

International Conference Of Business, Economics, Management, Information Technology

Miami, USA

november 30. 2016

www.scipro.ru



**Scientific public organization
Professional Science**

**INTERNATIONAL CONFERENCE OF BUSINESS,
ECONOMICS, MANAGEMENT, INFORMATION
TECHNOLOGY**

materials of the I international research and practice conference

November 30th 2016

www.scipro.ru
Miami, USA 2016

UDC 330;004
LBC 65;32.97

I 78

Editor: N.A. Krasnova
Technical editor: Y. Kanaeva

International Conference Of Business, Economics, Management, Information Technology: materials of the I international research and practice conference November 30^h, 2016, Miami, USA: Scientific public organization “Professional science”, 2016. 234 p.

ISBN: 978-1-370-68261-4

The collection of materials of the International Conference Of Business, Economics, Management, Information Technology, November 30th, 2016 is the research and practice edition which includes the scientific articles of students, graduate students, postdoctoral students, doctoral candidates, research scientists of Russia, the countries of FSU, Europe and beyond, reflecting the processes and the changes occurring in the structure of present knowledge.

It is destined for teachers, graduate students, students and people who are interested in contemporary science.

All articles included in the collection have been peer-reviewed and published in the form in which they were presented by the authors. The authors are responsible for the content of their articles.

The information about the published articles is provided into the system of the Russian science citation index – RSCI under contract № 2819-10/2015K from 14.10.2015

The electronic version is freely available on the website <http://www.scipro.ru>

UDC 330;004
LBC 65;32.97

ISBN 978-1-370-68261-4



9 781370 682614

© Editor N.A. Krasnova, 2016

© Article writers, 2016

© Sole proprietorship N.A. Krasnova,
2016

© Smashwords. Inc.

CONTENS

SECTION 1. MANAGEMENT	6
Zlygostev V.Y. Current issues of personnel management to modern enterprises in crisis: problems and solutions	6
Mashtakov A.I. Regional marketing implant to ensure sustainable development of the regional economy	19
Mescherakova I.A. Labour values and interests of the hired workers in soviet and market economy	40
Tumilevich E.N. Social strategic alliance as a form of implementation of corporate social responsibility	47
Volkova M.F., Sirotina A.G. Conceptual bases of management of potential financial stability	55
Yakshieva G.M., Isayeva T.V. Public-private cooperation and innovative development of agriculture.....	64
SECTION 2. BANKING	68
Balashova R.I. The development of the financial market infrastructure as the basis of financial provision of investment of economic development for the model of an independent state.....	68
Egortseva Y.Y. On the debt burden of the regional economy	74
Gasratova M.I. The state of the bond market of the Russian Federation	88
Rykov S.V. Principles of interest rate policy and the interest paid to the depositors of the credit institution.....	99
Schepantsova M.Yu. Improving internal control in credit institutions	106
SECTION 3. MARKETING	130
Chernobrovina J.E.The internal marketing as instrument increasing of staff motivation	130
Geraschenko I.N. Optimization of marketing activities of hospitality enterprises (on the example of "Comfort" hotel in Krasnodar city).....	138
Savenkova I.S. Sennaya I.K. Analysis of marketing techniques on the example of the Orenburg supermarkets network "Pyaterochka"	150
SECTION 4. BUSINESS.....	158
Petechel T.A., Badalov A.Z. Free Port Vladivostok as a tool for regional policy	158
Rysaliev M.Sh. The tax system of Kyrgyzstan: history and current status	177
SECTION 5. INFORMATION TECHNOLOGY	194
Romanovsky G.V., Soltanov A.Y. Restructuring strategy: decentralization and the optimum size of the company	194
SECTION 6. RISK AND INSURANCE.....	201

Gordienko A.V., Zaripov R.R., Aubakirova G.T. Experience of Appraisal Activity in Kazakhstan.....	201
---	-----

SECTION 7. E-COMMERCE 212

Pochebut V.A., Khasanshin I.A. Development of the system of infrastructural maintenance of entrepreneurial activities in the Samara region	212
--	-----

SECTION 8. ECONOMETRICS&STATISTICS 219

Lavrentiev V.A., Parasyuk A.E. Optimization of parametric accuracy of production in mechanical engineering in conditions of resource economy and management variability	219
---	-----

SECTION 1. MANAGEMENT

UDC 331.103

Zlygostev V.Y. Current issues of personnel management to modern enterprises in crisis: problems and solutions

Актуальные вопросы развития кадрового менеджмента на современных предприятиях в кризисных условиях: проблемы и пути решения

Zlygostev Vladislav Yurevich

Moscow Technological Institute, Moscow

vlad-z@list.ru

Злыгостев Владислав Юрьевич

НОУ ВО «Московский технологический институт», Москва

Abstract. Work is devoted to studying aspects of human resource management in modern enterprises in the conditions of crisis and uncertainty, as well as consideration of the problems encountered in the process of human resource management. In this work stand out and define the basic components of the problems in the management of personnel, such as a manifold increase in workload, reducing the level of employees' salaries and the loss of its value, the combination of job functions and positions, change of location and working conditions, as well as reducing the number of unwilling to work of employees.

Keywords: personnel management in times of crisis, risk management, crisis management, personnel management under uncertainty, problems of personnel management.

Аннотация. Работа посвящена изучению аспектов кадрового менеджмента на современных предприятиях в условиях кризиса и неопределённости, а также рассмотрению проблем, возникающих в процессе управления персоналом. В работе выделяются и определяются основные составляющие проблематики в процессе управления персоналом, такие как многократное увеличение трудовой нагрузки, сокращение уровня заработной платы сотрудников и утрата её ценности, совмещение трудовых функций и должностей, смена места и условий работы, а также сокращение числа нежелающих работать сотрудников.

Ключевые слова: кадровый менеджмент в условиях кризиса, риск-менеджмент, кризис-менеджмент, управление персоналом в условиях неопределённости, проблемы развития кадрового менеджмента.

В современных условиях развития мировой экономико-политической ситуации и глобализации всё большую актуальность для предпринимательства приобретает управление персоналом или кадровый менеджмент в условиях неопределённости, кризиса и постоянного риска.

Другими словами речь идёт о кризис- и риск-менеджменте, то есть об

умении компании противостоять сложившимся условиям, о её способности оперативно и мобильно адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды, и наличии возможности сохранить своё положение и долю рынка. Большинство руководителей современных предприятий попросту игнорируют множество инструментов управления в условиях кризиса и неопределённости, считая это практически неприменимой теорией, вовсе несоответствующей построенному ими бизнесу.

Таким образом, вместо того, чтобы учиться и грамотно использовать разработанные инструменты риск-менеджмента и кризис-менеджмента, владельцы бизнеса прибегают к традиционным механизмам и методам преодоления временных трудностей, возникших на предприятии, такие как – многочисленное сокращение численности персонала, увеличение рабочей нагрузки на персонал, психологическое и эмоциональное давление, якобы с целью увеличения производительности, и другие часто «лишённые смысловой нагрузки» методы.

Для более подробного изучения актуальных вопросов кадрового менеджмента в современных условиях можно выделить и определить основные составляющие проблем в управлении персоналом в период кризиса и неопределённости, такие как многократное увеличение трудовой нагрузки, сокращение уровня заработной платы сотрудников и утрата её ценности, совмещение трудовых функций и должностей, смена места и условий работы, сокращение нежелающих работать сотрудников.

1. Многократное увеличение нагрузки на сотрудников компании.

Часто можно слышать от сотрудников нынешних предприятий, как функции сокращённого штата резко перераспределяются на сохранившийся персонал. Грамотные же руководители, позаботившись о своём персонале или его оставшейся части, первым делом готовят их психологически, сохраняют принцип прозрачности актуальной информации о деятельности и делах фирмы,

а также обучают или переобучают сотрудников новым и дополнительным навыкам и прививают им новые знания.

В противном случае имеет справедливое место быть наличие раздражённых сотрудников, постоянно конфликтующих между собой и руководителем, возникновение напряжённой и накалённой психологической атмосферы в коллективе и даже фактов скрытого саботажа или вредительства.

Другими словами, сотрудник, на которого единовременно «взвалили» целый набор дополнительных функций, выполняемых ранее, например, пятью уже уволенными сотрудниками, внутренне уже уволился из компании.

При наличии первой возможности уйти из компании или появлении альтернативной работы в другой компании, сотрудник покинет предприятие.

Большинство опытных сотрудников современных предприятий, почуяв неладное в возникновении угрозы сокращения, заботятся заранее о своей карьере и будущем, и уходят из компании по собственному желанию.

Только так, как поясняют сами сотрудники, можно уделить свободное время на поиски новой работы, поскольку поиском работы в рабочее время в виду огромной нагрузки, заниматься практически невозможно. С другой стороны, такой сотрудник должен научиться навыкам правильного планирования своего рабочего режима и выстроить индивидуальный и достаточно плотный график рабочего времени. В противном случае, сотрудник, не владеющий техникой тайм-менеджмента, и навыками планирования, не сможет справляться даже с половиной взваленных на него обязанностей, чем вызовет недовольство со стороны руководителя-владельца сложившейся ситуации.

Также можно замечать возникновение конфликтных ситуаций, когда на предприятии один из оставшихся сотрудников не справляется с возложенными на него обязанностями и руководитель перераспределяет их якобы на более ответственного сотрудника. Так в функциональном плане это может

повторяться несколько раз, пока у первого сотрудника не останется минимум его функций или может носить систематический характер в выполнении ежедневной работы. Фраза «возьми это на себя, так как ты более ответственный» становится одной из самых актуальных в компании, а её частое употребление приводит к формированию всё большего раздражения у сотрудников.

2. Сокращение уровня заработной платы сотрудников и утрата её ценности. Как правило, руководители прибегают к сокращению численности персонала либо по причине отсутствия объема работы для него, либо по причине отсутствия или экономии расходов на персонал – заработная плата, премии, социальные выплаты, налоговые вычеты и другие.

Но лишь немногие из них перераспределяют хотя бы часть высвобожденных или сэкономленных в результате сокращения штата денежных средств между оставшимися сотрудниками.

Считается, что в период кризиса на фоне всеобщего роста уровня инфляции, неизменный уровень заработной платы теряет свою ценность, а значит, имеет тенденцию сокращения.

В редких случаях кому-нибудь из оставшихся и выполняющих работу «пятерых» сотрудников увеличивают размер оклада или премии. Чаще всего в кризисные для компании моменты, наоборот, размер оплаты труда, либо сокращают, либо увеличивают на пару-тройку процентов наряду с увеличением контрольной функции со стороны руководителя и уровень ответственности для самого сотрудника.

Таким образом, «счастливый» сотрудник теперь работает больше, получает в лучшем случае на несколько процентов увеличенную заработную плату и отвечающий теперь уже практически за несколько направлений деятельности компании, теряет всяческий интерес не только к достижению целей компании, но и к достижению собственных целей в ежедневной

деятельности. Потому что, как отмечают сами сотрудники, подобные резкие изменения приводят к внутреннему психологическому дисбалансу, аккумуляции внутренней паники и боязни не успеть справиться с поставленными задачами и назначенными функциями. Конечно, ни о какой мотивации в данном случае не может быть и речи.

Считается, что только лишь применение денежных инструментов стимулирования не способно обеспечить полноценный уровень мотивации у персонала компании, сохраняющийся долгое время. Что уж говорить об эффективности трудовой деятельности сотрудников, если уже денежные инструменты стимулирования руководством используются в особо редких случаях. Расчёт на то, что сотрудник не сможет отказать своему руководителю в выполнении ежедневно увеличивающегося объёма работы.

Но, необходимо помнить, что уровень заинтересованности такого сотрудника в выполнении своей работы, достижении целей компании и результативности труда будет снижаться на фоне постоянного увеличения объёма этого труда без получения какой-либо обратной связи от руководителя. А вместе с тем, будет снижаться и уровень его мотивации, что уже свидетельствует о неэффективности стимулирующей политики в организации, либо говорит о неадекватности принятия управленческих решений в области кадрового менеджмента.

Обратная связь со стороны руководства может проявляться в данном случае в виде признания заслуг сотрудника. Это могут быть нематериальные методы стимулирования, такие как - повешение в должности, похвалы, объявление благодарности, постоянное участие в работе сотрудника, улучшенный пакет социальных гарантий, вовлечение работника в процесс принятия управленческих решений, повышение квалификации и т.д.

Также признание заслуг может быть выражено в виде материального поощрения - повышение размера оплаты труда с появлением каждой

дополнительной функции, единовременная премиальная выплата, увеличение размера ежемесячной премии и т.д.

Какие из методов стимулирования наиболее применимы для определённой компании, безусловно, определяются и выбираются руководителем в зависимости от специфики деятельности компании, численности и качественного состава персонала, а также от возможностей компании.

Тем не менее, в любом случае, при увольнении одного сотрудника и перераспределении его обязанностей на другого, последний рассчитывает хоть на небольшой размер повышения оклада или перевод в должности на более высокую позицию, поскольку всегда новые условия диктуют и новые требования, а требования должны формироваться с учётом условий. Ведь от этого напрямую зависит взаимный интерес сотрудника к выполнению не только дополнительного объёма работы, но и своего основного. Необходимо учитывать, что стремление к получению выгоды сверх предельного уровня может привести к полной её потере.

Получение обратной связи здесь крайне важно, так как её отсутствие или затягивание в обсуждении новых условий, предлагаемых сотруднику, способны вызвать у него чувства недоверия к руководству, сомнение в порядочности руководителя и деловом имидже компании, а информационная изолированность о текущем положении компании и несоблюдение принципа прозрачности поставят под сомнение дальнейшую работу сотрудника на таком предприятии.

3. Совмещение трудовых функций и должностей. В период кризиса очень часто на рынке труда встречаются объявления о наличии вакансий в различных компаниях с совмещением сразу нескольких должностей при сохранении уровня оплаты труда лишь за выполнение трудовых функций одной должности.

Так происходит, чаще всего из-за резкого сокращения большинства сотрудников и намерений значительно сэкономить, найдя работника, что называется «2 в 1». Как уже упоминалось, функции с сокращённого персонала перераспределяются между оставшимися сотрудниками, при этом их оклад либо остаётся на том же уровне, либо на несколько процентов (часто не более 10) увеличивается. При этом сотрудник должен уже выполнять функции и обязанности двух, трёх, а то и пятерых служащих, многократно увеличив свою ответственность.

Такой сотрудник тоже внутренне уже уволился, и рано или поздно либо уйдёт из компании самостоятельно, либо будет уволен работодателем за невыполнение вновь возложенных на него обязанностей. Встречаются случаи, когда работник выполняет дополнительные функции без повышения оклада или перевода в должности, так ещё и под угрозой выплаты штрафа, возникшего перед организацией за несвоевременную сдачу им определённой отчётности, например.

После сокращения двух сотрудников, например, работодатель начинает вести активные поиски нового сотрудника, способного их заместить. Считается, что объём работы в период кризиса снижается, и компания не нуждается в занятии сотрудником полноценной вакансии, поэтому и происходит поиск формы совместительства должностей.

Самыми распространёнными из таких предложений являются - секретарь с совмещением функций менеджера по персоналу, бухгалтер с совмещением функций специалиста по кадрам, офис-менеджер с функциями переводчика и т.д.

Тем не менее, при наличии большого уровня безработицы в регионе даже на занятие подобных вакантных должностей сохраняется огромный спрос. Некоторые работодатели пользуются этим и, значительно занижая уровень заработной платы, устраивают для новых кандидатов на занятие вакантной

должности весьма насыщенные испытания, предъявляя к ним жёсткие требования и отбор.

Благодаря возросшему спросу происходит искусственное завышение ценности свободной вакансии, а знания, навыки и опыт рассматриваемых кандидатур уходят по умолчанию на второй план, например, после привлекательного внешнего вида, наличия двух и более дипломов, соответствующих специальностям совмещаемых должностей.

Вдобавок к этому ценность вакантного места затягивала процесс принятия решения в выборе кандидата. Встречались случаи, когда работодатель никак не мог определиться в выборе подходящей кандидатуры, в связи с чем, претенденты были вынуждены проходить многочисленные испытания в течение двух и более месяцев.

4. Информационная изолированность персонала, игнорирование принципа прозрачности информации о текущем положении компании.

Всё это в первую очередь приводит к возникновению и распространению в коллективе слухов, которые основаны на догадках и предположениях сотрудников компании.

Причиной всему является частичное или полное отсутствие коммуникативной роли руководителя, отсутствие обратной связи со стороны руководства или предоставление недостоверной информации о компании. Вытекающим последствием всего этого является формирование неформальной группировки в коллективе, что подразумевает наличие неформального лидера. Столкновение или конфронтация мнений и интересов формального и неформального лидеров будут постоянно приводить к возникновению деструктивных конфликтов, как между ними, так и в коллективе компании, что не может не сказаться на её деятельности.

В таком случае об эффективности деятельности также не может идти речи, поскольку её выполнение уходит на второй план после систематических разборок и новых стычках в коллективе.

Поэтому, грамотные руководители особенно в период кризиса уделяют особое внимание к вовлечению персонала в дела компании, принятие управленческих решений, а также принятие ими участия в решении корпоративных проблем. Тогда сотрудник чувствует свою принадлежность к компании, не строит догадок и его уровень доверия к руководству и компании повышается.

Оказывается, для сотрудников предприятия, которые и так находятся в состоянии стресса в виду наличия ситуации неопределённости и кризиса, крайне важным является наличие полной и достоверной информации о компании, состоянии бюджета, управленческих и стратегических решениях, дальнейших перспективах, планировании будущей деятельности. Самым актуальным и открытым для всех сотрудников компании вопросом является вопрос о том, что их ждёт в дальнейшем.

Часто персонал для современных руководителей смещается на второй план, что в дальнейшем провоцирует возникновение деструктивных конфликтов, и деятельность сопровождается резким сокращением штата и изменениями, происходящими в компании.

На самом деле, персоналу переживать происходящие изменения, ротации и пертурбации намного тяжелее, чем самому руководителю, поскольку он действует целенаправленно и спланированно, т.е. он готов к изменениям, так как он является их организатором. Неподготовленным к изменениям сотрудникам весьма сложно адаптироваться к новым условиям работы, и в традиционном менеджменте в отличие от японского, например, изменения влекут за собой нежелательные и неблагоприятные последствия и воспринимаются персоналом как потрясение и нежелательный эффект

деятельности руководителя и компании. Всё потому, что руководитель не работает со своими сотрудниками и не считает целесообразным уведомить их или посоветоваться с ними по поводу грядущих изменений, а в условиях неопределённости, сотрудники просто не знают, чего ожидать завтра.

Отсутствие уверенности в завтрашнем дне отмечают сотрудники организаций одной из социальных причин их ухода из компании. Работая в таких условиях, руководителю необходимо как можно чаще прибегать к помощи персонала, вовлекая его в процесс выработки, выбора и принятия решений. Когда сотрудники будут вовлечены в этот процесс, изменения, происходящие в организации, будут менее болезненно ими восприниматься, поскольку, мало того, что они будут к ним готовы, так ещё и сами принимали участие в процессе планирования и организации этих изменений.

5. Смена места и условий работы. В период кризиса руководитель компании изыскивает всяческую возможность сокращения различных расходов, первыми из которых представлены пути сокращения расходов на содержание персонала и аренду основных средств (оборудования, транспорта, зданий, помещений, склада и т.д.). В связи с этим, руководитель рассматривает более дешёвые альтернативные варианты аренды офиса для расположения компании, и начинается порой многократно повторяющаяся «миграция» компании и её сотрудников, что, конечно же, не доставляет им особой радости.

Для некоторых сотрудников важна отдалённость работы от места жительства и чем больше отдаляется компания, тем более серьёзно сотрудник начинает задумываться о смене места работы на более удобное для него место расположения. Бывает, что сотруднику теперь необходимо на час-два раньше выбираться из дома, чтобы избежать опоздания на работу, а значит, ему необходимо на это время раньше просыпаться, и, соответственно, раньше ложиться спать. Если ещё вдобавок к такому сотруднику привязан график членов его семьи, то сменить биоритм на эту пару часов придётся всей семье. И

пойти на неоправданные жертвы сотруднику бывает не по силам, как бы он сам этого не хотел. Другому же сотруднику может показаться наиболее удобным новое место расположения компании, и он будет только рад дополнительному времени на сон или личные дела.

Понятно, что под всех сотрудников руководитель никогда не сможет подстроиться (особенно на достаточно крупных по численности компаниях), но дабы избежать возникновения конфликтных ситуаций в коллективе, процесс выбора и определения нового места производства работ можно сделать открытым, публичным с привлечением персонала.

Может быть, сотрудники самостоятельно смогут выбрать наиболее оптимальный для всех вариант из нескольких предложенных или новое место работы определиться методом голосования. В любом случае, участие персонала в обсуждении немаловажного для него вопроса и принцип прозрачности принесут только пользу и морально подготовят сотрудников к переезду, так как многим очень сложно адаптироваться к выполнению работы на новом месте работы.

Кроме того, для отдельных сотрудников компании, место жительства которых теперь стало значительно дальше от места выполнения работ, можно предусмотреть смещённый график их работы, увеличив его начало на 30-60 минут. В больших мегаполисах успешно практикуют такой метод, когда время, затрачиваемое на дорогу до места работы, может превышать 2-3 часа.

Помимо смены места работы, меняются и её условия – избавление от доставки сотрудников до места производства работ, закрытие столовой или буфета, смена графика и режима работы. Все эти изменения не проходят бесследно, и могут даже спровоцировать цепную реакцию увольнения сотрудников по собственному желанию в виду резкой смены условий, к которым они не были подготовлены или даже уведомлены заранее.

В случае, если руководителем принято решение по избавлению доставки сотрудников до находящегося на окраине города места производства работ, ему следовало бы позаботиться о перемещении офиса в центр города или хотя бы его черту, чтобы сотрудники могли без особых затруднений воспользоваться услугами общественного транспорта.

6. Сокращение нежелающих работать сотрудников. Известно, что плохой работник хуже, чем его отсутствие, поэтому в трудное для компании время первым делом необходимо позаботиться о сокращении подобных сотрудников. Возникновение таких сотрудников в компании, как правило, вызвано отсутствием контрольной функции со стороны руководства или несоблюдение принципа подчинённости.

Так, сотрудник, у которого отсутствует начальник (функция контроля над данным работником не была делегирована руководителем кому-либо из начальников отделов), или он выполняет работу обособленно от других отделов компании, пытается создать иллюзию полноценной занятости.

При этом сотрудник не успевает справляться даже с ежедневными текущими задачами или вовсе отсутствует на рабочем месте, и, безусловно, считает, что справедливо заслуживает благодарственное письмо в профессиональный для компании праздник или празднование юбилея компании.

Несмотря на то, что такой сотрудник числится в штате компании, его работу и вклад в развитие компании можно считать не только «нулевой» результативностью с полным отсутствием мотивации и заинтересованности в работе, но и вредительством в деятельности компании. Обучать или переобучать новым навыкам таких сотрудников абсолютно бесполезно, поскольку нежелающий работать сотрудник либо прогуляет данное обучение, либо формально прослушает абсолютно ненужные ему лекции, что опять же не принесёт никакой пользы для компании. В рабочее время такие сотрудники

ставят свои личные проблемы превыше корпоративных, и решают первым делом их, а затем уже приступают к рассмотрению накопившейся кипы дел. Об ответственности и исполнительности таких сотрудников также не может быть речи в виду боязни взять на себя то, с чем справиться не в силах.

Таким образом, грамотный руководитель при возникновении любых обстоятельств и трудностей в компании, должен сохранять адекватность в процессе принятия управленческих решений, затрагивающих интересы главного ресурса организации – персонала. Система управления предприятием в виду внешних изменений, безусловно, должна быть подвергнута не менее важным изменениям, чем процесс управления персоналом и структура кадрового менеджмента, поскольку производить изменения в процессе кадрового менеджмента без совершенствования системы управления предприятием, её адаптации к новым условиям внешней среды и стратегического планирования считается малоэффективным и незавершённым (неполноценным) процессом.

Тем не менее, необходимо с осторожностью производить реализацию методов и инструментов управления персоналом в условиях неопределённости, включая стимулирующую политику, которая также должна быть пересмотрена с учётом наличия возможностей компании и структуры самого персонала.

