совета Республики Таджикистан, 15 ноября 2002 г. / Э.Рахмонов // Независимость Таджикистана и возрождение нации. - Душанбе: Ирфон, 2006. - С.27-50. - 5. т.

процветающую страну, несмотря на имеющиеся между нами политические разногласия»¹³. Осознавая свою ответственность перед народом и будущим не только своей страны, но и других соседних государств, лидеры общественно-политических объединений на основании Договора об общественном согласии создали Общественный совет Республики Таджикистан. Председателем Общественного совета был избран Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон.

Лидеры большинства политических партий, общественных движений, религиозных и национальных общин дают себе отчет в том, что дальнейшее сохранение напряженности и политической нестабильности в республике может грозить непредсказуемыми последствиями для страны в целом и для таджикской нации в особенности. В этих целях группа известных деятелей науки и культуры страны обратилась с призывом к лидерам оппозиции присоединиться к Договору и поддержать инициативу Президента по достижению полного согласия в таджикском обществе. В письме подчеркивалось, что во имя достижения высших целей, заложенных в Договоре, обеим конфликтующим сторонам в Таджикистане необходимо немедленно прекратить противостояние и покаяться друг перед другом. Представители интеллигенции Таджикистана, видные академики, народные поэты и артисты предложили совместными усилиями построить скульптуру под названием Покаяние и назначить День Покаяния¹⁴. Поистине, судьбоносное значение для народа Таджикистана имеют встречи Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона с лидером Объединенной таджикской оппозиции (ОТО) Саид Абдулло Нури и подписанные на их основе документы (северный Афганистан – декабрь 1996 г., Москва – декабрь 1996 г., Мешхед - февраль 1997 г.). Они пробудили общественность к действиям, вселили в народ, мировое сообщество надежду и веру в то, что в политической жизни Таджикистана наступают хорошие времена. Вспоминая встречу в Хосдех (северный Афганистан) руководитель ОТО, покойный Саид Абдулло Нури, говорил: «...К встрече с Эмомали Рахмоновым я отнёсся самым серьезным образом. Перед тем в беседе с Раббани, которая состоялась в местечке Калафшон, я рассказал ему о выпавших мне словах священного Корана: «Если наши противники желают заключения мира, заключите его и доверьтесь Богу». Осознав это, я решил, что не должен отступать от такого предвидения. Он сказал так: «Это свидетельство тому, чтобы вы, руководители Таджикистана, подошли с открытым сердцем к трагедии своей страны, без злых умыслов врагов таджикской нации. Настало время возвращения к миру, созиданию, протянуть друг другу по-братски руки, прекратить кровавое противостояние. У себя в Афганистане мы очень устали от длительной войны, земля наша разорвана на части. Мы надеемся на то, что, хотя бы ваш край оставался

¹³ Рахмонов, Э. По пути единства и созидания: Выступление на торжественном собрании, посвященном Дню независимости, 8 сентября 1996 г. / Э.Рахмонов // Независимость Таджикистана и возрождение нации. – Душанбе: Ирфон, 2006. – С.16-28. – 2. т.

¹⁴ Набиев, В. Ванъат - ганъи љовидони миллат / В.Набиев. - Хуљанд: Ношир, 2012. С.149

целым. Теперь, поняв, что такое трагедия, больше думайте о людях, о таджикском народе, ищите благо на пути правового созидания и шагайте смело. Мудрые решения – это результат непрекращающегося поиска разума человека...»¹⁵. Продолжительные межтаджикские переговоры принесли добрые плоды. 27 июня 1997 г. в городе Москве Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон, руководитель ОТО Саид Абдумо Нури, специальный представитель Генерального секретаря ООН Герд Дитрих Мерем подписали Общее соглашение об установлении мира и национального согласия в Таджикистане. Наступил качественно новый этап в достижении мира и национального согласия в Таджикистане. «Дорога мира, - отмечает Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон, - была для нас дорогой спасения нации и независимого государства таджиков. К порогу мира мы дошли через боль и страдания, труд и мучения, через обмен мнениями сторон, долгие переговоры, продолжительные споры и, в конечном итоге, обеспечили спокойствие и безопасность страны. Наш народ своевременно осознал последствия разрушительной войны, и с целью сохранения суверенитета государства, территориальной целостности, национального единства и укрепления государственных основ с твёрдым убеждением выбрал путь мира и мироздания»¹⁶. На основе Соглашения о мире начала функционировать Комиссия национального примирения. Правительство Республики Таджикистан приступило к сотрудничеству с представителями оппозиции. В республике была объявлена всеобщая амнистия. Беженцы и вынужденные эмигранты получили возможность возвратиться к своим очагам. Опыт таджикского мира требует всестороннего и тщательного изучения всех его граней, в т. ч. факторов и методов достижения мира. Пути решения вопросов, указанных в соглашении, обеспечили достижение прочного мира в республике. Мы сегодня гордимся тем, что достигнутый мир таджиками стал предметом подражания для других и признан Организацией Объединенных Наций как уникальный опыт.