UDC 332.122
M 385

Mashtakov A.I. Regional marketing implant to ensure sustainable development of the regional economy

Региональный маркетинговый имплант в обеспечении устойчивого развития экономики региона

Mashtakov Andrey Ivanovich
Kuban State Technological University,
Krasnodar

Маштаков Андрей Иванович
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»,
г. Краснодар

Abstract. Justified the necessity of forming tools for the sustainable development of the region's economy in conditions of the deteriorating external environment and the complexity of inter-regional relations. Proved the possibility of building a rational relationship between the subjects of the market, based on achieving a balance of interests of the cooperating parties and integration of existing resources and involved. Offered the model of formation of the regional marketing of the implant as a tool for enhancing business activity of market participants in order to ensure sustainable development of the regional economy. It is proved that it provides to establish new business relationships between the major players in the region to meet the needs of the economy with the rational use of available resources and involved.

Keywords: the region's economy, economic entities, key players, regional marketing implant, business communications, rational using of resources, needs satisfaction, sustainable development.

Аннотация. Обоснована необходимость формирования инструментария для обеспечения устойчивого развития экономики региона в условиях обострения внешнего окружения и усложнения межрегиональных связей. Доказана возможность построения рациональных отношений между субъектами рынка на основе достижения баланса интересов взаимодействующих сторон и интеграции имеющихся и вовлекаемых ресурсов. Предложена модель формирования регионального маркетингового импланта как инструмента активизации предпринимательской активности субъектов рынка в интересах обеспечения устойчивого развития экономики региона. Обосновано, что он обеспечивает установление новых бизнес-связей между основными игроками для удовлетворения потребностей экономики региона при рациональном использовании имеющихся и вовлекаемых ресурсов.

Ключевые слова: экономика региона, хозяйствующие субъекты, ключевые игроки, региональный маркетинговый имплант, бизнес-связи, рациональное использование ресурсов, удовлетворение потребностей, устойчивое развитие.

Развитие российской экономики свидетельствует о том, что постпереходный период выявил определенные проблемы, связанные с несбалансированностью отраслевой, территориальной, производственной,

ресурсной и другими подсистемами народного хозяйства. Регионы, получив определенную самостоятельность в принятии решений, связанных с выбором соответствующих ориентиров развития, в определенной мере дистанцировались от общенациональных приоритетов и стали выстраивать свое поведение, сообразуясь с наиболее очевидными и легкорезализуемыми возможностями.

Российская экономика на этапе перехода от традиционной модели развития к трансформационной модели, неизбежно столкнется с реструктуризацией целых отраслей, « ...обесценятся многие производства и активы, изменится спрос на профессии и компетенции, обострится и конкуренция как на традиционных, так и на формирующихся рынках» (В.В. Путин, С-Петербург, 17 июня 2016 г.).

Трансформация региональных экономик вынуждена будет менять все сферы жизнедеятельности общества. Это в свою очередь, повлечет за собой следующее: а) изменения межотраслевых и межрегиональных связей с такой скоростью, которая затрудняет фиксировать устойчивые этапы развития; б) оперативное реагирование на внешние вызовы поэтапным переходом от одной цели к другой на основе «дорожной карты»; в) изменения, которые приобретают статус непрерывного процесса; г) формирование у работников потребности принимать творческие решения на всех этапах разработки и реализации предлагаемых проектов (в том числе инновационных и маркетинговых); она обретает свойства необходимой характеристики их квалификационного уровня; д) переход от индикативного планирования при разработке стратегий к созданию инновационных бизнес-моделей, которые могут обеспечить принятие рациональных решений для удовлетворения вызовов конкурентного рынка в границах текущих интересов и в перспективе; е) изменение мотивационных векторов взаимодействующих сторон в направлении достижения гармонизации их интересов во благо государства,

общества, бизнеса и индивидов [1]; ж) активизацию процесса маркетинговой адаптации бизнеса в той или иной форме маркетинговой мимикрии к требованиям потребителей, привлекаемых партнеров и иных рыночных агентов, к требованиям государства, органов различных ветвей власти, общества [2,3,4].

Долгосрочный конкурентный успех любой компании, функционирующей а границах конкретных территорий зависит от ее умения создавать инновационные бизнес-модели, а также от способности управлять переменами [5, с. 15, 20; 6, с. 25–28]. Современную бизнес-модель, ориентированную на расширение продуктивных коммуникационных связей на внутрирегиональном и межрегиональном уровне, можно сформировать и успешно реализовать, *если*:

а) ориентироваться на существенные изменения эффективности в результате использования новых информационных технологий и креативных организационно-управленческих решений [7, с. 13];

б) не прагматично воспринимать устанавливаемые сверху ключевые индикаторы, а создавать благоприятные условия и формировать реальные ресурсные возможности для расширенного воспроизводства в системообразующих сферах деятельности экономики региона;

в) осуществлять такие изменения, которые бы не нарушали логики здравого смысла, обладали бы адресным целеполаганием, необходимой мотивационной достаточностью и проницаемостью со стороны бизнеса и его персонала, а также подкреплялись ресурсно (независимо от того, чьи это ресурсы – региона или потенциального партнера другого территориального образования). Эти изменения должны нести в себе социальную направленность, быть научно-теоретически и практически обоснованными и касаться развития регионов, общества и широкой сферы жизнедеятельности бизнеса [8–15];

г) реально управлять конкурентными преимуществами, рисками, издержках, конкурентной позицией на рынке, а не манипулировать ставками разных налогов и кредитования [16–19];

д) строить изменения на производственном, научно-техническом, технологическом, инновационном, маркетинговом, финансовом и социальном инжиниринге, который в состоянии обеспечить трансформацию бизнес-процессов в широком спектре видов деятельности, затрагивающих вовлечение разных ресурсов (материальных, трудовых, организационных, финансовых, интеллектуальных, коммуникационных, инновационных и др.) [20–23];

е) изменения осуществлять, заботясь об окружающей и социальной среде на основе долгосрочного видения и управления мотивациями и возможностями [15];

ж) осуществлять адаптацию к рыночному давлению посредством изменения поведения субъектов (в том числе маркетингового) и принимать такие решения, которые способны обеспечить не только рост результативности, но и рост эффективности [24, с. 55; 25,26,27];

и) управлять создаваемой ценностью посредством маркетинговых инъекций в составляющие деятельности хозяйствующих субъектов в интересах экономики региона, модулируя коммуникационные воздействия широкому кругу заинтересованных сторон в границах разных экономических пространств [28,29].

Интерпретация эмпирических результатов деятельности в различных сферах экономики регионов трансформировалась в механизмы получения быстрых эффектов и больших выгод на локальном территориальном уровне. Доминирующей особенностью российской экономики стала ее фрагментарность, выражающаяся в деформации экономики как народнохозяйственной целостности на различных уровнях и в различных срезах на отдельные слабо связанные между собой фрагменты [30, с. 33].

Налицо нарушение баланса (ресурсного, производственного, мотивационного, инновационного, маркетингового, финансового, коммуникационного, материально-технического и др.) в составляющих региональных экономик. Заметным становится разница в темпах и качестве роста отдельных сфер жизнедеятельности территорий и регионов, наблюдается спад в отдельных отраслях экономики и снижение душевого ВВП.

В настоящее время с учетом сезонных колебаний темпы роста основных секторов экономики страны остаются отрицательными. По мнению агентства АКРА спад в России может продлиться до начала 2017 года, а темпы роста, вероятнее всего будут ограничены менее чем 1,5 процентами. Даже в случае роста цен на нефть, как говорится в прогнозе, ВВП России может упасть на 1,5 процента в 2016 году и на 0,1 процента в следующем году, прежде чем ВВП вернется к росту на 0,5% в 2018 году и на 0,7% в 2019 году (<http://www.ereport.ru/news.php>).

Кризисные проявления в региональных экономиках в современных условиях развития России связаны с внешнеэкономическими и политическими факторами, с отсутствием эффективного инструментария вовлечения имеющихся ресурсов и возможностей для развития регионов, с нереализованной системностью в подходах к управлению взаимодействием субъектов, а также с недостаточным использованием регулятивных воздействий федеральных органов власти в отношении построения и реализации стратегий развития территорий. Особый интерес в этой связи могут представлять депрессивные, пограничные территории России, имеющие значительные структурные деформации различных сфер жизнедеятельности, зачастую за пределами критические нагрузки социальной сферы на экономику территории. Все это делает невозможным их устойчивое развитие, несмотря на то, что они могут обладать благоприятным геополитическим положением, огромными природными и иными ресурсами. Изучение их специфики,

особенностей и потенциалов (ресурсных, производственных, инновационных, инвестиционных, мотивационных и т.п.) свидетельствует о наличии закономерностей и возможностей, позволяющих выводить регионы из депрессивных состояний, обеспечивать экономический рост и повышение уровня социальной и духовной сферы территории. В качестве примера рассмотрения нами принята Амурская область как депрессивная и пограничная территория России.

Амурская область имеет уникальную природно-сырьевую базу и экономико-географическое расположение. В 400 млрд долл. оценивается общий экономический потенциал Амурской области только по разведанным запасам минерального сырья. На ее территории находятся значительные запасы древесины (8 место в России по объему заготовки деловой древесины), фосфоритов (2 млрд т или 48% запасов России), золота (27% запасов России), угля (1,5 млрд т), торфа (1100,4 млн т на 1734 месторождениях), железа (4 млрд т железных руд), серебра, платины, титана, полиметаллов, цеолитов, каолинов, редкоземельных элементов, включая уран и алмазы.

Область соседствует с богатыми сырьевыми базами других субъектов России: Якутия (уголь, а в перспективе – железные руды), Забайкалье (руды цветных металлов, уголь), Хабаровский край (уголь Ургала). У региона выгодные транспортные развязки: Транссибирская железнодорожная магистраль, Байкало-Амурская магистраль (с выходом в Якутию), автомобильная трасса федерального значения Москва-Владивосток, судоходные водные пути, имеющие как внутрироссийское, так и международное (Китай, Монголия) значение, по рекам Амур и Зея с выходом в Охотское море. Амурская область граничит со странами Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР), что позволяет получать ей значительные экономические выгоды как транзитной территории, а также иметь преимущественное положение при взаимодействии с развивающимися

азиатскими экономиками. В последние 20 лет в Амурской области реализуются крупные инфраструктурные проекты федерального значения, предусматривающие многомиллиардные вливания в экономику области и позволяющие обеспечить развитие промышленных, добывающих и обслуживающих отраслей.

Имея столь значительные условия для развития, показатели социально-экономической сферы Амурской области по сравнению с общероссийскими продолжают ухудшаться. Бюджетная сфера и экономика области впадает в ещё большую зависимость от дотаций федерального бюджета. Валовой региональный продукт (ВРП) области увеличился за период с 2000 г. по 2015 г. немногим более чем на 56,6 %.

Объем промышленного производства в сопоставимых ценах увеличился на 64,8%. Возросли инвестиции на 31,3%, тем самым подтверждая позитивные изменения в поведении субъектов предпринимательской сферы. По инвестиционному рейтингу агентством «Эксперт» Амурской области присвоен уровень 3В2. В рейтинге интегрального инвестиционного риска область занимает 44 место (в 2011 году – 53 место) за счёт улучшения обстановки в инновационной сфере. Доходы населения увеличились на 7,7%. По итогам 2015 г. в Амурской области среднемесячные денежные доходы в расчете на душу населения составили 29703,9 руб, прожиточный минимум (в расчете на душу населения) – 10740 руб, стоимость минимального набора продуктов питания – 4381 руб. Число официально зарегистрированных безработных – 24 тыс. чел. Индекс потребительских цен на товары и платные услуги населению за 2013-2015 гг. составил 131%. В 2015 г в Амурской области на 161, 1 тыс. чел. приходилось 1 высшее учебное учреждение [31,32,33].

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что состояние территориального производственного комплекса Амурской области не

позволяет обеспечить устойчивый экономический рост и безопасное развитие её экономики. Этому процессу противостоит экономическая дестабилизация, выражающаяся в резком нарушении равновесия её отдельных звеньев, разбалансированность хозяйственных отношений. Отчётливо просматриваются следующие условия, в которых осуществляется процесс развития региона: а) несоответствие количественных и качественных характеристик трудового потенциала потребностям экономики; б) большую, по сравнению с другими регионами, нагрузку на экономику по поддержанию социальной сферы; в) ограниченные возможности органов власти территории (в частности, Амурской области), связанные с дотационностью бюджета в решении социально-экономических задач; г) зависимость развития социальной и производственной сфер от решений федеральных органов власти; д) неразвитость рыночной инфраструктуры и значительная протяженность рассматриваемой территории, что порождает значительные дополнительные расходы, как регионального бюджета, так и производственной сферы региона на осуществление бизнес-процессов.

Мотивации в отношении рационального управления ресурсами в составляющих социально-экономического потенциала региона становятся важнейшим фактором в наращивании конкурентных позиций региона и выступают основанием для построения взаимоотношений органом региональной власти с субъектами предпринимательской сферы. Регион подчинен федеральной власти и ориентирован на создание организационно-экономических условий для реализации обозначенных ему сверху приоритетов развития. В таком взаимодействии с федеральными властями у региона появляется дуальность в проявлении его поведенческих реакций в отношении участия в достижении стратегических ориентиров общенационального характера. Мотивации участников регионального экономического поля (субъектов предпринимательства внутри региона и вне его, субъектами

интеллектуальной сферы, индивидами, потребителями и др.) в отношении его ресурсных составляющих (материально-технических, производственных, инновационных, нематериальных и др.) обретают статус преобразующего фактора в системе развивающихся социально-экономических отношений внутри рассматриваемой территории [34, с.37; 1,35].

Преобразования в сознании бизнеса, органов региональной власти, потребителей и иных заинтересованных в развитии региона участников взаимоотношений влияют на формирование социально-нравственного потенциала региона, на создание условий для возрождения в различных аспектах традиционных и появления инновационных сфер в жизнедеятельности региона, изменяют внутрикорпоративные связи, создавая потенциал для роста [36]. Социально-ценностная ориентация в регулирующих и управляющих воздействиях органов власти и субъектов экономического пространства региона изменяет силу мотивационного давления и влияет на построение единого мотивационного вектора в региональной социально-экономической системе [1, 37,38], создает внутренние резервы в производственном секторе бизнеса для наращивания им конкурентоспособности и удовлетворения социально-экономических потребностей трудового ресурса [39].

Возникает потребность обращаться при поиске резервов развития экономики территорий к выявлению тех ее составляющих, тех звеньев, тех сфер, тех ресурсов (инновационных, производственных, маркетинговых, материальных и иных), которые могут быть реорганизованы, переустроены, диверсифицированы в различных направлениях, активизированы в том или ином объеме и масштабе для адаптации человеческого (трудового) потенциала к изменяющимся возможностям и потребностям региона. Стратегический ориентир в развитии региона в этом случае обретает реальные очертания в текущих действиях органов власти, бизнеса и иных заинтересованных в преобразованиях региона, выражающиеся в выработке конкретных

управленческих решений (проектов, организационно-экономических объединений, комплексов, инновационно-производственных структур и т.п.) по обновлению бизнес-процессов в регионе и вовлечению в них сторонних рыночных агентов (инвесторов, поставщиков, потребителей, посредников и др.) [40,41,42].

Возможным становится разработка механизмов по активизации ресурсного и иного потенциала региона в завоевании собственной конкурентоспособной ниши на региональном уровне в системе единого национального народнохозяйственного комплекса [43, с.13–15]. Реструктуризация различных сфер деятельности экономики региона может выступать одним из инструментов модернизации экономического и социального развития территорий. Она влечет за собой кардинальные изменения различных уровней и секторов экономики, перенастраивает взаимоотношения внешней и внутренних сред таким образом, что формирует условия для появления качественно иных решений в рамках новой региональной промышленной генерации, аккумулирующей действие позитивных источников регионального происхождения [44, с.8–14].

Нами предлагается в качестве инструмента мотивационно-институционального подхода к развитию экономики региона [21] использовать *«региональный маркетинговый имплант»* [19], воплощающий в себе отражение принципиально новой экономической природы выстраиваемых взаимоотношений между органами региональной власти, субъектами предпринимательской сферы региона, потребителями различного уровня, характера и места нахождения и рыночными агентами, функционирующими вне регионального экономического пространства. По-существу, это введение в экономику региона какого-либо звена, способного выступить стержневым основанием для построения инновационной бизнес-модели и осуществления преобразований, реорганизации, приращения совокупного потенциала региона

в интересах взаимодействующих сторон и обеспечения устойчивого и безопасного развития региона. Обозначенный имплант позволяет моделировать такое маркетинговое поведение хозяйствующих субъектов, которое охватывает производственно-финансовые процессы и ориентирует их на максимальную адаптацию к вызовам рынка и общества, мотивационно-ресурсным и маркетинговым возможностям бизнеса, региона и потенциальных партнеров [22–24, 28,29,45]. Региональный маркетинговый имплант позволяет включать организационные, маркетинговые, инновационные и мотивационные ресурсы в процесс маркетинговой мимикрии на основе инъекций, осуществляемых в составляющие внутри региональных и межрегиональных связей, затрагивающих формирование цепочек создания стоимостей прежде всего в производственных сферах деятельности.

Региональный маркетинговый имплант — совокупность взаимосвязанных между собой компонент (организационного, производственного, инновационного, маркетингового), действие которых аккумулирует ресурсы заинтересованных сторон и ориентировано на создание области (сферы, комплекса, звена) диверсификационного прорыва (скачка) в той или иной сфере деятельности экономики региона для получения сбалансированных выгод всеми участниками взаимодействия, удовлетворения потребностей потребителей в интересах устойчивого развития региона (рисунок 1).

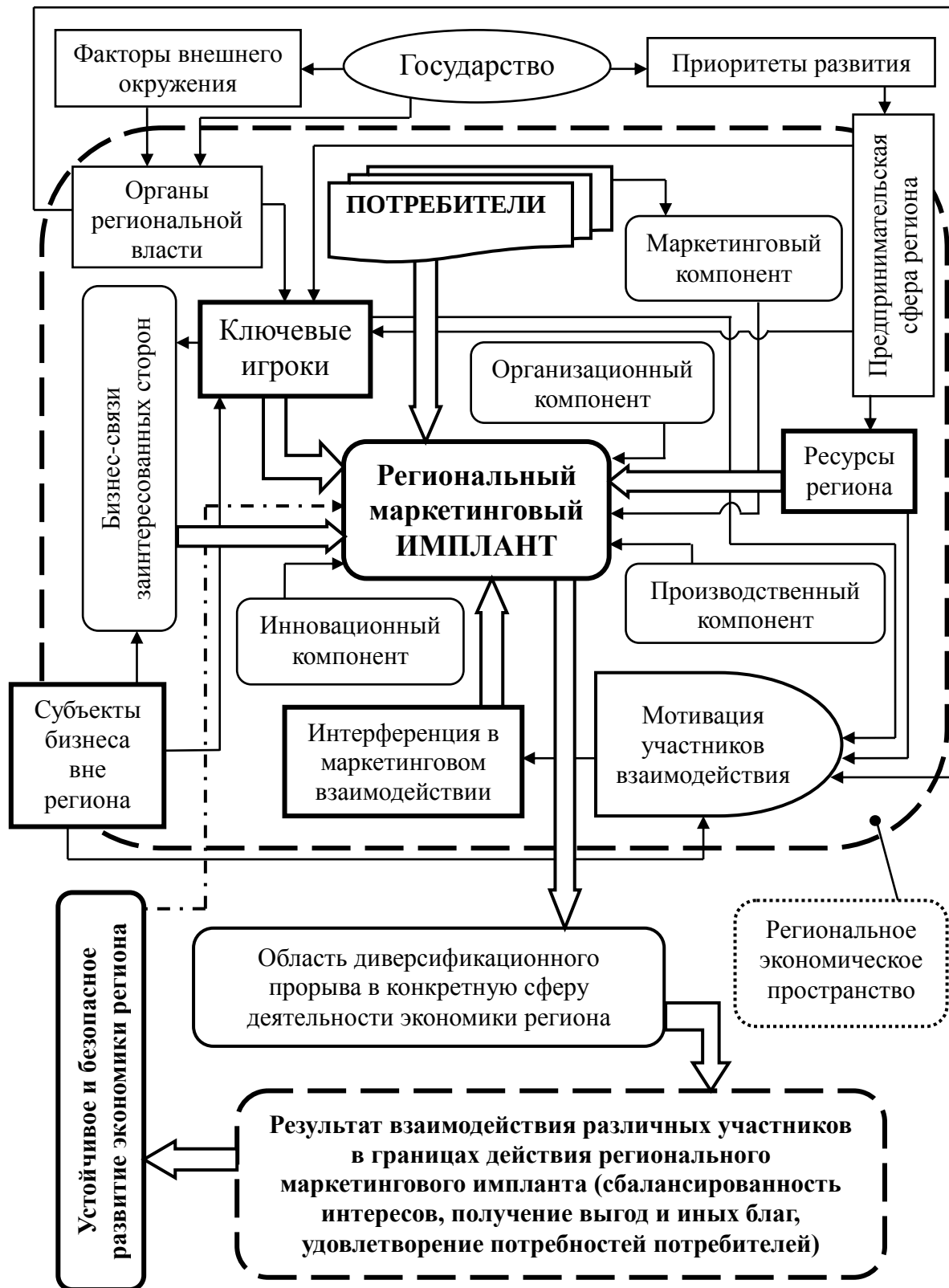


Рисунок 1. Модель формирования регионального маркетингового импланта и его активизации для обеспечения устойчивого развития экономики региона

Региональный маркетинговый имплант – инструмент диверсификационного прорыва в качественно новую область или сферу деятельности экономики региона, обеспечивающий вовлечение (втягивание) отдельных игроков рынка, входящих в состав ключевых участников рыночных отношений конкретной территории. Последние взаимодействуют с инициатором диверсификационных преобразований посредством интеграции имеющихся у них ресурсов в сферы деятельности инициатора преобразований для обеспечения роста экономики региона и укрепления конкурентоспособности взаимодействующих сторон за счет получения интегративного мультипликативного эффекта [46, 47]. *Региональный маркетинговый имплант* обеспечивает установление новых бизнес-связей между различными заинтересованными сторонами, а также интерференцию их мотиваций при принятии решений по получению той или иной выгоды от сбалансированного по интересам сотрудничества рыночных агентов с инициатором преобразований на инновационном направлении его деятельности для наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей при минимальных затратах. Идея состоит в том, что активизация ресурсного потенциала ключевых игроков региона обеспечивается инновационно-ресурсной и маркетинговой инъекцией со стороны инициатора диверсификационных преобразований в направлении инновационного скачка (прорыва) в той или иной сфере жизнедеятельности конкретной территории. Ресурсы втягиваемых во взаимодействие субъектов (ключевых игроков региона и иных субъектов вне региона) и их инновационный ресурс в той или иной форме воплощения выступают стержнем наращиваемого социально-экономического потенциала региона. Участники включают на различных этапах принимаемого к реализации маркетингово-экономического (или иного) проекта ресурсы и инновационную способность тех или иных рыночных агентов, которые видят и реализуют возможности для построения

рациональных бизнес-процессов между участниками формируемого регионального маркетингового импланта. Эти участники рассчитывают на получение своей части выгоды в ходе намечаемых преобразований и организационно-экономических изменений при их совместной деятельности.

Региональный маркетинговый имплант адаптирует взаимодействия привлекаемых участников благодаря интерференции мотиваций в их маркетинговой деятельности.

Нами предлагается трактовать *интерференцию в маркетинговой деятельности* различных участников взаимодействия в маркетинговом коммуникационном поле [48,49,50] как наложение маркетинговых усилий или мотиваций двух или большего числа участников, имеющих колебательный и периодически повторяющийся характер действий (движений), связанных с поиском и принятием указанными субъектами рациональных решений по функционированию и развитию бизнеса посредством перераспределения получаемых выгод в процессе выстраивания между ними эффективных бизнес-процессов.

Выводы, которые могут быть сделаны по результатам эмпирического и теоретико-методологического исследования взаимоотношений хозяйствующих субъектов, выстраиваемых в региональной экономике:

1. Позитивные социально-экономические преобразования в регионе требуют: а) перестройки взаимоотношений между многими участниками его экономического пространства; б) трансформации маркетингового поведения и инжиниринга бизнес-процессов для активизации предпринимательской и инновационной деятельности бизнес-структур в различных сферах деятельности региона (и, прежде всего, в производственном секторе экономики); в) построения инновационных бизнес-моделей, аккумулирующих те или иные потенциалы субъектов в интересах интеграции их различных ресурсных возможностей и способностей человеческого ресурса для

построения сбалансированного коммуникационного пространства в отношении получаемых благ и достижения социального эффекта от их функционирования в границах региональной экономики; г) вовлечения внешних по отношению к региону бизнес-структур (с их ресурсами, их инновациями, их управленческими, маркетинговыми и иными нововведениями); д) активизации потенциала трудового ресурса территории (в различных формах его проявления) и включения в сознание населения социально-нравственного импульса для изменения мотивационно-ресурсного климата в регионе; е) усиления влияния интерференции мотиваций в маркетингово-коммуникационной деятельности субъектов взаимодействия, направленных на удовлетворение их потребностей и получение устраивающих их взаимных выгод.

2. Региональный маркетинговый имплант (РМИ) обретает свойства системообразующего элемента и выступает важнейшим инструментом в методологическом и методическом обеспечении разработки оптимистического сценария развития территорий и выбора рационального варианта устойчивого развития экономики региона.

3. Составляющие регионального маркетингового импланта определяют набор характеризующих его показателей, которые во взаимообусловленности и взаимосвязи формируют интегральный показатель оценки эффективности выбора рационального варианта устойчивого развития экономики региона в условиях конкурентного рынка и имеющихся ресурсных ограничений.

4. Предложена модель формирования регионального маркетингового импланта и его активизации для обеспечения устойчивого развития экономики региона, формирующая мотивационную доминанту участников отношений, интегрирующая взаимосвязи, трансформирующая маркетинговое поведение и бизнес-процессы вступающих во взаимодействие субъектов, а также обеспечивающая наращивание мотивационного и социально-нравственного

потенциала региона в контексте решения приоритетных проблем национальной экономики и стратегического развития региона.

References

1. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. Мотивационный фактор в формировании стратегий устойчивого и безопасного развития региона //Сборник научных трудов Sworld. – 2010. – Т.17. – № 2. – С. 78–81.
2. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф. Маркетинговая мимикрия как инструмент воздействия хозяйствующего субъекта на поведение потребителя // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 1 (ч.1)(66-1). – С. 1090–1097.
3. Щепакин М.Б., Авдеева Р.А., Латынин Е.С. Развитие маркетинговой сети хозяйствующим субъектом в нестабильной экономике // Экономика и предпринимательство.– 2016. – № 10(ч.1). – С. 473–480.
4. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф. Адаптационное управление маркетинговым поведением субъекта в условиях нестабильного рынка // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal) | EKONOMIA. – 2016. – № 6. – С. 117–124.
5. Гассман О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов /Оливер Гассман, Каролин Франкенбергер, Микаэла Шик; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 432 с.
6. Адизес И.К. Лучшее. Пища для размышлений. Об изменениях и лидерстве, о менеджменте и о том, что важно в жизни /Ицхак Калдерон Адизес. – М.: Эксмо, 2015. – 144 с.
7. Высоков В.В. Моя стратегия «Я и мир в 2030». Юг России: анализ исходной ситуации. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2016. – 126 с.
8. Аганбегян А. Долой застой! Как выбраться из экономического болота? // Аргументы и факты. – 2015. – № 34. – С. 10.

9. Щепакин М.Б., Мишулин Г.М. Методологический подход к преодолению системного кризиса в России // Философские исследования. – 2000. – № 3. – С. 63–78.
10. Щепакин М.Б., Мишулин Г.М., Багрий А.Г. К теоретико-методологическим основам управления развитием общественно-экономической системы // Экономические науки. – 2001. – № 3. – С. 45–57.
11. Щепакин М.Б. Предпринимательство как связующий элемент макро- и микросред экономического пространства // Известия ВУЗов «Пищевая технология». – 1996. – № 3–4. – С. 9–13.
12. Щепакин М.Б., Мишулин Г.М. Методологический взгляд на общественно-экономическое развитие // Наука Кубани. – 2000. – № 1. – С. 3–11.
13. Щепакин М.Б., Кожура Е.А. Устойчивое развитие и ресурсный рационализм // Энергоснабжение и водоподготовка. – 2004. – № 3. – С. 61–62.
14. Щепакин М.Б. Управление поведением хозяйствующего субъекта в условиях изменений различного характера // Экономика и менеджмент систем управления. – 2015. – № 3.2 (17). – С. 308–318.
15. Щепакин М.Б., Кузнецова О.А. Формирование концепции рационального и социально справедливого управления ресурсами в развивающихся социально-экономических системах // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 12 (ч.3)(65-3). – С. 238–245.
16. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф., Ерок А.Д., Федин С.В. Управление конкурентной позицией предприятия на нестабильном рынке // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 10(ч.1). – С. 969–979.
17. Щепакин М.Б., Федин С.В. Удержание конкурентных позиций предприятием в условиях кризисной экономики // Sciences of Europe (Global science center LP. – 2016. – VOL. 2. – № 7(7). – P.116–127.
18. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф., Ерок А.Д. Формирование конкурентных преимуществ предприятием посредством рационализации его маркетингового

поведения // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal)| EKONOMIA. – 2016. – # 9(13). – Part 2. – P. 60–71.

19. Щепакин М.Б., Ерок А.Д., Ивах А.В. Ресурсная декомпенсация – инструмент управления конкурентными преимуществами предприятия // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 10 (ч.2). – С.736–744.

20. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф., Томилко Ю.В. Управление инновационной деятельностью хозяйствующих субъектов в развивающемся маркетинговом коммуникационном пространстве // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 9–2. – С. 998–1004.

21. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф. Модель реализации инновационного цикла в развивающемся рыночном пространстве локальной социально-экономической системы // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6–1(59–1). – С. 105–109.

22. Щепакин М.Б. Инновационный фактор национальной и региональной конкурентоспособности России // Материалы междунар. научно-практ. конф. Ч. 2. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2006. – С. 298–300.

23. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф. Инновационный потенциал – системообразующий фактор обеспечения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта // Экономика и менеджмент систем управления. – 2015. – № 1(15). – С. 87–92.

24. Адизес И. Управляя изменениями. Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни /Ицхак Калдерон Адизес ; пер. с англ. В. Узинов. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 368 с.

25. Щепакин М.Б. Модель управления маркетинговым поведением хозяйствующего субъекта // Экономика и менеджмент систем управления. – 2016. – № 3(21). – С. 66–79.

26. Щепакин М.Б. Модель управления поведением хозяйствующего субъекта в изменяющемся маркетинговом пространстве // Wschodnioeuropejskie

Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal)| EKONOMIA. – 2016. – № 6. – С. 110–116.

27. Щепакин М.Б. Управление маркетинговым поведением хозяйствующего субъекта в условиях кризисных явлений в экономике // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal) | EKONOMIA. – 2016. – № 8. – С. 173–180.

28. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф. Управление создаваемой ценностью посредством маркетинговых инъекций в составляющие деятельности хозяйствующего субъекта // Экономика и менеджмент систем управления. – 2015. – № 3.1(17). – С. 196–204.

29. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф. Модуляция маркетинговых воздействий субъекта хозяйствования на участников маркетингового коммуникационного пространства // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 4(ч.2) (57–2). – С.912–915.

30. Мезоэкономика развития / Под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера; Центральный экономико-математический ин-т РАН. – М.: Наука, 2011. – 805 с.

31. Мониторинг социально-экономического развития Амурской области за 2013 год [Электронный ресурс] <http://www.amurobl.ru>.

32. [Электронный ресурс] <http://socarchive.narod.ru/bibl/polros/Amurskobl/resursyamur.htm>.

33. [Электронный ресурс] <http://polpred.com/?cnt=195&fo=7&obl=82&dsc=1>

34. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. Модель эволюционного становления различных типов регионального развития // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2013. – № 5(44). – С. 37–42.

35. Хандамова Э.Ф., Щепакин М.Б. Развитие мотивационно-коммуникационной концепции маркетинга // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 8–2(61–2). – С. 968–973.

36. Щепакин М.Б., Брижак О.В. Внутрикorporативные экономические отношения: специфика России: монография / Кубан. гос. технол. ун-т. 2-е изд., перераб. и доп. – Краснодар, Изд. ФГБОУ ВПО «КубГТУ», 2015. – 207 с.
37. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. К разработке методологии развития региона на основе мотивационно-институционального подхода к управлению его экономикой // Экономика устойчивого развития. – 2012. – № 11. – С. 249–256.
38. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. Формирование источников развития экономики Амурской области в условиях глобализации // Экономика развития региона: проблемы, поиски, перспективы: ежегодник. – Вып. 10 / ООН РАН ЮССРЭ, ЮНЦ РАН, ВолГУ; гл. ред. О.В. Иншаков. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2009. – С. 261–272.
39. Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В. Механизм повышения конкурентоспособности производственного предприятия: монография / В кн.: Перспективы и ограничения устойчивого социоэкономического развития России. М.: Научно-исследовательский институт истории, экономики и права; Краснодар: ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2016. С. 141–180.
40. Щепакин М.Б., Боровиков В.Г., Маштаков А.И. Методологические и организационно-экономические аспекты обеспечения устойчивого развития депрессивного региона. – Благовещенск: Изд-во ДальГАУ, 2011. – 136 с. (отослать).
41. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. Методологические и методические аспекты выбора стратегии развития региона // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – Вып. № 4(19), 2009. – С. 12–17.
42. Щепакин М.Б., Маштаков А.И., Боровиков В.Г. Методологические и методические аспекты выбора стратегии развития депрессивного региона. – Благовещенск: ДальГАУ, 2012. – 170 с.

43. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. Методологические и методические аспекты выбора стратегии развития региона // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2009. – № 4(19). – С. 12–17.
44. Губин В.А. Управление реструктуризацией экономики региона: подходы, приоритеты, механизмы: монография / В.А. Губин, М.Б. Щепакин, Г.В. Губин; ФГБОУ ВПО «КубГТУ». – Краснодар: Издательский Дом-Юг, 2014. – 166 с.
45. Шумский Н.В., Щепакин М.Б. Моделирование производственно-финансовых процессов предприятия в современных условиях // Modern European Researches / Issue 5, 2015 (Salzburg, Austria). – P. 63–67.
46. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. Формирование регионального маркетингового импланта как системообразующего элемента устойчивого и безопасного развития экономики региона // Экономика и менеджмент систем управления. – 2015. – № 3 (17). – С. 102–111.
47. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф. Формирование интегративного мультипликативного эффекта в маркетинговом коммуникационном пространстве // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 3. – С. 894–899.
48. Хандамова Э.Ф. Формирование и развитие маркетингового коммуникационного поля предприятия: автореф. дисс. ... д-р экон. наук. – Краснодар, 2013. – 49 с.
49. Хандамова Э.Ф., Щепакин М.Б. От сердца к сердцу... Маркетингово-коммуникационный ресурс в модели эволюционного развития рынка // Российское предпринимательство. – 2007. – № 10(2). – С. 32–37.
50. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф. Коммуникационный резонатор – инструмент формирования и развития маркетингового коммуникационного поля субъектов взаимодействия // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 3(56). – С. 973–976.

UDC 33.06.43

Mescherakova I.A. Labour values and interests of the hired workers in soviet and market economy

Трудовые ценности и интересы наемных работников в советской и рыночной экономике

Mescherakova Irina Alexandrovna

Belarusian National Technical University, Minsk

Pgirinka@gmail.com

Мещерякова Ирина Александровна

Белорусский национальный технический университет, Минск

Abstract. The article is sanctified to complex research and consideration of questions of change of labour values and interests of the hired workers in a soviet and market economy. The problems of labour motivation and stimulation of labour are analysed in these historical periods, the concepts of reason, attitudes toward labour and basic factors of affecting, are certain workers through motivation and stimulation of labour, the changes of labour interests are considered, since a soviet period, a basic accent is done on interests of workers and their importance for the increase of the labour productivity. On the basis of research short conclusions and suggestions are done.

Key words: motivation of personnel, economy and sociology of labour, stimulation of labour, labour values.

Аннотация. Статья посвящена комплексному исследованию и рассмотрению вопросов изменения трудовых ценностей и интересов наемных работников в советской и рыночной экономике. Проанализированы проблемы трудовой мотивации и стимулирования труда в эти исторические периоды, определены понятия мотива, отношения к труду и основные факторы воздействия на работников через мотивацию и стимулирование труда, рассмотрены изменения трудовых интересов, начиная с советского периода, основной акцент сделан на интересах работников и их важности для повышения производительности труда. На основании исследования сделаны краткие выводы и предложения.

Ключевые слова: трудовая мотивация, стимулирование труда, трудовые ценности, трудовые интересы, наемные работники, советская и рыночная экономика.

Весь трудовой процесс основан на взаимодействии людей друг с другом и на социальных отношениях, в которые они вступают. Основными являются отношение человека к труду и межличностные отношения.

Отношение к труду подразумевает человеческое стремление либо же его отсутствие максимально проявить свои способности.

Отношение к труду — сложное социальное явление, оно представляет собой единство трех элементов: 1) мотивов и ориентации трудового поведения;

2) реального или фактического трудового поведения; 3) оценку работниками трудовой ситуации — вербального поведения.

Первый элемент отношения к труду связан с трудовыми мотивами и установками, которыми руководствуется работник в трудовой деятельности. Они являются побудителями трудового поведения и в совокупности образуют мотивационное ядро.

Второй элемент отношения к труду - это трудовая активность работников, проявляющаяся в таких формах поведения, как: степень выполнения норм выработки; качество выполняемой работы; дисциплинированность; инициативность; овладение передовыми методами и приемами труда; экономное расходование сырья и материалов и т.д.

Третий элемент отношения к труду — субъективное переживание работников. Он связан с их внутренним состоянием, вызванным выполняемой работой. Без оценки самого субъекта труда любая деятельность предстает неполной, незавершенной.

Отношение к труду в любой исторический период основан на фундаментальном вопросе «ради чего я работаю?», то есть ключевым вопросом была мотивация к труду.

Мотивация (как процесс) — есть процесс эмоционально-чувственного сопоставления образа своей потребности с образом внешнего предмета (претендента на предмет потребности). Мотивация (как механизм) — это внутренний психический механизм человека, который обеспечивает опознание предмета соответствующего потребности и запускает направленное поведение по присвоению этого предмета (если он соответствует потребности).

Основными функциями мотивации являются:

- побуждение к действию,
- направление деятельности,
- контроль и поддержание поведения.

Советская модель организации труда была направлена на достижение макроэкономических целей, в ее основу были положены принципы стимулирования труда, которые опирались на тарифные ставки и разряды. Такая модель обеспечивала социальную защищенность наемных работников. Тем не менее, отсутствие здоровой конкуренции, скрытая инфляция и соответственно замораживание цен, привели к тому, что реальные потребности людей были занижены. Такое положение дел исключало творческую инициативу и самостоятельность в принятии решений, самовыражение не имело значения, не учитывалось что каждый человек хочет получить от работы разные вещи. Это не только деньги, но и признание, удовлетворение амбиций, принадлежность, дружный коллектив, возможность карьерного роста и даже желание приносить пользу обществу в целом.

Трудовая деятельность в советский период-это почетная обязанность. Государство предоставляло каждому гражданину гарантированную работу с оплатой труда, исходя из его способностей, профессиональной подготовки, образования и с учетом потребностей общества. Плановый характер организации социалистического труда — его важная особенность и преимущество перед трудом при капитализме.

К концу 1930 в результате коренных социально-экономических преобразований была полностью и окончательно ликвидирована безработица. Возникла и утвердилась важнейшая особенность образа жизни советских людей — уверенность в завтрашнем дне.

Основной потребностью людей, которая удовлетворялась практически полностью, была потребность в безопасности и защищенности. Работники были уверены в том, что у них всегда будет работа. Законодательство гарантировало право на труд, тем не менее, такая безбоязненность потерять работу способствовала низкой производительности и интенсивности труда. Работники имели полную гарантию пенсионного обеспечения и гарантии социального

характера, отпуск, оплату временной нетрудоспособности, значительные социальные льготы. Предприятия обучали и повышали квалификацию сотрудников за свой счет, они выплачивали стипендии за весь период обучения. Денежные средства брались из социальных фондов развития и потребления предприятия.

Государство удовлетворяло все социальные потребности на достаточно высоком уровне.

Организации проводили различного рода собрания, на которых обсуждались вопросы как общественно-политического, так и внутрипроизводственного характера. Подобные мероприятия способствовали тому, что работники чувствовали себя причастными к руководству предприятиями, что повышало самооценку и самоуважение. Помимо всего проводились коммунистические субботники, политинформации, оказывалась помощь колхозам и совхозам во время сбора урожая, работники участвовали в народных добровольных дружинах, праздничных демонстрациях. Подобные мероприятия сплачивали коллектив.

Активисты награждались почетными грамотами, всевозможными знаками отличия, представлялись к орденам и медалям, их фотографии вывешивались на Доске Почета.

Усиление хозяйственной мотивации и стимулов эффективного, высокопроизводительного труда - одна из главных задач перехода к рыночной экономике. Человеку всегда был необходим стимул для работы и принятия определенных решений. Именно поэтому проблема стимулирования и мотивации труда актуальна на сегодняшний день. Конечным пунктом осуществления любых реформ является предприятие (фирма), где и происходит соединение рабочей силы и средств производства и осуществляется процесс трудовой деятельности.

В Республике Беларусь процесс формирования систем стимулирования и мотивации происходит в достаточно сложных социально-экономических условиях. В стране не так много успешных и прибыльных предприятий. На каждом пытаются создать свою модель с учетом реальных условий экономической среды. При этом некоторые менеджеры создают свои модели, основываясь на советском прошлом, многие ориентированные на Запад предприятия внедряют соответственно западные технологии. Имеются и те, кто создают новые модели, не имеющих аналогов в мире.

В качестве основы в современном менеджменте чаще всего используются модели Маслоу и Мак-Грегора, которые объясняют некоторые «отклонения» в поведении людей. К примеру, теория Маслоу поясняет, почему в случае если не удовлетворены потребности физиологического характера, не стоит ждать высокопроизводительного труда от работника. А теория Мак-Грегора объясняет, зачем работники ломают высокотехнические станки, вместо того, чтобы ударно на них работать

Таким образом, изучив данные модели можно сделать вывод о том, что в общем случае профессиональная деятельность работников направлена на достижение следующий целей:

- материальные блага
- власть
- знания и творчество
- духовное совершенствование.

Цели сугубо индивидуальны и имеет свойство меняться с течением жизни и под влиянием различных факторов.

В настоящее время трудовые ценности белорусского народа подвергаются радикальным изменениям, что позволяет утверждать, что идет процесс создания новой трудовой идеологии.

В результате идеологических сдвигов резко сократился разрыв между трудовыми ценностями населения и ценностями официальной идеологии, который был характерен для последних 15-20 лет социалистического развития Беларуси.

Любая система стимулирования труда должна быть привязана к стратегическим целям, что подразумевает ориентацию системы на достижение долговременных целей: усиление стратегического потенциала предприятия, формирование дополнительных инвестиционных ресурсов, усиление внешней и внутренней гибкости производственного аппарата фирмы, развитие маркетинговых исследований, развитие программ по повышению квалификации кадров.

Привязка систем стимулирования к местным условиям должна осуществляться с учетом различий интересов, возникающих на разных этапах производственного процесса создания у работников. Причиной этих различий является разный характер деятельности и, следовательно, разные ценностные ориентации осуществляющих эту деятельность работников.

Система стимулирования должна быть конкретизирована на уровне средств стимулирования. Эти средства должны быть направлены на возбуждение интереса для того, чтобы работник был удовлетворен своей работой.

Работа должна создавать внутреннюю мотивацию, ощущение личного вклада. Человек - существо социальное, а отсюда следует, что ему свойственно чувство сопричастности, которое позволяет осознать себя как личность.

References:

1. Леонтьев, А.Н. Потребности, мотивы, эмоции.// М., 1971. Проблемы развития психики. М., 1959
2. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда.// М. 2001

3. Мотивация персонала в современной организации: Учебное пособие / Под общ. ред. С. Ю. Трапицына. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007.
4. Герчиков, В.И. Нематериальное стимулирование персонала [Текст] / В.И. Герчиков // Мотивация и оплата труда. - 2005. - №1. - с. 2-10
5. Мумладзе, Р.Г. Экономика и социология труда [Текст]: учебник / Р.Г. Мумладзе, Г.Н. Гужина. — Москва: КНОРУС, 2011. — 328 с.

UDC 332.1

Tumilevich E.N. Social strategic alliance as a form of implementation of corporate social responsibility

Социальный стратегический альянс как форма реализации корпоративной социальной ответственности

Tumilevich Elena Nickolaevna

Khabarovsk State University of Economics and Law, Khabarovsk
elena-tumilevich@yandex.ru

Тумилевич Елена Николаевна

ФГБОУ ВО Хабаровский государственный университет экономики и права, г.
Хабаровск

Abstract. The article deals with the essence of the strategic alliance to explore the possibility of forming a strategic alliance today. The author reveals the role of social strategic alliances, the possibility of their creation. The mechanism of functioning of the social strategic alliance, to draw conclusions about ways of increasing the efficiency of social strategic alliances.

Keywords: corporate social responsibility, strategic alliance management system enterprise.

Аннотация. В статье рассмотрена сущность стратегического альянса, изучены возможности формирования стратегического альянса в современных условиях. Автором выявлена роль социальных стратегических альянсов, возможности их создания. Рассмотрен механизм функционирования социального стратегического альянса, сделаны выводы относительно направлений повышения эффективности социальных стратегических альянсов.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, стратегический альянс, система управления, предпринимательство.

Проблема достижения конкурентоспособной позиции и повышения финансовых результатов для организаций является актуальной проблемой, которую организации, как правило, решают путем повышения эффективности системы управления, выхода на новые рынки, повышения качества ресурсов и т.п. Однако, в связи с активным ростом интеграционных процессов и глобализацией, сформировалось немало различных организационных форм объединения компаний, которые значительно отличаются друг от друга в зависимости от целей сотрудничества, степени интеграции и характера взаимоотношений между их участниками. Если в начале XX века были преимущественно концерны и семейные группы, то к концу столетия стали формироваться так называемые стратегические альянсы,

которые, по нашему мнению, являются основой для развития сетей и повышения конкурентоспособности большого количества организаций.

Обратимся к теоретико-методологической основе стратегических альянсов. Стратегия – это долгосрочное определенное направление развития организации, касающееся её сферы деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее к достижению поставленных целей. Альянс – это объединение, союз двух и более сторон (в частности – организаций) на основе договорных обязательств. Стратегический альянс – это целенаправленное соглашение между конкретными организациями о совместной деятельности путём применения новых технологий и получения доступа к новым рынкам ради достижения своих целей и развития компаний на взаимовыгодных условиях. Стратегический альянс представляет собой союз, объединение двух или более участников организации для достижения определенных долговременных целей и задач, которые являются взаимно выгодными [4, с. 3].

К стратегическим альянсам можно отнести не только функциональные соглашения, но и соглашения учредителей предприятий об участии в активах существующих предприятия, созданием новых совместных организаций, консорциумы для реализации инвестиционных проектов и другие.

Основная целевая направленность стратегических альянсов – эффективное управление знаниями, которыми владеют входящие в состав данного альянса корпорации, с целью ускорения разработки, передачи и внедрения современных технологий, ради повышения экономических и финансовых показателей деятельности этих фирм.

Управление этими знаниями предполагает осуществление следующих задач:

1. эффективное распределение собственных активов корпораций;

2. выработка концепций и процедур по принятию управленческих решений в рамках альянса;

3. создание новых подразделений, должностей и обязанностей в рамках кадрового планирования, набор специалистов, осуществляющих работу со стейкхолдерами от имени альянса, то есть так называемых альянс-менеджеров.

Данные задачи должны реализовываться на определенных этапах жизненного цикла стратегического альянса.

Тщательное исследование и детальная характеристика жизненного цикла стратегического альянса, то есть процесса их формирования, функционирования и распада, имеет крайне важное значение для создания таких альянсов.

Многие зарубежные исследователи убеждены в том, что каждый стратегический альянс проходит в своём развитии последовательно пять этапов.

1. Процесс “Ухаживания” - на этом этапе организации изучают друг друга, проводят SWOT-анализ (оценивают сильные и слабые стороны, перспективы развития и угрозы), устанавливают первоначальные контакты и ведут переговоры. Успешное прохождение данного этапа позволяет каждой стороне минимизировать затраты, связанные в дальнейшем с образованием альянса. Кроме того любые недопонимания и противоречия, возникающие в процессе формирования стратегического альянса лучше разрешать на первом этапе, так как их разрешение будет осуществляться с гораздо меньшими издержками, чем на более последующих стадиях.