История цивилизации не помнит случая завершения гражданской войны и примирения сторон за такой короткий срок, когда, держась рука об руку, противоборствующие стороны направляют свои усилия на развитие созидательной деятельности единого государственного аппарата ради процветания своей Родины. Таким образом, признание Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона основателем мира и национального единства - Лидером нации является закономерным процессом и волеизъявлением таджикстанцев. Председатель Согдийской области, первый заместитель Председателя Маджлиси милли Маджлиси Оли Республики Таджикистан Абдурахмон Кодир отмечает: «Закон «Об основателе мира и национального единства - Лидере нации» - нужный и своевременный. Это естественное юридическое оформление того, что уже существует в жизни, в жизни народа, в жизни нашего

¹⁵ Мирзошо С. Миротворец / С.Мирзошо, Ш.Ханиф. – Душанбе: Адиб, 2004. С.154

¹⁶ Рахмон, Э. Выступление на церемонии открытия памятника Рудаки и в честь Дня национального единства, 27 июня 2005 г. / Э.Рахмон // Независимость Таджикистана и возрождение нации. - Душанбе: Ирфон, 2007. - С.218. - 6 т.

Таджикистана. Заслуги Его Превосходительства, уважаемого Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона известны не только в нашей стране, но и далеко за пределами нашей Родины... Цивилизованный мир и большинство международных организаций признали уважаемого Эмомали Рахмона за его мудрость и толерантность, создание культуры мирного проживания политической фигурой мирового масштаба, потому что каждое его слово и действие являются отражением чаяний, ценностей, идей и национальных интересов. Поэтому провозглашение его Лидером нации является признанием жителями страны его бесценных заслуг»¹⁷.

Независимость и национальное единство дали нашему народу и государству великую силу, создали благоприятные условия для развития политической, экономической, социальной и культурной жизни. Сегодня с полной уверенностью, можем сказать, что Таджикистан, за годы независимости достиг заметных успехов.

Независимость в истории государственности и судьбе таджикской нации, являясь коренным поворотом и началом качественно нового этапа развития, поставила перед нами выполнение очень ответственной исторической задачи, то есть строительство цивилизованного государства, отвечающего интересам народа и страны.

Успешное оправдание такой внешней политики позволила государству стать спутниками процесса мировых преобразований и последовательно расширить круг взаимовыгодных отношений на международной арене. Республика Таджикистан на сегодняшний день получила официальное признание со стороны ста пятидесяти четырех государств мира, при этом установила дипломатические отношения со ста тридцатью двумя государствами мира¹⁸.

Таджикистан сегодня является активным участником Организации Объединенных Наций, Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе, Содружества Независимых Государств, Организации договора о коллективной безопасности, Шанхайской организации сотрудничества, Организации исламского сотрудничества и множества других влиятельных международных и региональных организаций.

Важной вехой в истории дипломатии независимого Таджикистана явилось принятие предложенной резолюции по инициативе Основателя мира и национального единства – Лидера Нации Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Рахмона о провозглашении 2003 года Международным годом пресной воды, по итогам проведения которого Генеральный секретарь ООН учредил Консультативный совет по водным ресурсам и санитарии. Осознание всего комплекса проблем, связанных с водными ресурсами и роли ООН в мобилизации политической воли всех государств на решение этих проблем побудило Таджикистан выступить

¹⁷ Набиев, В. Миротворец - Лидер нации / В.Набиев // Согдийская правда. - 2016. - 16 января.

¹⁸ Ходжаев Х. Республика Таджикистан: 25 лет государственной независимости. http://www.mts.tj/ru/index.php?option=com_content&view=article&id=750%3A-25-&catid=180%3A2015-04-22-08-49-59&Itemid=225&lang=ru

с инициативой об объявлении Международного десятилетия действий «Вода для жизни», взявшего старт 22 марта 2005 года. Теперь этот день отмечается как Международный день воды.