2. Детальные переговоры – на этом этапе разрабатываются и заключаются соглашения, необходимые для создания стратегического альянса.

3. В случае успешного завершения стадии детальных переговоров, можно смело переходить к стадии запуска. Именно на этом этапе компании переходят к решительным действиям по совместному сотрудничеству.

4. По мере завершения стадии запуска организации переходят к этапу обслуживания стратегического альянса, то есть к принятию мер по поддержанию стабильности данного альянса.

5. Однако в случае неудачного протекания стадии запуска, партнёры могут немедленно перейти к завершающей стадии, минуя тем самым стадию обслуживания.

После прохождения 5 вышеописанных этапов стратегические альянсы, так или иначе, будут вынуждены пойти по одному из трёх вариантов развития событий:

1. Продление взаимовыгодных отношений с переориентацией их на другие рыночные сферы деятельности. В таком случае компании будут заниматься изучением перспектив дальнейшего развития альянса с учетом привлечения дополнительного числа бизнес партнёров.

2. Компании не видят дальнейших путей своей совместной деятельности, но готовы поддерживать дружеские отношения путём компромиссного разделения рынка.

3. Стратегический альянс прекращает своё существования из-за серьезных противоречий и разногласий сторон.

Ниже схематично представлен график этапов жизненных циклов стратегических альянсов (рис. 1) [6, С. 93]

Актуальность реализации социальных целей предприятиями сформировала необходимость формирования социальных стратегических альянсов, то есть сетевой формы кооперации, объединяющей независимые организации и управляемые комитетом координаций, который в свою очередь регулируется членами всех сторон, заинтересованных в обеспечении развития

партнерских отношений путём реализации общественно значимых проектов (зачастую это касается введения и соблюдения экологических норм) [Рагулина Ю.В., Федосова Р.Н. Особенности соотношения государственного, негосударственного и частного секторов в рамках корпоративной социальной ответственности // Вестник академии. 2013. № 3. С. 78-83]



Рисунок 1. Этапы жизненных циклов стратегических альянсов

Интерес к общественно значимым проектам может быть вызван как поддержкой со стороны гражданского общества, так и заинтересованностью государственных, общественных и бизнес-структур в финансовой подпитке. Объединение интересов позволяет сформировать механизм функционирования стратегических социальных альянсов (рисунок 2)

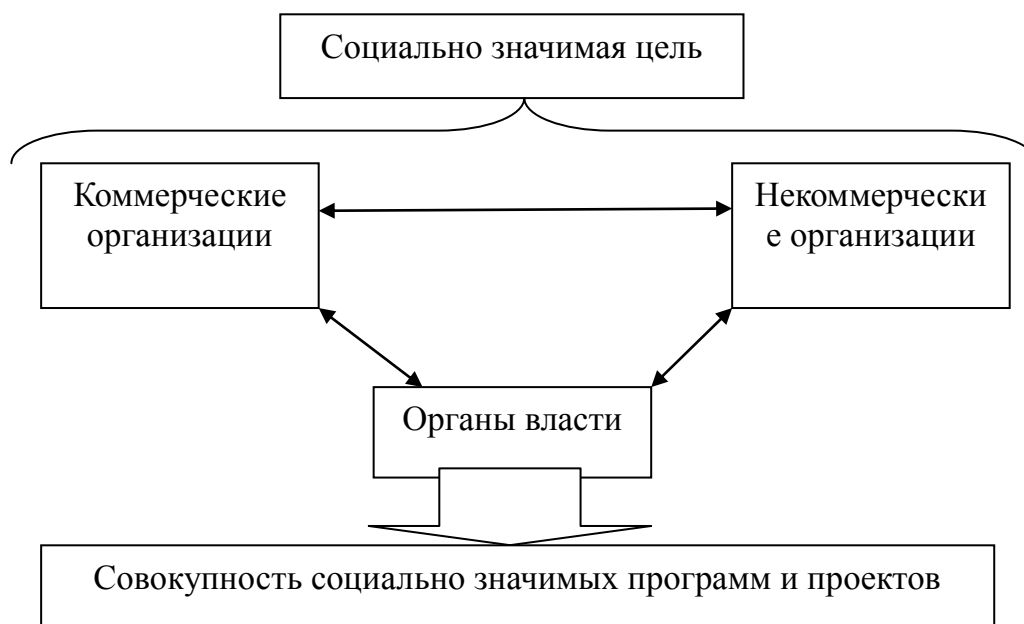


Рисунок 2. Механизм функционирования стратегического альянса

Данный механизм реализует стадии социально значимых проектов и программ, каждая из которых длится до момента завершения текущего проекта, что означает лишь одно - процессы, запущенные на этапе формирования альянса, не прекращаются на всех стадиях его функционирования, а получают новый импульс.

Особое место получила такая форма социальных стратегических альянсов, как частно-государственное партнерство. Согласно ФЗ № 224-ФЗ от 13.07.2015 «государственно-частное партнерство, муниципально-частное партнерство - юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, соглашения о муниципально-частном партнерстве, заключенных в соответствии с настоящим Федеральным законом в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти

и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества». Данная форма является приоритетной при реализации инфраструктурных проектов.

В России первые стратегические альянсы появились в виде совместных предприятий в 1990-е годы. Они были представлены в качестве так называемых технологических стратегических альянсов. В основном это коснулось таких отраслей экономики, как автомобилестроение, авиастроение, пищевая и химическая промышленность, логистика и другие.

Наиболее ярким примером создания стратегического альянса стало соглашение между российской компанией ОАО «Соллерс» и итальянским концерном «ФИАТ Групп», подписавшим меморандум о создании в России стратегического альянса в области производства автомобилей и внедорожников. Общие инвестиции в этот проект составили около 2,4 млрд евро. Согласно этому меморандуму было предусмотрено создание совместного предприятия, на котором будет осуществляться полный производственный цикл. Это, в свою очередь, предполагает выход обновленной российской продукции на качественно новый уровень, а также получение доступа современным технологиям итальянского автомобилестроения.

Таким образом, социальные стратегические альянсы являются неотъемлемым инструментом реализации корпоративной социальной ответственности компаний, достижения общих целей, повышения эффективности и продуктивности работы экономики в целом. Это оптимальная форма, позволяющая аккумулировать ресурсы и повысить эффективность реализации социальных программ и социальных проектов.

References

1. Porter, M.E. Competition in Global industries, Harvard Business School Press, 1986, p. 581.

2. Hergert, M., Morris, D., “Trends in International Collaborative Agreements”, Columbia Journal of World Business, Vol. 22, №2, p. 280, 1987
3. Дмитриева Д.М. Доверие как условие функционирования стратегического альянса: теоретико-методологический подход / Д.М. Дмитриева // Креативная экономика. – 2012. - №12(72).
4. Королева Е.В. Стратегические альянсы: зарубежный опыт и российские особенности // Российский внешнеэкономический вестник. –2009. – № 5. – С. 3
5. Рагулина Ю.В., Федосова Р.Н. Особенности соотношения государственного, негосударственного и частного секторов в рамках корпоративной социальной ответственности // Вестник академии. – 2013. – № 3. – С. 78-83
6. Федоренко Н. Стратегические альянсы в алюминиевой промышленности // Российское предпринимательство. – 2009. – № 4-2.

UDC 336.6

Volkova M.F., Sirotina A.A. Conceptual bases of management of potential financial stability

Концептуальные основы управления потенциалом финансовой устойчивости

Volkova Maria Fedorovna,

State educational institution of higher education Donetsk national university
yram92@mail.ru,

Sirotina Angelina Aleksandrovna

State educational institution of higher education Donetsk national university
sirotina_angelina@mail.ru

Волкова Мария Федоровна,

ГОУ ВПО Донецкий национальный университет, г. Донецк

Сиротина Ангелина Александровна

ГОУ ВПО Донецкий национальный университет, г. Донецк

Abstract. The article reveals the essence of the company's financial potential, considered the authors various interpretations of the definition of financial stability, on the basis of which we formulated our own concept. Developed the concept of the mechanism of management potential financial stability will improve the efficiency of decision-making.

Keywords: financial potential, financial stability, management of financial potential.

Аннотация. В статье раскрыта сущность финансового потенциала предприятия, рассмотрены различные трактовки авторов определения финансовой устойчивости, исходя из которых, было сформулировано собственное понятие. Разработанная концепция механизма управления потенциалом финансовой устойчивости, позволит повысить эффективность принятия управленческих решений.

Ключевые слова: финансовый потенциал, финансовая устойчивость, управление финансовым потенциалом.

Динамичность рыночной среды требует постоянной корректировки методов и параметров финансового управления на основании соответствующего инструмента. Важнейшую роль в решении данной задачи имеет оценка финансового потенциала деятельности предприятия, результаты которой дают возможность определить тенденции его состояния и разработать способы и рекомендации по эффективному использованию этого потенциала. В рыночных условиях залогом выживаемости и основой стабильного положения предприятия служит его финансовая устойчивость. Она отражает состояние финансовых ресурсов компании, при котором есть возможность свободно маневрировать денежными средствами, эффективно их использовать,

обеспечивая бесперебойный процесс производства и реализации продукции, учитывать затраты по его расширению и обновлению. Исследованию и развитию потенциала финансовой устойчивости предприятий напрямую связано с совершенствованием и активизацией инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, что относится к важнейшим государственным приоритетам. Однако предприятию стоит уделять внимание не только показателям финансовой устойчивости, но и оценивать финансовый потенциал, который может оказывать влияние на конкурентоспособность организации. Для того, что бы достичь максимального эффекта в управлении предприятием, менеджеру необходимо не только проанализировать его финансовое состояние, но и оценить весь имеющийся его потенциал.

Проблема обеспечения финансовой устойчивости для предприятий обостряется в настоящее время в связи с нарастающей нестабильностью и постоянными изменениями и вызовами внешней среды. Переход к более устойчивому состоянию должен быть сопряжен не только со стороны механизмов социально-экономических изменений, но и со стороны самоорганизации. Для того, что бы эффективно управлять потенциалом финансовой устойчивости, необходимо чётко понимать, что представляет собой финансовый потенциал, финансовая устойчивость и управление потенциалом финансовой устойчивости предприятия.

Финансовый потенциал – это отношения, возникающие на предприятии, по поводу достижения максимально возможного финансового результата при условиях наличия эффективной системы управления финансами, обеспечивающей прозрачность текущего и будущего финансового состояния, рентабельности вложенного капитала, наличия собственного капитала, достаточного для выполнения условий ликвидности и финансовой устойчивости [1].

Финансовая устойчивость занимает важное место не только в развитии

предприятия, но и всего общества, в связи с этим вопросы, касающиеся управления финансовой устойчивостью являются актуальными. Следует отметить, что на современном этапе среди ученых нет единого мнения относительно понятия «финансовая устойчивость».

По мнению В.И. Бариленко: «Финансовая устойчивость предприятия характеризует его способность осуществлять хозяйственную деятельность преимущественно за счет собственных средств, при сохранении платежеспособности» [2].

А.В. Грачев считает, что: «Под финансовой устойчивостью предприятия следует понимать платежеспособность предприятия во времени с соблюдением условия финансового равновесия между собственными и заемными финансовыми средствами» [3].

Донцова Л.В. и Никифорова Н.А. придерживаются следующего мнения: «Финансовая устойчивость – это характеристика стабильности финансового положения предприятия, обеспечиваемая высокой долей собственного капитала в общей сумме используемых им финансовых средств» [4].

Учитывая мнения данных авторов, можно сделать вывод, что финансовая устойчивость – это стабильная деятельность организации, его финансовая независимость, как от кредиторов, так и от инвесторов, что обеспечивается благодаря достаточности собственного капитала, который является частью источников финансирования, а также распределение и использование финансовых ресурсов, обеспечивающее развитие предприятие.

Изменения, которые происходят с развитием рыночных отношений в экономике государства, обуславливают необходимость формирования каждым предприятием стратегических целей, определение ресурсов, разработки плана действий по их достижению. В силу того, что финансовый план является стратегическим ресурсом предприятия, который обеспечивает его устойчивость в нестабильных условиях макросреды, позволяющий устранить негативное

влияние внешних факторов, одной из основных стратегических задач менеджмента является управление финансовым потенциалом предприятия [5]. Однако менеджерам стоит уделять отдельное внимание не только показателям финансовой устойчивости, но и предвидеть возможный потенциал предприятия с целью обеспечения прибыльности предприятия.

Для более эффективного функционирования компании необходимо чётко сформулировать определение понятия управления потенциалом финансовой устойчивости.

Исходя из вышесказанного, мы считаем, что управление потенциалом финансовой устойчивости предприятия – это управление конкурентоспособностью.

В современных условиях функционирования предприятий возникают различные факторы, которые дестабилизируют их деятельность и вызывают финансовые осложнения. Проблемы, возникающие на предприятиях, спровоцированы спадом производства, неэффективным использованием средств, отсутствие производственного и финансового менеджмента, несбалансированностью финансовых потоков. Устойчивое финансовое состояние предприятия – это итог грамотного управления комплексом факторов, определяющих результаты хозяйственной деятельности.

Тенденция к увеличению финансовых проблем и внутренних противоречий в управлении финансовой деятельностью предприятия, сложность и недостаточная четкость (размытость) проблем на фоне усиливающейся динамичности факторов внешней и внутренней среды, комплексность проблем, проявляющаяся в единстве экономических, социальных, психологических, управленческих и других аспектов, обуславливает необходимость применения системного подхода к управлению финансового потенциала предприятия. Выразителем этого подхода должен быть механизм управления потенциалом финансовой устойчивости промышленного

предприятия, который является важным элементом в стратегическом управлении финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

В этой связи, мы предлагаем разработку концепции механизма управления потенциалом финансовой устойчивости, которая бы включала принципы, цель и задачи, функции механизма управления финансовым потенциалом, а также информационную поддержку принятия объективных решений о состоянии и тенденциях развития потенциала промышленного предприятия.

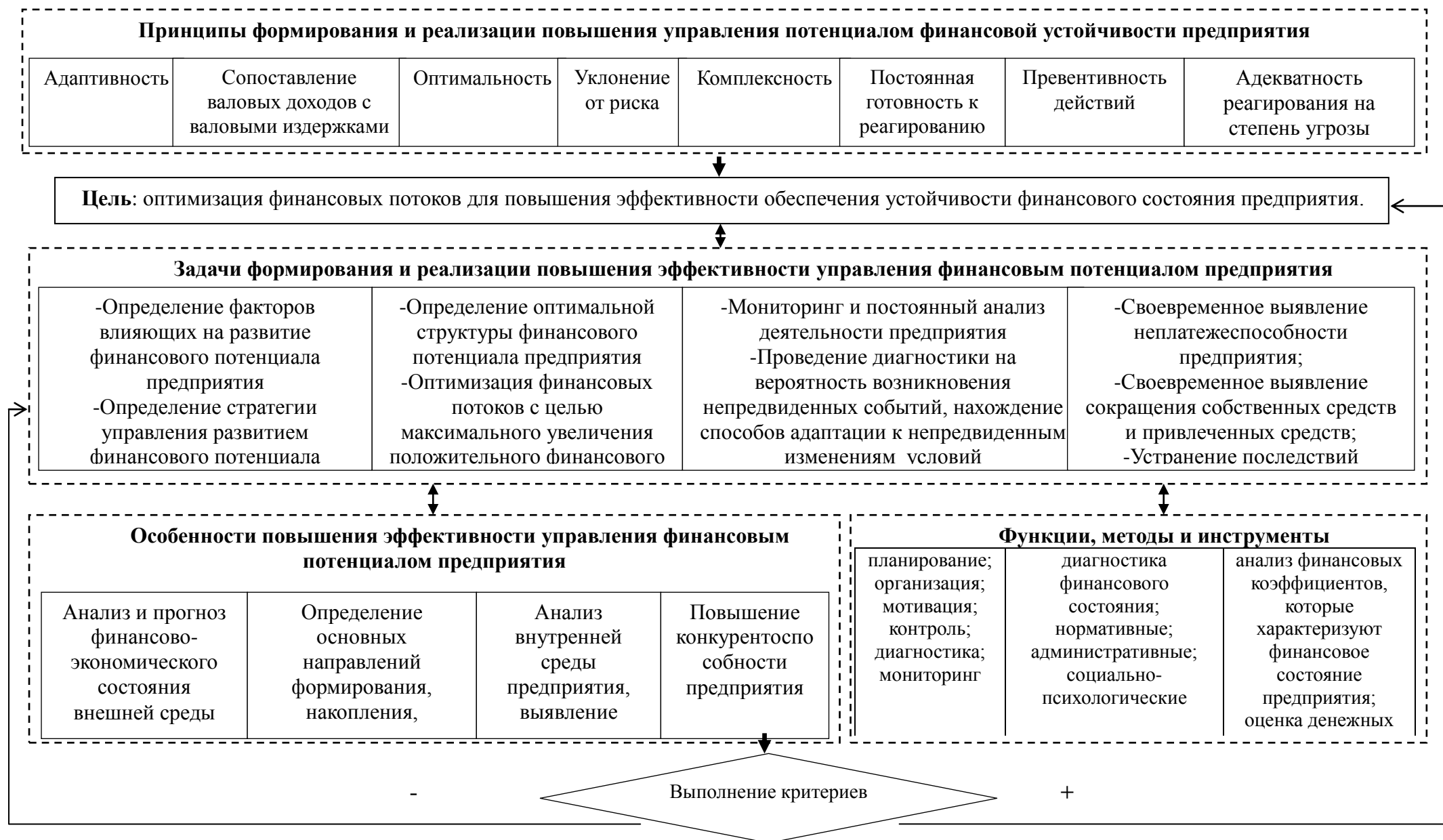


Рисунок 1. Концепция формирования и реализации повышения эффективности управления потенциалом финансовой устойчивости предприятия

Основой повышения эффективности обеспечения устойчивости финансового состояния предприятия является: формирование широкой информационной базы и системы индикаторов устойчивости, проведение мониторинга и анализа, стресс-теста определения устойчивости финансового состояния к финансовым кризисам, выработка рекомендации по корректировке политики развития предприятия с целью усиления устойчивости предприятия и предотвращения финансовых кризисов.

Объектом повышения эффективности обеспечения устойчивости финансового состояния предприятия является финансовая деятельность предприятия. В основе финансовой деятельности предприятий лежит осуществление расходов и формирования доходов. Затраты обеспечиваются за счет финансовых ресурсов, находящихся в распоряжении предприятий.

Необходимо отметить, что содержание каждого элемента стратегии управления потенциалом зависит, прежде всего, от постоянно изменяющейся экономической ситуации в стране и по существу элементы стратегии управления потенциалом являются конкретными направлениями общей стратегии развития предприятия.

Повышение эффективности обеспечения устойчивости финансового состояния предприятия является важным этапом для формирования его приоритетных направлений развития, а также способствует снижению негативного влияния нестабильной внешней среды и минимизации воздействия угроз для динамического развития предприятия.

Оценка финансового потенциала предприятия – необходимый этап стратегического анализа и управления. Существующий плюрализм мнений, с одной стороны, позволяет максимально широко посмотреть на оценку потенциала, а с другой – не дает возможности точно и адекватно его оценить. В результате комплексного анализа обеспечивается системный подход к оценке потенциала финансовой устойчивости предприятия, который позволяет создать

на этой основе комплексный план перспективного развития предприятия.

Как видно из рассмотренной концепции, механизм управления потенциалом финансовой устойчивости предприятия не ограничивается реализацией какой-либо одной функции, а является координирующей системой обеспечения взаимосвязи между диагностикой, регулированием и мониторингом показателей, характеризующих абсолютный, нормальный, нестабильный и кризисный типы финансовой устойчивости предприятия, что позволяет повысить эффективность управления финансовым потенциалом предприятия.

Таким образом, разработанная концепция повышения эффективности управления потенциалом финансовой устойчивости предприятия, в рамках которой определены цель, задачи, принципы, функции, методы, инструменты и комплекс механизмов ее реализации, позволяют повысить эффективность принятия управленческих решений. Повышение эффективности управления возможно только при условии использования определенных механизмов, которые являются взаимосвязанной координируемой системой, своевременной реакции на изменения внешней среды и стратегического видения будущего состояния предприятия.

Так, возникает объективная потребность в разработке механизма управления потенциалом предприятий, направленного на формирование стратегического вектора устойчивого развития.

References

1. Мерзлов И.Ю. Управление финансовым потенциалом предприятия / И.Ю. Мерзлов // «Экономика». - 2010. - № 6. - С. 12-16.
2. Бариленко В.И. Анализ хозяйственной деятельности. - М.: Омега-Л, 2009.- С. 43 – 347.

3. Грачев А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: от бухгалтерского учета к экономическому. - М.: Финпресс, 2002.- С. 64 - 281.
4. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности. - М.: Дело и сервис, 2008. - С. 142 - 405.
5. Менеджмент. - 2009 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.studd.ru/lib/2/79/21/>

UDC 336. 256

Yakshieva G.M., Isayeva T.V. Public-private cooperation and innovative development of agriculture

Государственно-частное взаимодействие и инновационное развития сельского хозяйства

Yakshieva Guzel Maulizyanovna

Perm State Agricultural Academy named after academician DN Pryanishnikova

Isayeva Tatyana Vladimirovna

Perm State Agricultural Academy named after academician DN Pryanishnikova

Якшиева Гузель Маулизяновна,

Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д.Н.

Прянишникова

Исаева Татьяна Владимировна

Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д.Н.

Прянишникова

Abstract: in recent years, the spread obtained methods, models, forms of state cooperation with agribusiness. The study, carried out in the article, allows highlight effective models of public-private collaboration to achieve the modernization and development of agriculture.

Keywords: modernization, agriculture, government, cooperation, development, agricultural policy.

Аннотация: за последние годы распространение получают методы, модели, формы сотрудничества государства с агробизнесом. Исследование, проведенные в статье, разрешает выделить эффективные модели государственно-частного взаимодействия для достижения модернизации и развития сельского хозяйства.

Ключевые слова: модернизация, сельское хозяйство, государство, взаимодействие, развитие, аграрная политика.

Аграрная политика обеспечивает удовлетворение потребностей населения в продовольствии на основе полного использования ресурсов, постоянно трансформируется под влиянием множества факторов. Обеспечить население продовольствием это стратегическая цель развития сельского хозяйства. Для решения этой цели из бюджета выделяются средства. Препятствие оказывает отставание России от экономических развитых стран в проведении модернизации отраслей сельского хозяйства. Важно не только произвести сельскохозяйственную продукцию в необходимых объемах, но и сохранить, переработать, доставить качественное продовольствие, с потребностями в нем, населению всех регионов. Надо оказывать устойчивое развитие во всей

цепочке: производство - переработка - транспортировка - хранение - поставка потребителю (торговля).

Сегодня в агропромышленном комплексе производится 8,5% валового внутреннего продукта, в сельском хозяйстве занято 7,3 млн. человек [3]. Сельхозпроизводители и получили самостоятельность, но не могут стать полноценными агентами рынка как производители других отраслей. Поэтому аграрная политика должна основываться на взаимных интересах государства и агробизнеса.

Определение государственно-частного партнерства дается в трудах В.Г. Варнавского: «Государственно-частное партнерство – это институциональный и организационный альянс между государством и бизнесом в секторе отраслей промышленности и НИОКР, вплоть до сферы услуг» [1].

На сегодняшний день зарождается новая модель сотрудничества государства и частного бизнеса – «Соглашение о разделе продукции». Условие и порядок раздела продукции между государством и частным партнером определяются в специальном соглашении, которая распространена в промышленности.

Другим направлением сотрудничества относятся приоритетные национальные проекты и целевые программы: приоритетный национальный проект развития АПК и государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья, продовольствия на 2013-2020 гг.

В России развивается партнерства, как создание особых экономических зон: промышленно-производственные, технико-внедренческие, туристско-рекреационные и портовые. Суть экономических зон в преференции по трем направлениям: налоговые и таможенные льготы, государственное финансирование инфраструктуры, снижение административных барьеров. Применяется в депрессивных регионах для реализации целевых отраслевых программ и модернизации отраслей [2].

Технопарки выступают в сотрудничестве государства и агробизнеса. Создается три сектора: научный, производственно-технологический и сектор обслуживания. Инициаторами выступают аграрные вузы и НИИ. Большой недостаток это отсутствие концепции привлечение частного капитала для осуществления инновационной деятельности в АПК. Необходимо создать новую концепцию для развития технопарков.