В продолжение этих усилий также по предложению Лидера Нации Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Рахмона, которое было озвучено в ходе его участия на Саммите ООН 2005 года, в 2010, в 2018 гг. в Душанбе был проведён Международный форум по пресной воде. В ходе этого форума участники совместно оценили практическое выполнение согласованной «международной водной повестки дня». В целях внесения достойного вклада в Международное десятилетие действий «Вода для жизни» Таджикистан совместно с Японией, Нидерландами и Германией инициировал проведение специального мероприятия "Вода и санитария для всех", поддержал одобренную Советом по правам человека резолюцию «Права человека и доступ к безопасной питьевой воде и санитарным услугам».

Наиболее актуальными задачами государства и общества сегодня остаётся дальнейшее действенное углубление широкомасштабных реформ во всех сферах и отраслях экономики, обеспечение занятости населения, создание и внедрение правовых гарантий и широких возможностей для населения стран в соответствии с требованиями времени в целях построения правового государства¹⁹.

Библиографический список

1. Мирзошо С. Миротворец / С.Мирзошо, Ш.Ханиф. – Душанбе: Адиб, 2004. С.154
2. Набиев, В. Ваъдат - ганъи љовидони миллат / В.Набиев. - Хуъанд: Ношир, 2012. С.149
3. Набиев, В. Миротворец - Лидер нации / В.Набиев // Согдийская правда. - 2016. - 16 января.
4. Рахмон, Э. Выступление на церемонии открытия памятника Рудаки и в честь Дня национального единства, 27 июня 2005 г. / Э.Рахмон // Независимость Таджикистана и возрождение нации. - Душанбе: Ирфон, 2007. - С.218. - 6 т.
5. Рахмонов, Э. Обращение Председателя Верховного Совета Республики Таджикистан к народу Таджикистана, 12 декабря 1992 г. / Э.Рахмонов // Независимость Таджикистана и возрождение нации. - Душанбе: Ирфон, 2006. - С.5-8. - 1 т.

¹⁹ Ходжаев Х. Республика Таджикистан: 25 лет государственной независимости. http://www.mts.tj/ru/index.php?option=com_content&view=article&id=750%3A25-&catid=180%3A2015-04-22-08-49-59&Itemid=225&lang=ru

6. Рахмонов, Э. По пути единства и созидания: Выступление на торжественном собрании, посвященном Дню независимости, 8 сентября 1996 г. / Э.Рахмонов // Независимость Таджикистана и возрождение нации. – Душанбе: Ирфон, 2006. – С.16-28. – 2. т.

7. Рахмонов, Э. Худжандская сессия Верховного Совета и возрождение Таджикистана: Выступление на торжественном собрании в честь десятой годовщины XVI сессии Верховного Совета Республики Таджикистан, 15 ноября 2002 г. / Э.Рахмонов // Независимость Таджикистана и возрождение нации. – Душанбе: Ирфон, 2006. – С.27-50. – 5. т.

8. Ходжаев Х. Республика Таджикистан: 25 лет государственной независимости. http://www.mts.tj/ru/index.php?option=com_content&view=article&id=750%3A-25-&catid=180%3A2015-04-22-08-49-59&Itemid=225&lang=ru

Электронное научное издание

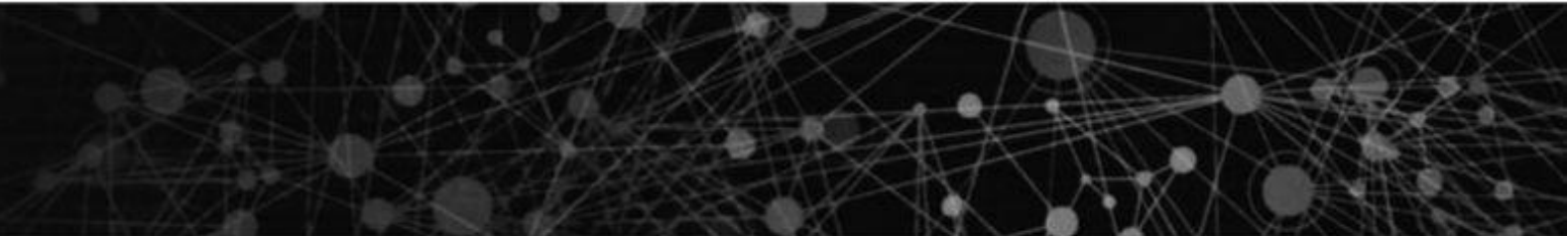
**Экономика, управление и финансы:
приоритеты, проблемы и направления развития**

сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции

30 октября 2019 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству
обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов



ISBN 978-1-79472-487-7

90000



Формат 60x84/16. Усл. печ. Л 6,9. Тираж 100 экз.

Lulu Press, Inc. 627 Davis Drive Suite 300

Morrisville, NC 27560

Издательство НОО Профессиональная наука

Нижний Новгород, ул. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1