Для реализации инвестиционных проектов распространение получает государственно-частное партнерство в виде Инвестиционного фонда Российской Федерации. Однако как и экономические зоны он пока далек от совершенства. Минимальный размер инвестиций 5 млрд. руб. Таким образом высокая фондоемкость сельского хозяйства, низкая скорость оборота капитала, сильная уязвимость перед территориальными и эколого-техногенными рисками делают данную отрасль АПК менее привлекательной для инвестиций. Государственно-частное партнерство представляет собой новый институт, обеспечивающий совместное участие государства и бизнеса в проведении комплексной модернизации отраслей сельского хозяйства для повышения конкурентоспособности производимой сельскохозяйственной продукции и продовольствия, обеспечения продовольственной безопасности в России. Необходимо увеличить объем господдержки из бюджетов всех уровней на развитие отраслей сельского хозяйства до уровня их поддержки в экономически развитых странах, что обеспечит им повышение конкурентоспособности на внутренних и внешних продовольственных рынках.

References

1. Государственно-частное партнерство в инновационных системах [Текст]. – Издательство USSR, 2012.
2. Наумкин, А. В. Государственно-частное партнерство при проведении модернизации отраслей сельского хозяйства: Монография. – М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2011. – 360 с.

3.Пахомова, А.А. Формирование инновационной системы
птицепродуктового подкомплекса [Текст]/ А.А. Пахомова, В.В. Кузнецов. –
Издательство научное обозрение. – 2012. - №4. –С. 14

SECTION 2. BANKING

UDC: 336.02

Balashova R.I. The development of the financial market infrastructure as the basis of financial provision of investment of economic development for the model of an independent state

Развитие инфраструктуры финансового рынка как основы финансового обеспечения инвестиционного экономического развития для модели независимого государства

Balashova Raysa Ivanovna

Donetsk national technical University, Donetsk
stalkraysa@yandex.ua

Балашова Раиса Ивановна

Донецкий национальный технический
университет, г. Донецк

Abstract: the paper considers the problems of formation of the financial market and use its opportunities for investment in economic development. Proposed ways of creating an investment-based financial market, developing new States of Donbass.

Key words: infrastructure, financial market, financial security, investment Economics, development, independent state.

Аннотация: в работе рассмотрены проблемы формирования финансового рынка и использования его возможностей для инвестиционного экономического развития. Предложены пути создания инвестиционно-ориентированного финансового рынок развивающихся новых государств Донбасса.

Ключевые слова: инфраструктура, финансовый рынок, финансовое обеспечение, инвестиционная экономика, развитие, независимое государство.

Актуальность исследования. Использование функций финансового рынка как инструмента реализации цели и направлений развития оптимальной финансовой системы новых независимых республик Донбасса, состоит в том, что все ее звенья действуют в едином территориальном пространстве, а объектом покупки или продажи являются традиционные или трансформированные элементы финансовой системы.

В современной экономике сущность дефиниции «финансовый рынок» представляет собой разветвленную систему сложившихся финансовых рынков с различными сегментами каждой из систем, взаимодействующих между собой. Особенности и свойства финансового рынка ориентированы на определение экономических приоритетов и функционирующих для них институтов, способствующих преобразованию денежной массы в капитал посредством использования финансовых инструментов, привлечение неиспользуемых свободных денежных активов и их оптимальное применение.

Актуальность данного исследования подтверждается необходимостью финансового обеспечения экономики, т. к. «инновационная составляющая отражает способность субъектов хозяйствования использовать новые знания и опыт, создавать благоприятную среду для возникновения новых идей и внедрение их в производство» [1, с. 16].

Анализ последних и публикаций. В работах современных ученых Т.А. Панкратовой, О.Л. Королева [1], Д. Норта [2], Р.И. Балашовой [3] рассмотрены направления финансового рынка, его основные функции и роль в становлении инвестиционного развития территорий и предприятий.

Однако в настоящих условиях экономика нацелена на более оправданную и интенсивную загрузку финансовых возможностей и фактических мощностей финансового рынка, который отождествляет базовую категорию ее развития. Поэтому *целью работы* является изучение сущности и значения финансового рынка как основы финансового обеспечения инвестиционного экономического развития для модели независимого государства.

Изложение основного материала. Структура и масштабность финансового рынка являются следствием высокого уровня развития отраслей общественного производства, уровня занятости населения, степени снижения крупного капитала в экономике (не менее 51%), т.е. восстановления

государственных активов, ликвидации непрозрачных схем. К этой же проблеме на данном этапе относится тот факт, что некоторая часть крупных налогоплательщиков функционирующих на территории, ведут финансовую и хозяйственную деятельность в республике, однако платят налоги в бюджет Украины, тем самым ослабляя собственный финансовый рынок.

С целью сотрудничества с Российской Федерацией при сохранении статуса независимого государства, необходима сопоставимость налоговой системы с экономическими условиями РФ, установление максимально единообразного порядка регулирования налоговых отношений. Первым практическим шагом такого взаимодействия должны быть синхронизация и адаптация законодательной базы с российской правовой средой, и прежде всего, налогового и таможенного законодательства, создание возможного единого экономического пространства [4; 5].

Одновременно универсальный вариант налоговой системы, как независимого государства, предполагает такие приоритеты в направлениях совершенствования налоговых требований как: выполнение и соблюдение налоговых правил всех ступеней бюджетной системы; совершенствование налоговых отношений и РФ в рамках формирования единого законодательного и экономического пространства (использование любых возможных каналов взаимодействия с РФ, в том числе использование возможностей проекта «Еврорегион», посредничество Южной Осетии и др.), формирование эффективного механизма налогового администрирования [6].

Финансовый рынок развивающихся новых государств Донбасса, должен иметь характер инвестиционной ориентации, т.е. обладать такими основными качествами: система с одним уровнем налогообложения прибыли предприятий, освобождение от налогов прироста капитала, территориальный принцип налогообложения, активное применение налоговых льгот и преференций для

бизнеса, «мягкий» режим налогообложения граждан, гос поддержка поступления инвестиций в приоритетные отрасли.

Для независимой республики ДНР, как и других государств, характерно, что его экономическая основа создается на целевом и контролируемом обороте финансовых активов между экономическими субъектами. Действующее юридическое или физическое лицо наделено правами, определены его уставные цели, задачи и обязанности. Их экономические и договорные отношения в процессе деятельности образуют определенные секторы финансового рынка. Такой рынок сформирован как сложный механизм, состоящий из рынка денег и капитала, каждый из которых разделен на собственные сегменты: местный; региональный; национальный; мировой.

Для экономических условий независимых республик в соответствии с видами находящихся в движении финансовых активов (инструментов, услуг), целесообразно обозначить следующие, уже известные, составляющие финансового рынка: кредитный, рынок ценных бумаг, валютный, страховой, рынок драгоценных металлов. Задачи по «преодолению разбалансированности финансовой системы заключаются в отказе от модели финансовой системы и ее финансового рынка, зависимых от внешних инвестиций, и переходе к устойчивой модели другого типа, основанной на концентрации и соответствии внутреннего и внешнего денежных спросов, ориентированной на продолжительные инвестиционные циклы, модернизацию инноваций и финансирование экономики» [7].

Наиболее характерные функции и задания финансового рынка: передача сбережений в инвестиции, оценка современной стоимости, обеспечение ликвидности и создание оптимальной инфраструктуры для обмена финансовых активов, страхование финансовых рисков, будут действовать и для финансового поля независимых республик. Формы и методы инвестирования и регулирования инвестиционного

экономического развития и текущей деятельности должны формально соответствовать материальной и стимулирующей направленности в приоритетные сферы и производства, характеризоваться оптимальностью и системностью.

В процессе прогнозирования стратегических вариантов целесообразно учитывать имеющиеся преимущества на рынке и трансфер научных технологий и разработок.

Важным условием результативности инвестиционной политики независимых государств является поддержка актуальной структурной модернизации в производственном секторе. На их основе должны быть определены перспективы и порядок инвестирования для групп предприятий, претендующих на темпы, формы и методы государственной поддержки, модели организации их производственных структур необходимо построить с учетом условий в территориальной экономике.

Выводы. Влияние на финансовый рынок на территории новых независимых государств, с целью совершенствования деятельности на нем участников и операций между ними, на всех этапах должно осуществляться государственным органом, сформированным на выполнение таких функций.

Управление финансовым рынком имеет задачи с целью инвестиционного экономического развития:

обеспечение оптимального процесса формирования стоимости на основе спроса товарной продукции и его предложения;

создание рынка, который характеризуется стимулированием деятельности и вознаграждением риска;

создание новых и поддержка необходимых рынков и их инфраструктур;

экономическое и институциональное влияние на рынок с целью повышения темпов положительных изменений в экономике, занятости населения, защиты потребительских и предпринимательских интересов.

Функционирование и развитие финансового рынка в сформировавшихся экономических условиях независимых государств является обязательным элементом инвестиционного экономического развития.

References:

1. Панкратова Т.А., Королев О.Л. Методы анализа инновационно-инвестиционной деятельности предприятий// Экономические исследования и разработки, 2016. – №3. – С.16-19.
2. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений / пер. с англ. К. Мартынова, Н. Эдельмана; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 256 с.
3. Балашова Р.И. Финансовое обеспечение как фактор экономического развития предприятий / Донецк: Вестник Института экономических исследований. – 2016. – №3. – С. 22-27.
4. Гардер С. Республики непризнанные и «частично признанные»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/251781/respubliki>
5. Озеров А.А., Аверьянов А.В. Непризнанные государства как фактор современной международной политики: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://riss.ru/analytics/18808/>
6. Свиридова Н. Д. Современные проблемы экономического развития Луганской Народной Республики / Н.Д. Свиридова. – Вестник Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского (г. Донецк) . – 2016. – №5. – С.77-80.
7. Стратегия развития финансовой системы России: блок "Стимулирование модернизации экономики (банковский сектор, денежно–кредитная политика, налоги)": [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/report2_modernization_economy.pdf.

UDC 336.27

Egortseva Y.Y. On the debt burden of the regional economy

О проблемах долговой нагрузки региональной экономики

Egortseva Yuliya Yur'evna

Ogarev Mordovia State University, Saransk
yuliya_egg@mail.ru

Егорцева Юлия Юрьевна

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный
университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

Abstract. The current article deals with problems and scale of the regional debt load on the example of the heavily subsidized federal subject of the Russian Federation. The authors states the priorities of debt policy of this region in the near future, studies objective reasons of significant increase of the debt over the last years. The dynamics, structure and degree of cost-effectiveness of debts funding sources is considered in detail.

Key words: government debt, debt policy, debt load, budget deficit, fiscal credit, bank credit, subfederal bonds, state guarantees, management of public finances, deficit financing.

Аннотация. В статье исследуются проблемы и масштабы региональной долговой нагрузки на примере высокособлюдённого субъекта Российской Федерации. Авторами охарактеризована долговая политика региона, изучены объективные причины, которые привели к значительному росту долга исследуемого субъекта в последние годы, подробно рассмотрена динамика, структура, а также степень финансовой эффективности источников его финансирования.

Ключевые слова: государственный долг, долговая политика, долговая нагрузка, дефицит бюджета, бюджетный кредит, банковский кредит, региональные облигации, государственная гарантия, управление государственными финансами, финансирование дефицита

Основой финансовой стабильности государства является самообеспечение регионов и муниципальных образований. То есть каждая административно-территориальная единица имеет право на экономическую самостоятельность, существование которой невозможно без наличия у территориальной единицы собственного бюджета, а соответственно и права его составления, утверждения и выполнения без вмешательства вышестоящих органов власти. Но следует отметить, что полного бюджетного самофинансирования местных органов власти и самоуправления не наблюдается ни в одной стране мира. Существует определенная зависимость

регионов от центра, но это не означает отсутствие стабильной доходной базы местных бюджетов. Существует часть доходов, которая формируется на основе самообеспечения, а другая часть создает необходимую зависимость от центральных органов власти и представлена отчислениями от общегосударственных налогов и трансфертами.

Очевидно, что успешное решение таких задач, как обеспечение соответствия уровня и образа жизни населения государственным и другим стандартам, формирование потенциальных возможностей для использования имеющихся ресурсов, мест приложения труда, интеллекта, развитие природоресурсного и экологического потенциала, обеспечение стабильности общественно-политической и национально-этнической ситуации возможно только при условии наличия в распоряжении региона достаточного объема финансовых ресурсов.

Начиная с середины 2000-х годов в России активно шло перераспределение полномочий и ответственности между федеральным центром и субъектами РФ. Многие эксперты описывали этот процесс как передачу все большего объема социальных обязательств в зону ответственности регионов, притом что объем финансовых ресурсов у регионов прирастал куда менее быстрыми темпами.

В современных условиях доходы бюджетов многих субъектов Российской Федерации не обеспечивают необходимого объема финансовых ресурсов для решения задач их социального и экономического развития. В связи с этим перед органами власти регионов РФ стоит вопрос о поиске альтернативных источников для покрытия дефицитов, так как исполнение бюджета во многом зависит от возможности привлекать дополнительные заемные финансовые ресурсы.

В целях мобилизации финансовых ресурсов широко применяется практика долгового финансирования, где важным становится проведение

обоснованной долговой политики. Субъект РФ может привлекать кредиты и проводить эмиссию ценных бумаг. Следовательно, актуализируется вопрос формирования и реализации политики в области субфедеральных заимствований.

Долговая политика Республики Мордовия является составной частью бюджетной политики, которая определяется основными направлениями бюджетной политики Республики Мордовия на 2016 г. и на плановый период 2017 и 2018 гг.[1] Ее значимость подтверждается разработанной и реализуемой подпрограммой «Управление государственным долгом Республики Мордовия» (в рамках программы «Государственная программа повышения эффективности управления государственными финансами в Республике Мордовия на 2014-2018 годы») [2]. Основными задачами долговой политики Республики Мордовия являются: непревышение уровня государственного долга, установленного бюджетным законодательством, снижение расходов на обслуживание государственного долга и соблюдение показателей и индикаторов, установленных программой.

Одним из ключевых показателей финансового положения регионов выступает уровень долговой нагрузки. Как видно из табл. 1, Республика Мордовия занимает последнее (85-е) место в рейтинге субъектов РФ по данному показателю. Регионы ранжируются по объему долга к доходам бюджета субъекта РФ без учета безвозмездных перечислений.

Таблица 1

Рейтинг субъектов РФ по уровню долговой нагрузки

Субъект РФ	Соотношение госдолга субъекта РФ на 01.07.2016 г. к налоговым и неналоговым доходам его бюджета за 12 месяцев, %	Соотношение госдолга субъекта РФ на 01.07.2016 г. к налоговым и неналоговым доходам его бюджета за 12 месяцев, %	Объем госдолга субъекта РФ на 01.07.2016 г., млрд. руб.	Изменение госдолга за 6 месяцев 2016 г., %	Доля бюджетных кредитов в суммарном объеме госдолга субъекта РФ за 6 месяцев 2016 г., %	Доля коммерческих кредитов в суммарном объеме госдолга субъекта РФ за 6 месяцев 2016 г., %
Республика Северная Осетия - Алания	134,2	119,1	10,87	19,9	88,0	11,4
Астраханская область	134,2	111,4	29,24	12,0	48,8	51,2
Костромская область	144,2	136,7	18,78	6,2	48,1	41,5
Республика Хакасия	154,7	116,8	20,75	24,4	21,9	43,9
Республика Мордовия	199,4	182,5	40,99	13,7	51,8	30,6
Российская Федерация	35,7	36,5	2 314,5	-0,2	45,6	32,7

Составлена по: Официальный сайт РИА Рейтинг [Электронный ресурс]. IRR : <http://riarating.ru/>

Долговая нагрузка на 1 июля 2016 г. по России в целом составила 36,7 % (на 01.01.2016 г. – 36,5 %). При этом показатели по регионам существенно различались: от 0,0 % в Севастополе и Сахалинской области до 199,4 % в Республике Мордовия.

Государственный долг 14 российских регионов превышает их налоговые и неналоговые доходы. Причем число таких регионов, с каждым годом увеличивается: в 2012 г. – 2, 2013 г. – 7, 2014 г. – 10, 2015 г. – 14. У 56 субъектов РФ государственный долг превышает 50 % от объема собственных доходов регионального бюджета, из них у 37 госдолг превышает 70 %, собственных доходов, из которых у 14 субъектов РФ государственный долг превышает 100 % от объема собственных доходов.

Объем государственного долга Республики Мордовия превышает 99,4 % доходной части бюджета. Если в 2014 г. Республике Мордовия удалось снизить

госдолг с 172,0 % до 121,1 % к налоговым и неналоговым доходам, то, в 2015 г. долговая нагрузка выросла до 182,6 %, а к 1 июля 2016 г. еще на 16,8 %. Ее рост сопровождался как снижением объема собственных доходов бюджета, так и увеличением госдолга.

Резкий рост государственного долга РМ наблюдается с 2010 г. в связи с празднованием 1000-летия единения мордовского народа с народами Российского государства. Республике предусматривалось выделение средств для осуществления строительства и реконструкции дорог в виде бюджетных кредитов из федерального бюджета в размере 2 651,9 млн. руб. В 2011 г. Мордовии должны были выделить из федерального бюджета субсидии в размере 4 698,4 млн. руб. Однако фактически вместо субсидий республике были предоставлены бюджетные кредиты на строительство (реконструкцию), капитальный ремонт, ремонт и содержание автомобильных дорог общего пользования (за исключением автомобильных дорог федерального значения) на общую сумму 4 698,4 млн. руб. Кроме того, засуха 2010 г. привела к увеличению долга республики дополнительно на 2 480,0 млн. руб. и повышению расходов на его обслуживание, так как на ликвидацию последствий из федерального центра были предоставлены бюджетные кредиты на частичное покрытие дефицита с установлением платы за пользование средствами кредита в размере одной четвертой ставки рефинансирования Центрального банка РФ, а не беспроцентные бюджетные кредиты или дотации [3].

Однако государственное заимствование субъекта РФ увязывают с дефицитом его бюджета, рассматривая заем как способ его покрытия (т. е. как метод балансирования бюджета субъекта РФ), а также с погашением государственного долга. Государственное заимствование субъекта РФ предусматривает обеспечение субъекта денежными средствами, необходимыми для финансирования расходов, которые данный субъект не считает целесообразным сократить и поэтому не укладывается в доходы, собираемые с

помощью налогов и других обязательных платежей) [5].

Основные параметры республиканского бюджета представлены в табл. 2.

Таблица 2

Основные параметры республиканского бюджета РМ

	2012 (отчет)		2013 (отчет)		2014 (отчет)		2015 (план)		2016 (план)	
	млн. р.	% ВВП	млн. р.	% ВВП	млн. р.	% ВВП	млн. р.	% ВВП	млн. р.	% ВВП
Доходы, в т.ч.	36 351,3	34,8	32 091,3	25,3	35 508,0	21,1	33 164,2	14,5	38 983,6	14,9
собственные	13 497,1	12,9	17 867,9	14,1	23 592,2	14,1	19 753,4	9,2	25 861,4	11,1
безвозмездные поступления	22 854,2	21,6	14 223,4	11,2	11 915,8	7,1	13 410,8	5,4	13 122,2	4,0
Расходы	39 205,6	37,6	39 527,0	31,2	40 337,3	24,0	39 190,3	15,9	40 897,3	16,2
Дефицит	2 854,3	2,7	6 435,7	5,1	4 829,3	2,9	6 026,1	1,5	1 913,7	1,1

Составлена по: Официальный сайт Министерства финансов Республики Мордовия [Электронный ресурс]. IRR : <http://www.minfinrm.ru/>

Основные причины бюджетного кризиса субъектов Российской Федерации — общее ухудшение экономической ситуации, усиливающееся налоговое бремя со стороны федерального центра, а также возросшие расходы регионов на исполнение «майских указов». Но главная головная боль дотационных субъектов — необходимость возвращать ранее полученные кредиты, часть из которых валютные.

Высокий уровень дефицита республиканского бюджета также привел к наращиванию объема долга. Хотя, согласно представленным данным дефицит республиканского бюджета Республики Мордовия за период с 2012 г. по 2016 г. снизился, стоит учитывать, что данные за 2016 гг. плановые, и итоговые цифры могут быть отличными, причем с учетом сложной социально-экономической обстановки не в положительную сторону.

В связи с этим органы власти республики должны прилагать максимум усилий к укреплению доходной базы бюджетов, эффективному расходованию имеющихся бюджетных средств, а также к поиску относительно недорогих источников финансирования дефицита бюджета (табл. 3).

Таблица 3

Дефицит республиканского бюджета РМ, млн руб.

Показатель	2012 г. (отчет)	2013 г. (отчет)	2014 г. (отчет)	2015 г. (отчет)	2016 г. (план)
Дефицит, всего	2 854,3	6 435,7	4 829,3	6 026,1	1 913,7
Источники финансирования дефицита					
Банковские кредиты	3 355,9	-38,0	-346,7	3 099,9	-2 860,5
Облигации	0,0	3 000	0,0	2 400,0	4 400,0
Бюджетные кредиты	1 181,4	871,5	3023,5	2 000,0	220,4
Иные источники	-13,6	-1 397,3	-156,8	-2 624,5	0,0
Изменение остатков средств	-1 669,4	3 999,5	2309,3	1 150,8	153,7

Составлена по: Официальный сайт Министерства финансов Республики Мордовия [Электронный ресурс]. IRR : <http://www.minfinrm.ru/>

Таким образом, в связи с формированием несбалансированного республиканского бюджета возникает необходимость обеспечения финансирования дефицита бюджета за счет государственных заимствований (табл. 4).

Таблица 4

Динамика и структура государственного долга РМ, млн руб.

Показатель	2012 г. (отчет)	2013 г. (отчет)	2014 г. (отчет)	2015 г. (отчет)	2016 г. (план)
Предельный объем государственного долга РМ в соответствии со ст. 107 Бюджетного кодекса РФ	26 751	28 888	40 459	42 066	44 774
Объем государственного долга Республики Мордовия, всего	24 248	26 703	28 568	38 868	40 988
В том числе:					
государственные гарантии	3 013	2 262	1 451	1 880	1 825
бюджетные кредиты	12 972	13 844	16 867	19 493	21 213
облигации	0	3 000	3 000	5 400	5 400
банковские кредиты	8 263	7 597	7 250	12 095	12 550
Расходы на обслуживание государственного долга	713	1 079	1 013	1 436	1 715

Составлена по: Официальный сайт Министерства финансов Республики Мордовия [Электронный ресурс]. IRR : <http://www.minfinrm.ru/>

Если говорить об абсолютном значении государственного долга, Республика Мордовия, имея 41,0 млрд. р. на 1 июля 2016 г., занимает 70-е место из 85 российских регионов и 9-е место в Приволжском федеральном округе.

Основной формой привлечения заимствований в республике являются бюджетные кредиты, имеющие низкую стоимость обслуживания. Кроме этого, в связи с неравномерностью поступления доходов и потребностью в финансировании расходов при исполнении бюджета в течение года возникают временные кассовые разрывы, основным видом покрытия которых являются бюджетные кредиты. Короткий срок (6 месяцев в пределах бюджетного года) и низкая процентная ставка (0,1 % годовых) по бюджетным кредитам позволяют значительно снизить расходы на обслуживание долга. Доля федеральных кредитов в общем объеме долга превышает 50 %.

Стоимость рыночных заимствований значительно возросла в 2014 г. Это связано с повышением уровня процентных ставок за пользование средствами кредита.

Объем бюджетных (федеральных) кредитов имеет устойчивую тенденцию к увеличению в абсолютном выражении. Однако динамика объема кредитов от кредитных организаций, полученных Республикой Мордовия, за 2012 – 2016 гг. не имеет определенного направления (рис. 1).

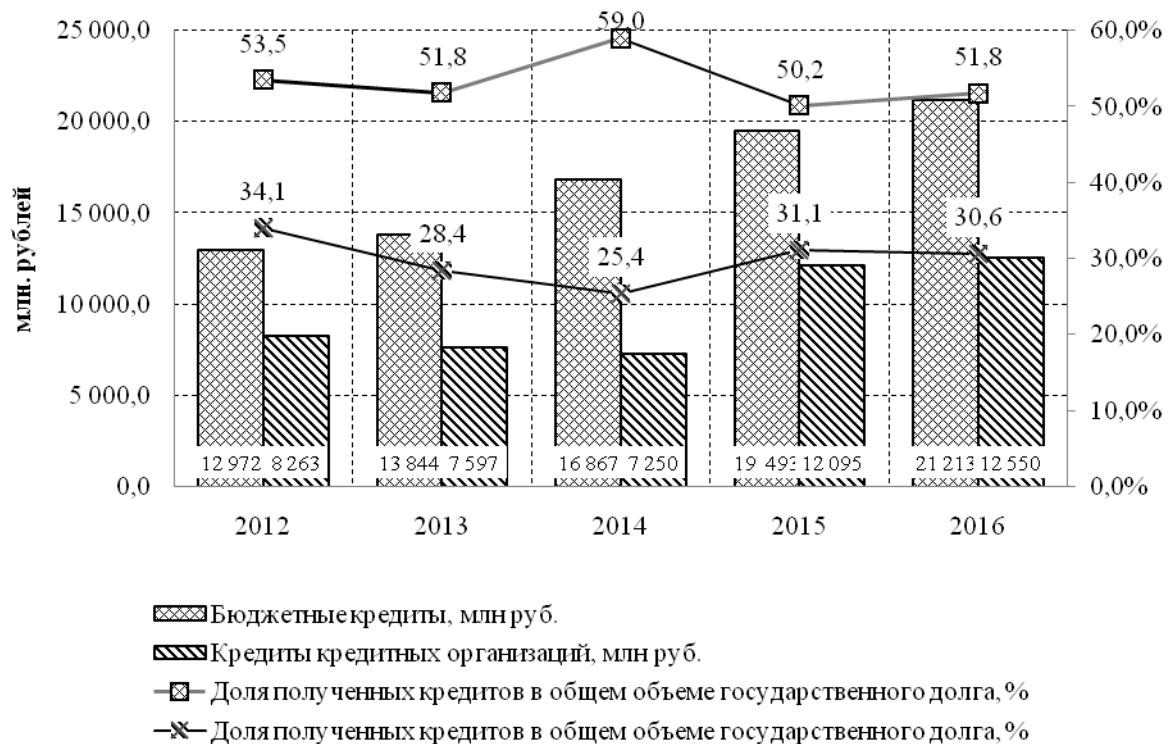


Рисунок 1. Объем полученных кредитов и их доля в государственном долге
Республики Мордовия

В рамках сформировавшейся в России системы государственных финансов, предполагающей значительные объемы перераспределения денежных потоков между бюджетами различных уровней и высокий уровень зависимости региональных бюджетов от федерального бюджета, эмиссия облигаций рассматривается ими как один из способов финансирования бюджетного дефицита, который имеет систематический характер. Актуальность облигационного финансирования текущих расходов региональных бюджетов резко возросла в последние несколько лет, когда в рамках реализации «майских» указов Президента РФ нагрузка на региональные бюджеты заметно возросла, а их доходы в результате замедления темпов роста отечественной экономики сократились, что объективно привело к росту масштабов бюджетного дефицита на уровне отдельных регионов и, соответственно, «подтолкнуло» их к выходу на облигационный рынок⁶. Причем некоторые

субъекты РФ (в том числе Республика Мордовия) провели размещение дебютных выпусков облигаций.

В республике в целях снижения расходов на обслуживание государственного долга проведена работа по выходу на публичный рынок заимствований, в результате чего впервые республике в 2013 г. присвоен международный кредитный рейтинг международным рейтинговым агентством Moody's. Наличие данного рейтинга позволяет Банку России включать субфедеральные облигации в Ломбардный список, что способствует спросу на них со стороны кредитных организаций. Кроме того, согласно инструкции Банка России, при вложении в облигации субъектов РФ банки испытывают меньшее давление на капитал (по сравнению с корпоративными облигациями) [5]. В 2013 г. осуществлен дебютный выпуск облигаций Республики Мордовия в объеме 3 млрд руб. на 5-летний срок со ставкой купона в размере 9,25 % годовых. Привлеченный объем средств в результате эмиссии государственных облигаций Республики Мордовия выпуска 2013 г. позволил республике сэкономить средства на обслуживание по сравнению с действовавшими условиями кредитных договоров, а также провести работу по снижению процентных ставок по заключенным на тот момент кредитным договорам до уровня 9,25 % годовых.

Наличие кредитного рейтинга и внесение облигационных выпусков Республики Мордовия в котировальный список высшего уровня («Фондовая биржа ММВБ») определяет спрос на данные ценные бумаги со стороны институциональных инвесторов (негосударственных пенсионных фондов, управляющих компаний и др.).

Однако, если в 2013 г. агентством Moody's республике был присвоен первоначальный рейтинг эмитента по глобальной шкале в иностранной и национальной валютах на уровне B1 с прогнозом «стабильный», то в 2015 г. оно понизило положение Мордовии до уровня B2 с прогнозом «негативный».

Долговые обязательства с рейтингом В рассматриваются как спекулятивные и подвержены высокому кредитному риску.

В результате, существенный объем выпущенных облигаций не позволил сократить объем расходов на обслуживание долговых обязательств, который с 2012 г. значительно увеличился.

Государственные гарантии являются одной из форм заимствований, обуславливающей повышение инвестиционной привлекательности региона. Учитывая высокие риски гарантийных обязательств, в республике проводится политика, направленная на ограничение и сокращение доли условных обязательств в структуре государственного долга. В итоге объем государственного долга Республики Мордовия по государственным гарантиям имеет тенденцию к уменьшению в абсолютном и относительном выражении. Если в 2012 г. на долю государственных гарантий приходилось около 12,4 % всех долговых обязательств субъекта, то в 2016 г. этот показатель уменьшился до 3,2 % (рис. 2).



Рисунок 2. Объем предоставления государственных гарантий и их доля в государственном долге Республики Мордовия

Изменение сложившейся негативной ситуации с государственным долгом Республики Мордовия возможно только в случае активизации механизма финансового самообеспечения за счет роста собственных доходов регионального и местных бюджетов. Однако в регионе практически исчерпаны резервы увеличения собственных доходов за счет улучшения их администрирования. Действующая в республике модель межбюджетных отношений, в соответствии с которой объем финансовой помощи местным бюджетам увеличивается в случае увеличения их собственных доходов, стимулирует заинтересованность муниципальных образований в развитии собственной доходной базы. В связи с этим с начала 2000-х гг. в муниципалитетах была проведена большая работа по снижению недоимки, выведению доходов из «тени». В настоящее время резервов в этом направлении практически нет [4].

Таким образом, темпы роста государственного долга Республики Мордовия на фоне стагнирующей экономики и проблем с наполняемостью бюджетов налогами только ускорятся, и без принятия дополнительных мер региону вряд ли удастся улучшить ситуацию. В таких условиях структура государственного долга будет постепенно меняться за счет увеличения доли бюджетных кредитов и сокращения заимствований через долговые инструменты и коммерческие кредиты. Впрочем, в силу ограниченности бюджетного финансирования, не следует ожидать полного замещения коммерческих кредитов.

Для регионов с высоким уровнем долговой нагрузки необходима федеральная поддержка. В связи с этим Министерство финансов РФ установило на 2016 г. лимит бюджетных кредитов регионам на покрытие дефицита в размере 140 млрд руб. Министерство также планирует выделить регионам 120 млрд руб. федеральных кредитов на рефинансирование ранее выданных бюджетных кредитов и частичное замещение долговых обязательств регионов,

подлежащих погашению в 2016 г. Эти меры, безусловно, полезны, но в полной мере проблему не решат.

References

1 Об Основных направлениях бюджетной политики Республики Мордовия на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов : Указ Главы Республики Мордовия от 31 августа 2015 г. № 304-УГ [Электронный ресурс]. IRR : <http://www.garant.ru/hotlaw/mordovia/649216/>

2 Об утверждении государственной программы повышения эффективности управления государственными финансами в Республике Мордовия на 2014 – 2018 годы : Постановление Правительства Республики Мордовия от 21 октября 2013 г. № 475 (с изменениями на 15.02.2015) [Электронный ресурс]. IRR : <http://docs.cntd.ru/document/460282487>

3 Об Основных направлениях долговой политики Республики Мордовия на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов : Указ Главы Республике Мордовия от 19 августа 2015 г. № 294-УГ [Электронный ресурс]. IRR : <http://base.garant.ru/9063950/>

4 Ст.: Николаев К. Н. Комплексное исследование социально-экономического развития муниципальных образований Республики Мордовия // Вестник НИИГН. 2012. №4 (24). С. 14-22.

5 Ст.: Солдаткин С. Н. Эффективность региональной долговой политики через призму инвестиционной активности // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 30 (405). С. 46–57.

6 Ст.: Щербаков А. Н., Ермакова Е. А. Роль субфедеральных облигаций в обеспечении сбалансированности региональных бюджетов // Наука и общество. 2014. № 3 (18). – С. 127–133.

7 Официальный сайт Министерства финансов Республики Мордовия [Электронный ресурс]. IRR : <http://www.minfinrm.ru/>

8 Официальный сайт Министерства финансов Республики Мордовия
[Электронный ресурс]. IRR : <http://www.minfinrm.ru/>

9 Официальный сайт РИА Рейтинг [Электронный ресурс]. IRR :
<http://riarating.ru/>

UDC 336.763.31

Gasratova M.I. The state of the bond market of the Russian Federation

Состояние рынка облигаций РФ

Gasratova Malvina Isabalaevna

Dagestan state University

Makhachkala

mgasratova@inbox.ru

Гасратова Мальвина Исабалаевна

ФГБОУ Дагестанский государственный университет

г. Махачкала

Abstract: This article analyzes the dynamics of the volume issued in the domestic market of debt securities in local and foreign currency for the period 2012-2015. and dynamics of debt, and available-for-sale for the period 2011-2015., as well as reviewed dynamics of OFZ yield and corporate bonds in the period of 2011-2015. There is an analysis of dept market in Russia of the 1-4 quarter of 2016.

Keywords: bond; stocks and bonds market; debt securities; BFL; corporate bonds.

Аннотация: В данной статье проанализирована динамика объема выпущенных на внутреннем рынке облигаций в национальной и иностранной валюте за период 2012-2015 гг. и динамика долговых обязательств, имеющих в наличии и для продажи за период 2011-2015 гг., рассмотрена динамика доходности ОФЗ и корпоративных облигаций за период 2011-2015 гг. Приводится анализ долгового рынка России за 1-4 квартал 2016 г.

Ключевые слова: облигация; рынок ценных бумаг; долговые ценные бумаги; ОФЗ; корпоративные облигации.

Рынок ценных бумаг является одним из важнейших составляющих частей финансового рынка любого государства. От уровня развития рынка ценных бумаг в стране во многом зависит развитие и повышение конкурентоспособности экономики. Рынок ценных бумаг способствует привлечению денежных средств одними экономическими субъектами путем продажи ценных бумаг и вложению денежных средств другими экономическими субъектами с целью получения экономической выгоды в форме процентов или дивидендов через определенный срок. Особенностью рынка ценных бумаг Российской Федерации на сегодняшний день является очень высокий объем государственных долговых обязательств. Данная

тенденция приводит к тому, что компании с меньшими уставными капиталами не могут конкурировать с государственными компаниями и компаниями с государственным участием и уходят с рынка. А это, в свою очередь, приводит к снижению рыночной конкуренции на рынке ценных бумаг в Российской Федерации.

Целью данной статьи является анализ рынка облигаций в Российской Федерации и в данной статье решены следующие задачи:

1. Проанализирована динамика объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной и иностранной валюте за период 2012-2015 гг.
2. Проанализирована динамика долговых обязательств, имеющих в наличии и для продажи за период 2011-2015 гг.
3. Рассмотрена динамика доходности ОФЗ и корпоративных облигаций за период 2011-2015 гг.

Материалы и методы: исследования и последующие выводы были построены на основании изученного материала, законодательных актов, учебников и научных статей отечественных и зарубежных ученых по соответствующей проблематике.

В процессе написания статьи нами были использованы следующие методы научного познания:

1. Абстракции и конкретизации (при проведении анализа динамики доходности ОФЗ и корпоративных облигаций за период 2011-2015 гг.).
2. Методы анализа и синтеза (при проведении анализа динамики объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной и иностранной валюте за 2012-2015 гг. и динамики

долговых обязательств, имеющихся в наличие и для продажи за 2011-2015 гг.).

Главная особенность облигации состоит в том, что она является долговой ценной бумагой. В соответствии со статьей 816 Гражданского кодекса Российской Федерации "облигация рассматривается как ценная бумага, удостоверяющая право ее держателя на получение от лица, выпустившего облигацию, в предусмотренный ею срок номинальной стоимости облигации или иного имущественного эквивалента. Облигация предоставляет ее держателю также право на получение фиксированного в ней процента от номинальной стоимости облигации либо иные имущественные права" [1].

В соответствии со статьей 2 Федерального закона "О рынке ценных бумаг" "облигация рассматривается как эмиссионная ценная бумага, закрепляющая право ее владельца на получение от эмитента облигации в предусмотренный в ней срок ее номинальной стоимости или иного имущественного эквивалента. Облигация может также предусматривать право ее владельца на получение фиксированного в ней процента от номинальной стоимости облигации либо иные имущественные права" [2].

За период с 01.10.2013 года по 01.01.2016 года объем выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной и иностранной валюте показал рост на 47,70% с 9156,76 млрд. руб. на 01.10.2013 года до 13524,60 млрд. руб. на 01.01.2016 года.

Динамика объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной и иностранной валюте за период 2012-2015 гг. представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Динамика объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной и иностранной валюте за период 2012-2015 гг.

Показатель	01.10. 2013	01.01. 2014	01.01. 2015	01.10. 2015	01.01. 2016
1	2	3	4	5	6
Объем выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной и иностранной валюте, млрд. руб.	9156,76	9638,91	12082,90	13001,13	13524,60
Темп роста объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной и иностранной валюте к показателю 01.10.2013 года	100%	105,27%	131,96%	141,98%	147,70%
Темп роста объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной и иностранной валюте к показателю предыдущего года	100%	105,27%	125,36%	107,60%	104,03%
Объем выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной валюте, млрд. руб.	9096,61	9578,04	11927,65	12838,21	13217,79
Темп роста объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной валюте к показателю 01.10.2013 года	100%	105,29%	131,12%	141,13%	145,30%
Темп роста объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной валюте к показателю предыдущего года	100%	105,29%	124,53%	107,63%	102,96%
Объем выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в иностранной валюте, млрд. руб.	60,15	60,86	155,25	162,92	306,81
Темп роста объема выпущенных на	100%	101,18%	258,10%	270,86%	510,07%

внутреннем рынке долговых ценных бумаг в иностранной валюте к показателю 01.10.2013 года					
Темп роста объема выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в иностранной валюте к показателю предыдущего года	100%	101,18%	255,09%	104,94%	188,32%

Источник: составлено по данным [3]

За период с 01.10.2013 года по 01.01.2016 года объем выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в национальной валюте увеличился на 45,30% с 9096,61 млрд. руб. на 01.10.2013 года до 13217,79 млрд. руб. на 01.01.2016 года. Объем выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг в иностранной валюте за аналогичный период увеличился на 410,07% с 60,15 млрд. руб. на 01.10.2013 года до 306,81 млрд. руб. на 01.01.2016 года. Это было обусловлено резким ростом валютного курса в стране и обесцениванием национальной валюты.

За период 2011-2015 гг. долговые обязательства Правительства Российской Федерации показали значительный рост на 218,95% с 333 145 млн. руб. в 2011 году до 1 062 550 млн. руб. в 2015 году. Долговые обязательства прочих эмитентов Российской Федерации наоборот показали снижение на 14% с 407 млн. руб. в 2011 году до 350 млн. руб. в 2015 году. Это было обусловлено кризисными явлениями в экономике страны, санкционной политикой против Российской Федерации, снижением цен на нефть на мировых рынках, а также необходимостью государства привлечения дополнительных финансовых ресурсов с целью поддержания экономики Российской Федерации. Динамика долговых обязательств, имеющих в наличии и для продажи, за период 2011-2015 гг. представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Динамика долговых обязательств, имеющих в наличии и для продажи
за период 2011-2015 гг.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
Долговые обязательства Правительства Российской Федерации, млн. руб.	333145	370593	364063	368160	1062550
Темп роста долговых обязательств Правительства Российской Федерации к показателю 2011 года	100%	111,24%	109,28%	110,51%	318,95%
Темп роста долговых обязательств Правительства Российской Федерации к показателю предыдущего года	100%	111,24%	98,24%	101,13%	288,61%
из них облигации федеральных займов (ОФЗ), млн. руб.	183926	217324	215638	150577	551200
Темп роста облигаций федеральных займов (ОФЗ) к показателю 2011 года	100%	118,16%	117,24%	81,87%	299,69%
Темп роста облигаций федеральных займов (ОФЗ) к показателю предыдущего года	100%	118,16%	99,22%	69,83%	366,06%
облигации внешних облигационных валютных займов Российской Федерации (еврооблигации Российской Федерации), млн. руб.	148812	152858	148425	217583	511000
Темп роста облигаций внешних облигационных валютных займов Российской Федерации (еврооблигаций Российской Федерации) к показателю 2011 года	100%	102,72%	99,74%	146,21%	343,39%
Темп роста облигаций внешних облигационных валютных займов Российской Федерации (еврооблигаций Российской Федерации) к показателю	100%	102,72%	97,10%	146,59%	234,85%

предыдущего года					
Долговые обязательства прочих эмитентов Российской Федерации, млн. руб.	407	411	413	252	350
Темп роста долговых обязательств прочих эмитентов Российской Федерации к показателю 2011 года	100%	100,98%	101,47%	61,92%	86,00%
Темп роста долговых обязательств прочих эмитентов Российской Федерации к показателю предыдущего года	100%	100,98%	100,49%	61,02%	138,89%

Источник: составлено по данным [3]

За период 2011-2015 гг. облигации федеральных займов (ОФЗ) показали рост на 199,69% с 183 926 млн. руб. в 2011 году до 551 200 млн. руб. в 2015 году. Облигации внешних облигационных валютных займов Российской Федерации (еврооблигации Российской Федерации) за аналогичный период показали рост на 243,39% с 148812 млн. руб. в 2011 году до 511000 млн. руб. в 2015 году.

За период 2011-2015 гг. доходность ОФЗ изменилась с 6,71% в 2011 году до 11,26% в 2015 году. Причем наибольший рост наблюдался в 2014 году и составил 14,36%. Доходность корпоративных облигаций за аналогичный период также показала изменение с 13% в 2011 году до 14,86% в 2015 году. Причем наибольший рост также наблюдался в 2014 году. Динамика доходности ОФЗ и корпоративных облигаций за период 2011-2015 гг. представлена в таблице 3.

Таблица 3.

Динамика доходности ОФЗ и корпоративных облигаций за период 2011-2015 гг.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
Доходность ОФЗ, %	6,71	6,58	7,15	14,36	11,26
Абсолютное отклонение доходности ОФЗ, %		-0,13	0,57	7,21	-3,1
Доходность корпоративных облигаций, %	13	8,56	8,39	15,65	14,86
Абсолютное отклонение доходности корпоративных облигаций, %		-4,44	-0,17	7,26	-0,79

Источник: составлено по данным [3]

Со второй половины 2012 года основным фактором, который изменял доходность ОФЗ, были оптимистичные ожидания участников рынка ценных бумаг относительно снятия санкций Европейского Союза и США против Российской Федерации или частичная их отмена. Несмотря на высокие ставки денежного рынка в тот период наблюдалось снижение доходности ОФЗ.

За период 2013 года влияние на доходность ОФЗ и корпоративных облигаций оказывала ситуация на денежном рынке Российской Федерации. В этот период на денежном рынке наблюдалось повышение ликвидности у коммерческих банков, что повлияло на снижение доходности ОФЗ и корпоративных облигаций.

За период 2014 года в результате повышения уровня инфляции, а также ухудшения экономической ситуации в стране повысились риски инвестирования в финансовые активы на рынке ценных бумаг в Российской Федерации, а следовательно и повысились премии за риски инвестирования в отечественные активы. Это способствовало росту доходности ОФЗ и корпоративных облигаций в 2014 году и приближению их к своим максимумам

за период с 2008 года. В конце 2014 года в результате стабилизации ситуации на денежном и валютном рынке страны, снижению резких колебаний курсов иностранных валют наблюдалось снижение доходности ОФЗ и корпоративных облигаций на рынке ценных бумаг в Российской Федерации.

Ситуация на глобальном рынке облигаций в течение 2016 года развивалась, несмотря на противоречивые и преимущественно негативные прогнозы в начале года, достаточно стабильно. Облигации развивающихся рынков, и российского рынка в том числе, прилично подорожали в текущем году. Своим ростом они обязаны стабилизации ЕМ-валют, низким инфляционным ожиданиям во всем мире, нерешительности Федрезерва и аккомодационным политикам ЕЦБ и Банка Японии после распродажи на рынках акций в начале года. Тем не менее эта осень богата на "нервные" для инвесторов события – и выборы президента США, итоги которых с трудом поддаются прогнозированию, и саммит ОПЕК в конце ноября, который может серьезно повлиять на динамику нефтяных цен, и ожидание повышения ставки ФРС США в конце года, и нерешенный сирийский конфликт... В целом рынок остается достаточно нервным. Большую часть октября рынок рублевого долга пребывал в негативе, растущая к концу года неопределенность сдерживает активность участников долгового рынка. Эксперты прогнозируют дальнейшее снижение рублевых ставок в 2017 году.

Роман Насонов: ведущий аналитик "Промсвязьбанка"

«На наш взгляд, в настоящее время рост ожиданий повышения ставки ФРС является одной из главных причин наблюдаемого в последний месяц снижения цен на российские локальные и евробонды, а текущие уровни доходностей уже во многом учитывают данную возможность. Вероятность повышения ставки на декабрьском заседании сейчас оценивается рынком на уровне 72,5% против 51% месяцем ранее. Полагаем, что если макроэкономическая статистика по США продолжит выходить в

благоприятном ключе, длинные облигации в ближайшее время еще могут подешеветь на 1-1,5 п.п. Само же повышение ставки в этом случае навряд ли сильно отразится на котировках ценных бумаг».

По итогам ноябрьского аукциона по размещению гособлигаций Минфин РФ полностью реализовал весь объем предложенных гособлигаций. Объем спроса на дебютный выпуск облигаций с плавающим купоном серии 29012 был максимальным в текущем году и составил 90,2 млрд руб. На мой взгляд, такой объем спроса был обусловлен повышенными ожиданиями относительно предложения привлекательной доходности по данному инструменту со стороны министерства. ОФЗ серии 26217 были проданы на сумму 10 млрд руб. На текущий момент облигации данного выпуска дорожают вслед за российским рублем и их доходность составляет 8,83%.

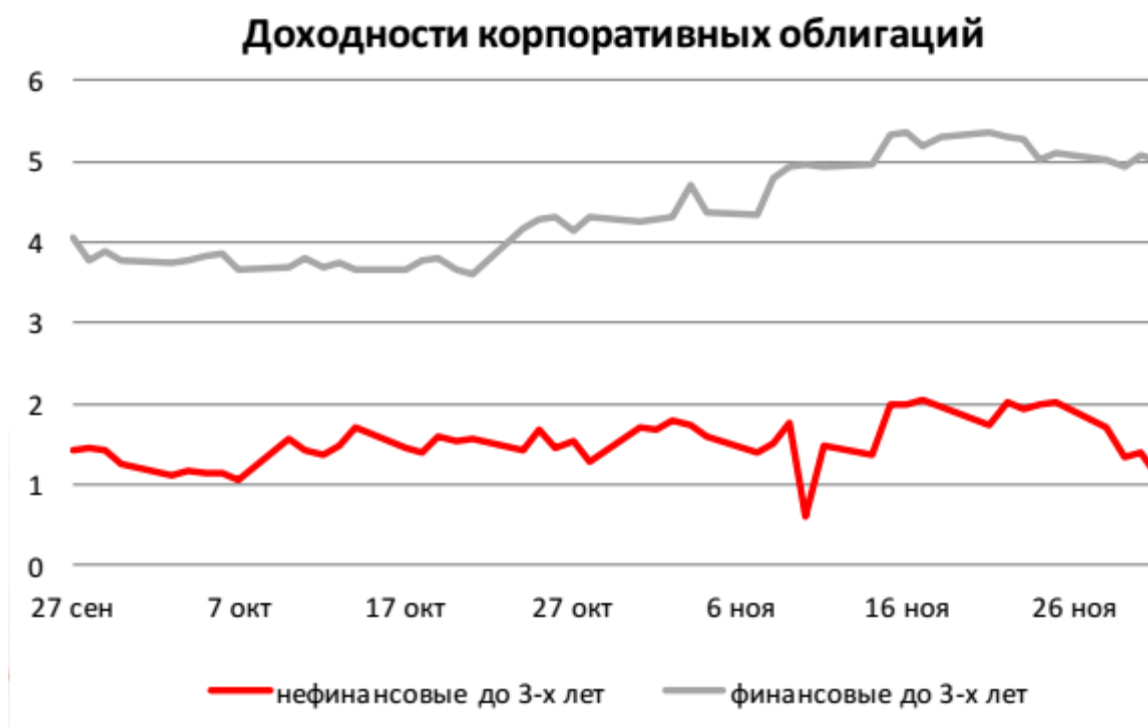


Рисунок 1. Доходности корпоративных облигаций

References

1. Гражданский кодекс Российской Федерации № 51-ФЗ от 30 ноября 1994 года [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система "Консультант Плюс". – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 года № 39-ФЗ [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система "Консультант Плюс". – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>

UDC 336.717.3

Rykov S.V. Principles of interest rate policy and the interest paid to the depositors of the credit institution

Принципы процентной политики и виды процентов выплачиваемых вкладчикам кредитной организацией

Rykov Sergey Vladimirovich

Voronezh Institute of Law & Economics (VILEC), Stary Oskol branch

Рыков Сергей Владимирович

Филиал автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования «Воронежский экономико-правовой институт» в г. Старый Оскол

Abstract. Interest rate policy of financial and credit organizations as a strategy — a system of methods and techniques for the planning of the functioning of bank on the basis of forecast interest rates on banking operations. The article considers the principles of interest rate policy of bank and interest charged to customers of bank.

Keywords. Interest rate policy, deposit, bank, resources, interest rate risk.

Аннотация. Процентная политика финансово-кредитной организации как стратегия — это система методов и приемов планирования функционирования банка на основе прогноза процентных ставок по банковским операциям. В статье рассмотрены принципы процентной политики банка, а также виды процентов начисляемые клиентам банка.

Ключевые слова. Процентная политика, депозит, банк, ресурсы, процентный риск.

По нашему мнению, депозитная процентная политика является основным инструментом стратегии банка по привлечению ресурсов, главной целью которой является максимизация процентных доходов и минимизация процентного риска с учетом выполнения следующих задач: обеспечения привлекательности и доходности банковских депозитных услуг.

Обеспечить привлекательность для клиента, например, такой услуги как вклады, одновременно с доходностью для банка от этой операции непросто, так как необходимо руководствоваться принципами в области установления депозитных процентных ставок. Так, Л.Г. Батракова выделяет основные принципы процентной политики банка: «содействие получению прибыли; регулирование значений процентных ставок по депозитным и ссудным

операциям и установление их на уровне, обеспечивающем рентабельность банковских операций и эластичность к издержкам; обеспечение взаимосвязи и согласованности между депозитными операциями и операциями по выдаче ссуд по срокам и суммам; поддержание ликвидности баланса; минимизация процентного риска». [1, с.103]

Ученый, исследователь О.Ю. Свиридов выделяет главные принципы организации и формирования процентной политики: «имеется достаточно тесная связь с коммерциализацией деятельности финансово-кредитных организаций; регулирование в один и тот же временной период процентных ставок по активным операциям и пассивным операциям; установление дифференцированного уровня процентных ставок, которые обеспечивают рентабельность операций кредитной организации, а также последовательность уплаты по договорным условиям».[3]

На наш взгляд, исходя из этого, можно определить основные принципы процентной политики банка:

- гибкость по установлению процентных ставок;
- дифференцированный характер процентных ставок;
- привлекательность процентных ставок для клиентуры;
- сбалансированность ставок по процентам;
- управление ставками по начисляемым процентам.

Принцип гибкости процентных ставок предполагает появление возможности, оперативного их изменения в меняющихся условиях, происходящих на финансовых рынках.

Принцип дифференцированности необходим в применении при разработке и установлении ставок на конкретный банковский продукт или финансово-кредитную услугу, в зависимости от разнообразных факторов, таких как: вид, срок, цели кредита, сфера кредитования и т.д.

Принцип привлекательности имеет место быть на этапе реализации и внедрения процентных ставок, учитывая категории физических лиц, а также юридических лиц и сопоставимые ставки банков-конкурентов.

Сбалансированность ставок по процентам означает установление ставок по пассивным операциям, активным операциям, опираясь на сроки и объемы.

Управление ставками по начисляемым процентам подразумевает регулирование и контроль процентных ставок, в результате осуществления оценки процентного риска и реализации комплекса мер по его стабилизации и последующего снижения.

В действительности процент по депозитам компенсируют такой вид рисков, который имеют физические лица по денежным средствам, размещая их во вкладах в коммерческом кредитном институте. Учитывая данный факт, осуществляемая банком процентная политика по депозитам должна обеспечивать максимально возможный положительный результат кредиторам от размещения временно высвобождающихся денежных ресурсов для проведения кредитной организацией финансовых операций при обеспечении минимальных затрат и расходов.

Процентная политика по депозитам должна придерживаться объективности и обоснованности при установлении процентов по предлагаемым населению видам вкладов. Также, есть необходимость в тесной увязки процентов по депозитам с процентными ставками по активным операциям кредитной организации. В этих условиях может поддерживаться необходимый уровень ликвидности клиента и финансово-кредитной организации.

По операциям с депозитами осуществляется дифференциация процентных ставок, в соответствии с разнообразными критериями по группам вкладчиков с целью увеличения социально-экономической защищенности малоимущего слоя населения.

Весомое значение придается формированию ставок процентов, по депозитным услугам исходя от степени риска, который принимает на себя кредитная организация, а также стратегии маркетинга и целей банка. Финансово-кредитные организации которые стремятся снизить в своих пассивах долю депозитов снижают процентные выплаты, и также в другую сторону, пытаясь привлечь депозиты в крупных денежных объемах на длительный период, банки зачастую предлагают клиентам высокого уровня процентные ставки так как преобладание срочных депозитов в источниках формирования банковских ресурсов позволит им осуществить эффективное управление платежеспособностью и ликвидностью. Необходимый и приемлемый уровень части срочных депозитов в совокупном объеме пассивов должен составлять не менее 60%.

Срочные депозиты являются наиболее прогнозируемой частью заемных ресурсов, что дает осуществлять кредитование на более длительные сроки и, следовательно, под более высокий процент.

Повышение уровня процентных ставок по депозитам (вкладам) имеет не только экономическое значение, но и социальное. В условиях инфляции трудно обеспечить защиту интересов вкладчиков, а следовательно, они не заинтересованы в помещении средств на длительное хранение. Поэтому депозитная процентная политика банков должна увязываться с комплексным обслуживанием клиента.[2, с.323]

Возможность минимизировать процентные издержки по депозитам зависит от реакции отдельных групп вкладчиков на изменения ставок по депозитам. Чем чувствительнее определенные группы вкладчиков к изменению процентных ставок, тем труднее минимизировать процентные издержки по депозитам. Определению спроса на депозиты по степени чувствительности к ставке помогает сегментирование рынка депозитных услуг. Варьируя

депозитные ставки по различным сегментам, банки получают возможность сократить издержки по депозитам.

Процентная политика коммерческого банка, связанная с коммерциализацией его деятельности, должна:

- содействовать получению прибыли или созданию условий для ее получения в будущем;
- регулировать значения процентных ставок по депозитам и ссудным операциям и устанавливать их на уровне, обеспечивающем рентабельность банковских операций;
- обеспечивать взаимосвязь и согласованность между депозитными операциями и операциями по выдаче ссуд по срокам и суммам;
- поддерживать ликвидность баланса;
- минимизировать процентный риск.

Проценты, выплаченные вкладчикам, составляют основную часть процентных расходов банка. В банковской практике различают следующие виды процентов:

- начисленные проценты по пассивным операциям банка, связанным с привлечением средств, — проценты, причитающиеся к уплате клиентам банка;
- причисленные проценты — проценты, зачисленные банками на счета банковского вклада (депозита), в том числе по не востребовавшимся суммам вклада в установленный договором срок и увеличивающие сумму вклада или остатка по счету, на которую в дальнейшем начисляются проценты;
- проценты, уплаченные по пассивным операциям, — проценты, зачисленные на счета клиентов или выплаченные физическим лицам через кассу банка;
- просроченные обязательства банка по уплате процентов — проценты, начисленные банком-заемщиком по привлеченным денежным

средствам в пользу физических или юридических лиц, но не выплаченные в установленные договором сроки.



Рисунок 1 - Динамика максимальной процентной ставки (по вкладам в российских рублях) десяти кредитных организаций, привлекающих наибольший объём депозитов физических лиц

Проценты по привлеченным средствам выплачиваются в денежной форме: юридическим лицам — только в безналичном порядке, физическим лицам — в безналичном порядке и наличными денежными средствами без ограничения суммы на основании приходных (расходных) кассовых ордеров.

Проценты могут начисляться по формулам простых или сложных процентов. Если в договоре не указывается способ начисления процентов, то они начисляются по формуле простых процентов с использованием фиксированной процентной ставки.

Сумма дохода на депозит зависит от суммы вклада, срока его возврата и процентной ставки. Интервал времени, за который начисляются проценты,

называют периодом начисления. Проценты могут выплачиваться по мере их начисления или присоединяться к сумме долга.

References

1. Батракова Л. Г. Анализ процентной политики коммерческого банка: Учебное пособие. – М.: Логос, 2012. – 152с.: ил.
2. Белоглазова, Г. Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка : учебник для бакалавров / Г. Н. Белоглазова [и др.] ; под ред. Г. Н. Белоглазовой, Л. П. Кроливецкой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 652 с.
3. Свиридов О.Ю. Особенности формирования клиентоориентированной модели развития российских банков // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – том 6. – №3. – часть 3.

UDC 33

Schepantsova M.Yu. Improving internal control in credit institutions

Совершенствование внутрибанковского контроля в кредитных организациях

Shchepantsova Marina Yurievna

Kazan university of innovation, Kazan
marina-080893@mail.ru

Supervisor: PhD, associate professor **Kharisov G.A.**

Щепанцова Марина Юрьевна

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова, г.Казань
Н.рук.:к.э.н., доцент Харисов Г.А.

Abstract. Theoretical basis. Legislative framework. State control in Russian banks. Ways of improving.

Keywords. Control. Efficiency. Monitoring. Bank. Perspective

Аннотация. Теоретические основы. Законодательные основы. Состояние контроля в российских банках. Направления совершенствования

Ключевые слова. Контроль. Эффективность. Мониторинг. Банк. Перспектива

Проблема организации внутрибанковского контроля – одна из наиболее актуальных проблем для российской банковской системы. Требование об организации эффективно функционирующей системы внутреннего контроля, отвечающей масштабам и специфике деятельности конкретного коммерческого банка, давно перестало быть только нормативным требованием Банка России. В настоящее время назрела острая необходимость в развитии и более эффективной организации внутреннего контроля, как для отечественной банковской системы в целом, так и каждого конкретного банка в частности. Она вызвана конкуренцией на банковском рынке, где цена ошибки может стоить для банка потерей доверия клиентов и партнеров.

Процесс построения эффективной системы внутрибанковского контроля, отвечающей характеру и масштабам проводимых банком операций, не может быть одномоментным, так как требует не только денежных затрат, но и понимания значимости всех контрольных процессов (перераспределение

полномочий, актуализация внутренних нормативных документов, выработка систем оценки и прочее). Также необходимо отметить низкую эффективность функционирующего внутреннего контроля в коммерческих банках, о чем свидетельствуют многочисленные отзывы Банком России лицензий у коммерческих банков за нарушение ими требований законодательства в области противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма и других требований законодательства. В сложившейся обстановке весьма актуальной представляется необходимость развития теории и методики внутреннего аудита.

Информационной базой исследования послужили законодательные акты, регулирующие организацию внутреннего контроля в Российской Федерации, нормативные акты Банка России по регулированию внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах, а также по организации мониторинга и оценки состояния внутреннего контроля, и рекомендации Банка России по проведению тематических проверок отдельных направлений деятельности коммерческих банков.

В системе регулирования банковских операций, как известно, надзор базируется на двух уровнях – внешний, когда те или иные проверки и меры осуществляют сторонние пользователи для кредитной организации (регулятор – Банк России, аудиторские компании), и внутренний – когда контроль осуществляется внутренними службами, созданными в банках.

Вопрос необходимости внутрибанковского (внутреннего) контроля в банках оправдывает себя уже на протяжении многих лет, несмотря на определенную затратность данного процесса, в виде формирования штата сотрудников, призванных осуществлять внутренний контроль и прочих расходов. Более того внутрибанковский контроль регламентирован законодательно, в частности отдельные аспекты касаются организации и построения внутреннего контроля в банках упомянуты в Федеральном законе

от 10.07.2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», Федеральном законе от 2.12.1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» и других нормативно-правовых актах. Подробнее весь процесс организации внутреннего контроля в кредитных организациях представлен в Положении Центрального банка Российской Федерации от 16.12.2003 г. № 242-П «Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах» (далее – Положение ЦБ РФ № 242-П).

В пункте 1.1. Положения ЦБ РФ № 242-П сказано, что внутренний контроль – деятельность, осуществляемая банком, его органами управления, подразделениями и служащими, и направленная на достижение целей, определенных ниже:

- эффективности и результативности финансово-хозяйственной деятельности при совершении банковских операций и других сделок, эффективности управления активами и пассивами, включая обеспечение сохранности активов, управления банковскими рисками;

- достоверности, полноты, объективности и своевременности составления и представления финансовой, бухгалтерской, статистической и иной отчетности (для внешних и внутренних пользователей), а также информационной безопасности (защищенности интересов (целей) банка в информационной сфере, представляющей собой совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом отношений);

- соблюдения нормативных правовых актов, стандартов саморегулируемых организаций (для профессиональных участников рынка ценных бумаг), учредительных и внутренних документов кредитной организации;

– исключения вовлечения банка и участия ее служащих в осуществлении противоправной деятельности, в том числе легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма, а также своевременного представления в соответствии с законодательством Российской Федерации сведений в органы государственной власти и Банк России.

Разумеется, что для осуществления внутрибанковского контроля необходимо иметь определенные системы, понятие которой дано в Положении ЦБ РФ № 242-П. Во-первых, в пункте 1.1. Положения ЦБ РФ № 242-П отмечается, что система внутреннего контроля – это совокупность системы органов и направлений внутреннего контроля, обеспечивающая соблюдение порядка осуществления и достижения целей, установленных законодательством России, Положением ЦБ РФ № 242-П, учредительными и внутренними документами кредитной организации. Основными задачами системы внутрибанковского контроля являются: принятие своевременных и эффективных решений, направленных на недопущение и устранение выявленных нарушений в деятельности банка, на выполнение требований по эффективному управлению рисками банковской деятельности, на сохранность активов банка и надлежащее состояние отчетности, позволяющей получить адекватную информацию о деятельности банка и связанных с ней рисках [5, с.167]. Тогда как организация системы внутреннего контроля в кредитных организациях находится под воздействием ряда факторов [14, с.28]:

- отношение руководства к системе внутреннего контроля;
- размеры, организационная структура, масштабы и виды деятельности банка;
- цели и задачи системы внутреннего контроля;
- степень механизации и компьютеризации деятельности банка;

- ресурсное обеспечение;
- уровень компетентности кадрового состава.

Во-вторых, система органов внутреннего контроля – определенная учредительными и внутренними документами кредитной организации совокупность органов управления, а также подразделений и служащих (ответственных сотрудников), выполняющих функции в рамках системы внутреннего контроля [3, п.1.1]. Система внутреннего контроля, как правило, представлена в банке службой внутреннего контроля или аудита (отделом внутреннего контроля), возглавляемой руководителем, и тесно взаимодействует с аудиторскими организациями, осуществляющими ежегодный внешний аудит банка. Следовательно, службы внутреннего контроля в банках выполняют защитную функцию направленные на минимизацию рисков и обеспечение порядка проведения банковских операций при соблюдении требований законодательства, а также внутренних процедур, стандартов и правил.

Таким образом, внутренний контроль предусматривает постоянно осуществляемую деятельность в рамках системы управления банком, направленную на повышение эффективности управления посредством своевременного выявления нарушений в деятельности банка и незамедлительного принятия соответствующих мер по устранению и недопущению впредь подобных нарушений. Внутрибанковский контроль представляет важное звено процесса управления банком, в рамках которого можно выделить отдельные направления (объекты) внутрибанковского контроля:

- контроль со стороны органов управления за организацией деятельности кредитной организацией;

- контроль за функционированием системы управления банковскими рисками и оценка банковских рисков;
- контроль за распределением полномочий при совершении банковских операций и других сделок;
- контроль за управлением информационными потоками и обеспечением информационной безопасности;
- мониторинг системы внутреннего контроля.

Внутренний контроль в кредитных организациях может рассматриваться как административно-правовой контроль и как финансовый (аналитический) контроль. Административно-правовой контроль состоит в обеспечении и поведении операций только уполномоченными на то лицами и в строгом соответствии банком полномочиями и процедурами принятия решений поведения операций. Тогда как финансовый контроль состоит в обеспечении операций в строгом соответствии с принятой и закреплённой документами политикой банка, применительно к разным видам финансовых услуг и правильного отражения их в учете и отчетности [4, с.98].

Обе формы контроля могут включать в себя три вида внутрибанковского контроля – предварительный, текущий и последующий, и каждый вид включает три подвида внутреннего контроля – горизонтальный, вертикальный и специализированный. Рассмотрим каждый вид и подвид подробнее.

Предварительный контроль – это система внутреннего контроля, которая начинается с контроля за подбором и расстановкой кадров, при этом исключается возможность принятия решений, затрагивающих финансовое состояние банка лицами сомнительной, деловой и общественной репутации [11, с.114]. Для достижения этой цели, службы работы с персоналом должны иметь четкие критерии квалификационных и личностных характеристик сотрудников

применительно к содержанию работы и объему ответственности. Служба внутреннего контроля осуществляет контроль за соблюдением установленных критерий, а по определенному кругу работников, которые в силу своего служебного положения принимают решения от имени всего банка, согласовывают назначения на должность. В этом случае служба внутреннего контроля проверяет содержание заключенного с работниками договора, контракта, соглашения а также наличие документа, служебные инструкции, строго регламентирующих должностные обязанности сотрудника до того как, он непосредственно приступил к выполнению служебных обязательств.

Текущий банковский контроль осуществляется в процессе ежедневного проведения банковских операций на каждом из участков организации работы учетно-операционного аппарата [11, с.115]. При организации документооборота основное предназначение текущего контроля состоит в проверке законности операций, соблюдении установленных правил их совершения и правильности оформления документов. Значительное внимание при организации текущего контроля отводится проведению проверки регистров аналитического и синтетического учета при закрытии операционного дня. Этим занимаются ответственные исполнители, бухгалтеры операционного отдела, работники, контролирующие их работу, а также начальники подразделений банка. В процессе осуществления текущего внутрибанковского контроля они руководствуются действующими нормативными документами и правилами проведения тех или иных банковских операций. Объектами текущего контроля в обязательном порядке является [12, с.57]:

- соблюдение индивидуальных лимитов, открытых позиций дилеров и брокеров;
- объемы выдаваемых и привлекаемых одним лицом ресурсов;

– установление объема операций и сделок выше которого решение о проведение сделки или операций принимаются вышестоящим руководителем или постоянно действующих коллегиальным органом правления и т.д.

В случае последующего контроля проверка производится с точки зрения полноты, своевременности и правильности отражения в балансе банка и в их формах отчетности банковских операций [15, с.233]. Последующий контроль выполняют: главный бухгалтер, его заместители и специальные инспекторы по контролю. При последующем контроле все участники учетно-операционной работы подлежат проверке, как правило, не ниже одного раза в квартал. В порядке последующего контроля проводятся ревизии, результаты последующих проверок рассматривается руководителем учреждений банка. Главный бухгалтер обязан установить наблюдение за устранением недостатков и выявленных последующими периодическими проверками и организовать повторную проверку. Целью последующего контроля является систематическая проверка постановки учета и документооборота и выполнения работниками учетно-операционного аппарата обязанностей законности и правильности проведения операций [12, с.58]. В процессе последующего контроля в выборочном порядке анализируются документы, которым подверглись текущему контролю со стороны главного бухгалтера и заместителя.

Таким образом, внутрибанковский контроль должны осуществлять:

- а) органы управления кредитной организации,
- б) ревизионная комиссия (ревизор);
- в) главный бухгалтер (его заместители);
- г) руководитель и главный бухгалтер (их заместители) филиала;
- д) подразделения и служащие, осуществляющие внутренний контроль:

- 1) служба внутреннего контроля;

2) ответственный сотрудник по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма;

3) иные структурные подразделения.

Важно отметить, что если внутрибанковский контроль проводится работниками подразделений, то он является горизонтальным, если проверки осуществляются руководством отдела или департамента банка, то контроль будет вертикальным. Вдобавок еще выделяют специализированный контроль, под которым понимается контроль, осуществляемый службой внутреннего контроля, ревизионной комиссией и аудиторами.

Кроме видов и форм внутрибанковского контроля, в теории и практике банковского дела принято выделять принципы организации внутреннего контроля, которые приведены на рисунке 1.

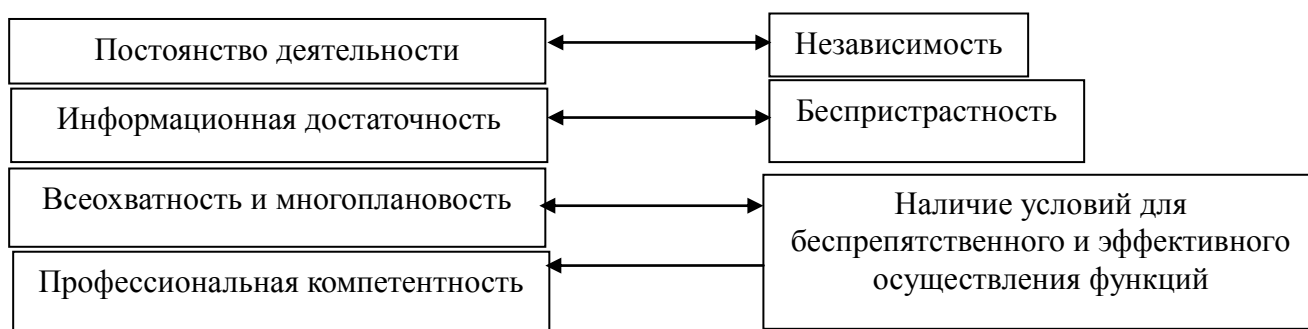


Рисунок 1. Принципы организации внутреннего контроля в коммерческих банках [9, с.44]

Таким образом, можно сделать вывод, что внутрибанковский контроль – это постоянно осуществляемый на всех уровнях банковской деятельности процесс, который должен осуществляться советом директоров, старшими должностными лицами, руководящими должностными работниками и сотрудниками всех уровней управления. Внутрибанковский контроль позволяет формировать систему, которая обеспечивает полную и качественную проверку

деятельности банка на всех участках. Ответственность за формирование системы внутреннего контроля возлагается на руководящий состав работников банка, однако в этом процессе должен быть задействован каждый банковский служащий. После изучения теоретических основ построения внутреннего контроля в банках, далее рассмотрим практические аспекты изучаемого вопроса.

С целью оценки состояния и перспектив развития внутрибанковского контроля в банках России, анализа сложившейся ситуации в сфере регулирования внутреннего контроля и изучения возможных направлений дальнейшего развития Институт внутренних аудиторов и аудиторско-консультационная фирма ФБК (финансовые и бухгалтерские консультанты) провели опрос банков. В список банков для рассылки анкет были включены все банки с активами, составлявшими по состоянию на 1.01.2014 г. более 10 млрд. руб., а также и другие банки, самостоятельно изъявившие желание принять участие в исследовании. Опрос проводился в период с июля по сентябрь 2014 г. [7, с.32].

Поскольку та роль, которую внутренний контроль играет в банке, зависит, прежде всего, от видения руководства банка, одна из анкет была направлена на выяснение мнения высшего руководства банков, имеющего огромное значение для понимания проблем, связанных с повышением качества системы внутреннего контроля в банках. Дополнительную анкету, с большей степенью детализации и несколько отличающимися по содержанию вопросами, предлагалось заполнить руководителю службы внутреннего аудита (СВА) или внутреннего контроля (СВК) банка. Результаты опроса приведены в приложении 1.

Обобщению и анализу были подвергнуты результаты анкетирования 31 банка, пожелавших участвовать в исследовании. В 17 банках были заполнены обе анкеты. Как это и было обещано при рассылке анкет, наименования

конкретных организаций не фигурируют в результатах исследования, что не мешает, однако, привести некоторые показатели в целом по группе банков, участвовавших в исследовании [7, с.33]:

- в исследовании участвовали банки Москвы и других регионов, на долю московских приходится 65% выборки, на долю региональных банков – 35%;
- банки с государственным участием и банки, образованные иностранными инвесторами, составили по 10% и 16% в группе, остальные 74% – банки с участием в основном негосударственного капитала, частные банки;
- в опросе участвовали 15 банков, не имеющих филиалов, 16 банков с филиалами, в том числе 4 банка, количество филиалов которых исчисляется несколькими десятками;
- банки, участвовавшие в исследовании, были сгруппированы в четыре группы по величине капитала.

СВК объективно и независимо оценивает эффективность системы внутреннего контроля, сформированной в банке и каждом отдельном его структурном подразделении. Ответы на вопрос о независимости СВК в сжатом виде характеризуют развитость СВК и ее роль в деятельности банка. Оценки независимости, которые были даны руководителями СВК и руководителями банка, совпадают друг с другом. Результирующая оценка оказалась чуть более оптимистична у руководителей банков, которая приведена на рисунке 2

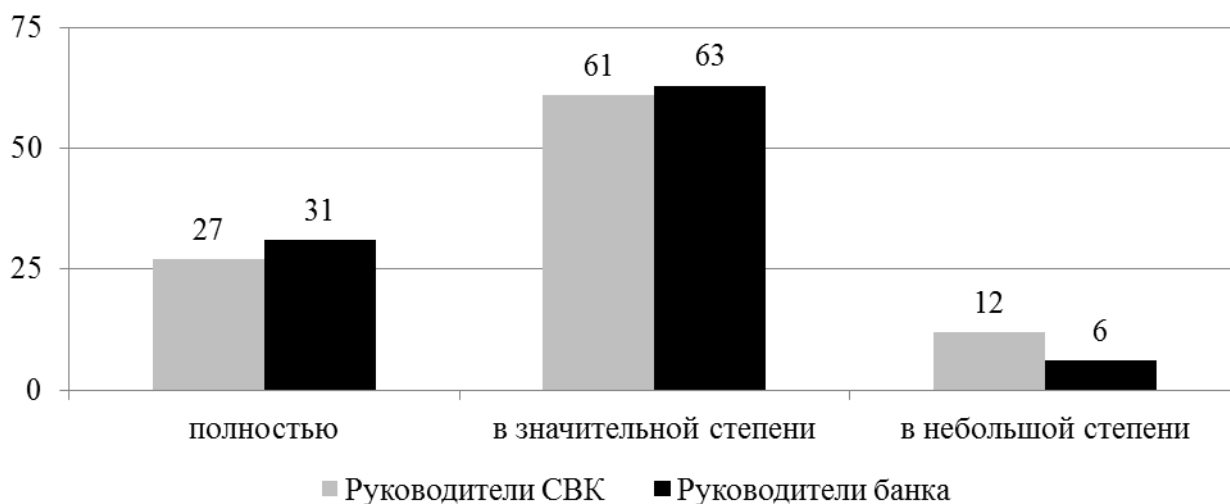


Рисунок 2. Независимость СВК (СВА) [7, с.33]

По результатам опроса также было выявлено, что руководители банков удовлетворены работой СВК полностью. Но большую критичность продемонстрировали руководители СВК, которые удовлетворены выполняемой ими работой на 86% [7, с.34].

Полная подчиненность исполнительным органам, в целом оцененная опрошенными руководителями СВК в 38%, есть не что иное, как распространенная практика. Оценка подчиненности СВК исполнительным органам почти совпадает с оценкой соответствия требованиям ЦБ РФ по организации внутреннего контроля, которые реализуются, как правило, непосредственно руководителями банка и под их ответственность. Эта в целом не самая лучшая практика, которая непосредственно влияет на объективность работы СВК. Отвечая на вопрос о соответствии систем внутрибанковского контроля требованиям Банка России, руководители СВК критично оценили состояние дел на данном направлении (рисунок 3).

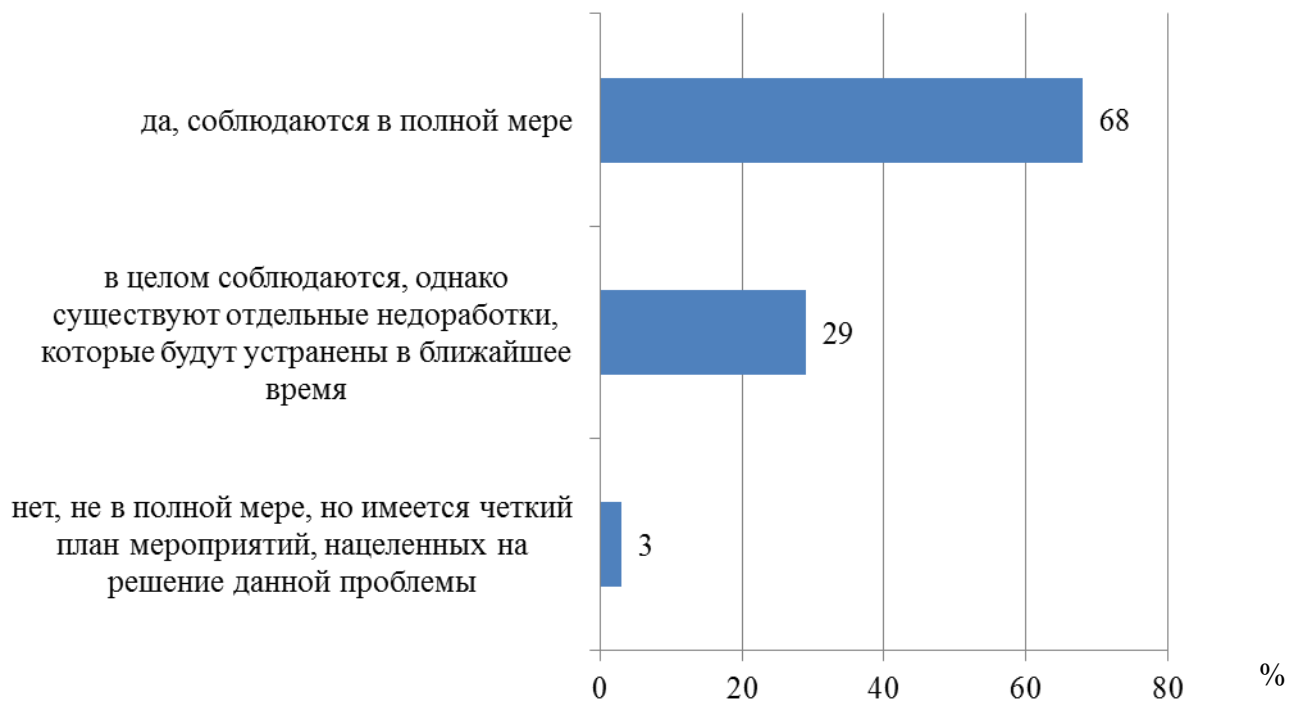


Рисунок 3. Соблюдение требований Банка России [7, с.35]

В целом можно констатировать, что не менее чем в трети банков имеется еще вполне очевидная зависимость руководителей СВК от исполнительных органов, и эта зависимость негативно оценивается самими руководителями СВК. Поддерживать правильные отношения с менеджментом возможно путем постоянного повышения своего профессионального уровня. Эта задача для внутренних контролеров (аудиторов) является актуальной, и в основной своей массе (84%) банки ориентированы на семинары с участием представителей ЦБ РФ и налоговых органов. Это связано с постоянными изменениями нормативного регулирования, осуществляемого в ЦБ РФ и в налоговой сфере [8, с.19].

Низкие показатели посещения специализированных семинаров по внутреннему контролю (аудиту) объясняются, прежде всего, как это ни парадоксально звучит, отсутствием таких семинаров на рынке (приложение 1,

вопрос 17). У 39% банков, которые участвовали в опросе, в составе СВК имеются сертифицированные специалисты (дипломированные внутренние аудиторы (Certified Internal Auditor), специалисты с аудиторскими аттестатами Министерства финансов) либо члены ведущих ассоциаций внутренних аудиторов (The IIA, ISACA). С одной стороны, это является довольно высоким показателем, а с другой – подчеркивает, что активность участников опроса связана с профессиональной солидарностью и ответственностью [8, с.20].

В ходе опроса выяснилось, что 19% респондентов считают, что анализ рисков в экономике не входит в функцию СВК (СВА). Такой ответ отражает сложившееся представление об СВК как исключительно ревизионной службе. В функции такой СВК входит осуществление проверок выполнения работниками банка требований, установленных другими службами и основанных на оценке рисков, которые банк встречает во внешней среде. Альтернативная же оценка рисков и оценка качества работы служб, анализирующих риски на постоянной основе, не входит в функции СВК, по мнению отвечавших. Необходимо отметить, что данная позиция не соответствует современному представлению о роли внутреннего аудита в банке.

Проведенный анализ показал, что в ближайшей перспективе в банках не планируется сокращать штат СВК (СВА). Более того, 42% (59%) банков нацелены на расширение количества сотрудников СВК (СВА), а в качестве наиболее слабой стороны СВК (СВА) отмечается именно нехватка кадров 23% (6%) случаев. В более чем половине опрошенных банков стаж руководителя СВК составляет от 3 до 10 лет – это немало в период развития банковской системы России. Можно предположить, что стабильность состава руководства СВК компенсирует нехватку персонала и его недостаточную квалификацию [8, с.20].

Формальное отношение к организации СВК (СВА) продолжает

сохраняться. В 6% банков СВК состоит из одного человека, вполне вероятно, что такая малая численность является следствием оптимизации административных затрат и перераспределением ответственности. В таком случае не вполне понятно, насколько эффективно осуществляются функции ВК, и кто проводит внутренний аудит – объективную оценку состояния ВК в банке [8, с.21].

По мнению, как руководителей банков, так и руководителей СВК [16]:

- к сильным сторонам работы СВК (СВА) относятся: профессиональное, результативное упреждение рисков совершения ошибок, независимый мониторинг требований регулирующих органов;

- к слабым сторонам работы СВК (СВА) относятся: слабое техническое обеспечение, недостаточно профессиональные оценки рисков, только последующий характер контроля. Служба всегда недоукомплектована, зависит от мнения руководителей банка, плохо знает операции с ценными бумагами и иностранной валютой, неполно анализирует операции после ее совершения.

По результатам исследования сложились разные модели организации систем ВК в разных банках. Однако при этом руководителям СВК не вполне ясно представляют, соответствует ли их конкретная модель формальным требованиям ЦБ РФ. Отвечая на вопрос об удовлетворенности работой СВК (СВА), руководители банков и СВК (СВА) опирались исключительно на собственные представления о критериях оценки деятельности СВК (СВА). Ни Положение ЦБ РФ № 242-П, ни другие нормативные акты ЦБ РФ не содержат практических рекомендаций по оценке эффективности работы СВК (СВА). В то же время и сами банки не выработали устойчивых методических подходов к решению этого вопроса. Респонденты довольно точно и с минимальными расхождениями определили основные процедуры, которые охватывают внутренние проверки. Опрос показал, что сформировалась довольно

устойчивая структура основных видов аудита [8, с.23]:

- финансовый (выполнение бюджета, соблюдение полномочий) – 90%;
- операционный (рациональное, эффективное использование ресурсов) – 94%;
- на соответствие деятельности нормативным актам (комплаенс) – 84%;
- аудит информационных систем – 68%.

Сложилось устойчивое понимание основных направлений функциональной деятельности СВК (СВА) и по результатам исследования функции СВК (СВА) были структурированы. В таблицах 1 и 2 приложения 2 приведены структура задач СВК (СВА) и функции СВК (СВА). По представлению руководителей банков, функции ВК осуществляются главным бухгалтером более чем на 50%, другими уполномоченными лицами – около 30%, единоличным исполнительным органом – 35%, ревизионной комиссией более 40% (приложение 3). Правильным ответом (соответствующим и требованиям Банка России, и международной практике) на вопрос «Кто осуществляет функцию ВК?» является выдержка из определения внутреннего контроля как «...процесса, исполняемого всеми сотрудниками организации, в рамках его компетенции...» [8, с.24].

По результатам проведенного исследования можно сделать выводы, что проблемы, которые беспокоят банки, практически одни и те же и имеют схожие причины. В результатах опроса нашли отражение терминологические неточности и двусмысленности, заложенные в основной документ, регулирующий вопросы организации внутреннего контроля в банках – Положение ЦБ РФ № 242-П. Таким образом, можно сказать, что внутренний контроль в банковском секторе России находится на стадии постепенного развития. В этой связи далее рассмотрим направления совершенствования

внутрибанковского контроля в банках.

После проведенного обзора внутрибанковского контроля в отечественном банковском секторе, далее на основе выявленных проблем, которые были изложены в конце второй главы, необходимо предложить мероприятия, которые могут поспособствовать улучшению внутрибанковского контроля в кредитных организациях.

Как правило, служба внутреннего контроля (аудита) банка создается для осуществления мониторинга и оценки состояния внутреннего контроля и содействия органам управления кредитной организации в обеспечении эффективного функционирования банка по средствам повешения эффективности системы внутреннего контроля. На современном этапе развития банковского дела отсутствуют жесткие нормативные требования по наличию сотрудников службы внутреннего контроля (аудита) в филиалах коммерческого банка, что приводит к формальному выполнению требований организации проверок состояния системы внутреннего контроля в филиалах банка. Отсутствие в филиалах кредитной организации представителей службы внутреннего контроля существенно увеличивает риски нарушения филиалами законодательства и нормативных документов ЦБ РФ. Любой вид деятельности коммерческого банка, и каждая ее составная часть являются предметом внимания службы внутреннего контроля (аудита). Деятельность службы внутреннего контроля (аудита) контролируется советом директоров банка непосредственно и (или) через комитет по аудиту.

Обязанности по выявлению и предупреждению любых ошибок, нарушений или злоупотреблений в банке возлагаются не только на службу внутреннего контроля (аудита), но и на всех должностных лиц и работников банка в пределах их должностных обязанностей и компетенции. Основными целями построения внутреннего контроля является обеспечение эффективности и результативности финансово-хозяйственной деятельности при совершении

банковских операций и других сделок, а также эффективности управления активами и пассивами, включая обеспечение сохранности активов, управления банковскими рисками.

Как известно, значимую роль в построении эффективной системы внутреннего контроля играет организация эффективного мониторинга за ее состоянием. Далее рассмотрим, как должен быть организован оптимальный с точки зрения построения мониторинг за системой внутрибанковского контроля.

Мониторинг системы внутрибанковского контроля – это осуществляемые на постоянной основе проверки за функционированием системы внутреннего контроля в целях оценки степени ее соответствия задачам деятельности банка, выявления недостатков, разработки предложений и осуществления контроля за реализацией решений по совершенствованию системы внутреннего контроля банка [10, с.6]. Мониторинг состояния системы внутреннего контроля осуществляется руководством банка и служащими различных структурных подразделений, включая подразделения, осуществляющие банковские операции и их отражение в бухгалтерском учете и отчетности, а также службой внутреннего контроля (аудита). Мониторинг осуществляют все органы системы внутреннего контроля, в рамках своей компетенции.

Мониторинг системы внутреннего контроля является компонентом системы внутреннего контроля и заключается в [10, с.8]:

- наблюдении за функционированием системы внутреннего контроля в целях оценки степени её соответствия задачам деятельности банка;
- выявлении недостатков, разработке предложений и осуществлении контроля за реализацией решений по совершенствованию системы внутреннего контроля банка.

Мониторинг может быть признан эффективным в том случае, если выявление и устранение недостатков системы внутреннего контроля

реализуются до наступления последствий, которые негативно влияют на обеспечение:

- эффективности и результативности проведения банковских операций и других сделок;
- достоверности, полноты, объективности и своевременности представления отчетности;
- соблюдения нормативно-правовых актов.

Периодичность мониторинга, ответственные за его осуществление и способы мониторинга приводятся на примере ОАО «МДМ Банк» в таблице 3.1.

Таблица 1

Частота, ответственность и способ осуществления мониторинга в ОАО
 «МДМ Банк» [17]

Периодичность	Ответственный	Способ
На постоянной основе	Руководители структурных подразделений	В ходе осуществления ежедневной деятельности по организации и управлению деятельностью структурных подразделений
На основе периодических оценок	Правление	В ходе организации деятельности коммерческого банка и рассмотрения отчетов о деятельности кредитной организации
	Служба внутреннего контроля	В ходе оценки эффективности системы внутреннего контроля и проведения проверок

На наш взгляд выявленные недостатки внутреннего контроля необходимо доводить одновременно как до сведения сотрудников банка, ответственных за осуществление банковских операций и других сделок, в которых выявлены недостатки, так и до их руководителей, а существенные недостатки должны доводиться до сведения руководства банка. Как нам кажется, мониторинг системы внутрибанковского контроля может считаться эффективным, если:

- он автоматизирован и встроен (где возможно) в процесс осуществления банковских операций и других сделок;

- позволяет получать объективную оценку эффективности внутреннего контроля с установленной периодичностью;
- осуществляется сотрудниками, владеющими знаниями об объектах мониторинга;
- руководство получает результаты мониторинга для рассмотрения; периодичность проверок и их объекты зависят от значимости контролей и результатов мониторинга;
- осуществляется регулярное совершенствование средств мониторинга.

По нашему мнению, целью мониторинга является оценка эффективности функционирования таких компонентов системы внутрибанковского контроля, как организация контроля со стороны органов управления (Совет Директоров, Президент и Правления банка) за организацией деятельности банка, так и организация контроля за функционированием системы управления банковскими рисками и оценкой банковских рисков. При этом контроль за функционированием системы управления банковскими рисками и оценку банковских рисков необходимо осуществлять на постоянной основе в порядке, установленном внутренними нормативными документами. Оценка банковских рисков предусматривает выявление и анализ внутренних (сложность организационной структуры, уровень квалификации служащих, организационные изменения, текучесть кадров и т.д.) и внешних (изменение экономических условий деятельности банка, применяемые технологии и т.д.) факторов, оказывающих воздействие на деятельность банка [13, с.27].

Служащим банков при этом необходимо доводить до сведения органов управления и руководителей структурных подразделений коммерческого банка информацию обо всех нарушениях законодательства Российской Федерации, учредительных и внутренних нормативных документов, случаях

злоупотреблений, несоблюдения норм профессиональной этики, о факторах, влияющих на повышение банковских рисков незамедлительно.

Кроме отслеживания системы внутрибанковского контроля на постоянном уровне, необходимо предусмотреть возможность совершенствования законодательной базы, которая отвечает за систему внутреннего контроля в кредитных организациях. Так, задачи совершенствования законодательной и правоприменительной практики в банковской сфере наряду с вопросами корпоративного управления, банковского регулирования и банковского надзора связаны с такими проблемами, как соблюдение налогового и антимонопольного законодательства, борьба с отмыванием доходов, полученных преступным путем, и финансированием терроризма, контроль за валютными операциями. Совершенствование законодательства по указанным направлениям также должно осуществляться с использованием международного опыта.

Одной из основных причин потери банками устойчивости является низкий уровень управления. Предстоит существенно повысить требования к владельцам и руководителям банков с тем, чтобы эффективно противодействовать участию в управлении кредитными организациями руководителей и владельцев с сомнительной репутацией или неустойчивым финансовым положением.

Кроме того, в развитии нуждается нормативно-правовая база в таких важнейших областях, как корпоративное управление, организация эффективного риск-менеджмента, внутренний контроль и профессиональный внутренний аудит:

– различие бизнеса банков диктует разные условия функционирования и организации СВК (СВА), что не находит адекватного отражения в универсальном Положении ЦБ РФ № 242-П, регулирующем деятельность СВК (СВА);

- возможность интерпретации СВК (СВА), как службы, совмещающей функции ВК и ВА, зачастую мешает руководителям СВК организовать на должной основе эффективный внутренний аудит;
- отсутствие нормативных актов, регулирующих типовые схемы управления рисками в банках, сотрудники которых привыкли к регулированию всех областей банковской жизни со стороны Банком России, позволяет фактически совмещать противоречивые функции в деятельности СВА;
- в представлениях руководителей банков и руководителей СВК (СВА) сложились два разных образа о роли и функциях СВК (СВА) в банке, из-за чего в большинстве СВК (СВА) имеется дефицит ресурсов, квалифицированных кадров и активной поддержки руководства, следовательно, спектр работ весьма узок, носит больше последующий, а не упреждающий характер.

Резюмируя, можно отметить, что на современном этапе развития внутрибанковского контроля отечественные кредитные организации сталкиваются с проблемами, как организационного характера, так и в результате несовершенства законодательства. В результате нами были предложены меры по повышению эффективности внутреннего контроля в банках, в частности наладить и поставить на поток систему мониторинга внутрибанковского контроля, провести децентрализацию полномочия по внутреннему контролю из головных офисов в филиалы, разграничить функции аудита и контроля, при непосредственно их прямом и контактном взаимодействии, предоставлять банкам возможность обновления внутрибанковского контроля и обновления его качества с позиции выделения критериев эффективности. Всему этому, безусловно, должно поспособствовать отлаженная система обновленного законодательства России в области внутрибанковского контроля.

References

1. О банках и банковской деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 02.12.1990 г., №395-1 (ред. 29.12.2014 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Версия Проф. Последнее обновление 21.02.2015 г.
2. О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России) [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 10.07.2002 г., №86-ФЗ (ред. 29.12.2014 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Версия Проф. Последнее обновление 21.02.2015 г.
3. Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах [Электронный ресурс]: Положение Банка России от 16.12.2003 г., №242-П (ред. 24.04.2014 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Версия Проф. Последнее обновление 21.02.2015 г.
4. Банк В.Р., Семенов С.К. Организация и бухгалтерский учет банковских операций / Банк В.Р., Семенов С.К. // Финансы и статистика, 2013.
5. Заварихин Н.М., Потехина Ю.В. Внутренний контроль в управлении коммерческими банками / Заварихин Н.М., Потехина Ю.В. // Аудит и финансовый анализ. – 2013. - №2.
6. Катыхина И.Ю. Опыт организации комплаенс-контроля в рамках СВК: основные принципы и стандарты комплаенс контроля / Катыхина И.Ю. // Аналитические материалы со 11-й Конференции стран СНГ «Аудит и контроллинг в банках» – 2013.
7. Малыхин Д., Терехов А. Исследование состояния внутреннего контроля в российских банках (часть 1) / Малыхин Д., Терехов А. // Бухгалтерия и банки. – 2014. – № 12.
8. Малыхин Д., Терехов А. Исследование состояния внутреннего контроля в российских банках (часть 2) / Малыхин Д., Терехов А. // Бухгалтерия и банки. – 2015. – № 1.
9. Малышевская М. Внутренний контроль в банке: проблемы и парадоксы / Малышевская М. // Бухгалтерия и Банки. – 2012. – № 8.

10. Масловских П.С. Совершенствование методики аудита внутреннего контроля в коммерческом банке: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук / Масловских П.С. – Екатеринбург, 2012.
11. Ольхова Р.Г. Банк и контроль / Ольхова Р.Г. – М.: Финансы и статистика, 2011.
12. Тихомиров А.Ю. О системе внутреннего контроля в банках / Тихомиров А.Ю. // Деньги и кредит. – 2013. – № 3.
13. Трохов М.Е. Риск-ориентированные подходы в отечественной практике внутрибанковского контроля / Трохов М.Е. // Аудит и финансовый анализ. – 2012. - № 3.
14. Шопская Т.П. Роль и место внутреннего аудита в системе управления банком / Шопская Т.П. // Финансовый директор. - 2013. - №6.
15. Щербаков В.В. Аудит и финансовый анализ в кредитных организациях / Щербаков В.В. – М.: ИНФРА-М, 2010.
16. Институт внутренних аудиторов (ИВА) [Электронный ресурс]: Исследования - Официальный сайт Института внутренних аудиторов, 2015.- Режим доступа: <http://www.iaa-ru.ru>
17. ОАО «МДМ Банк» [Электронный ресурс]: Концепция и методология организации системы внутреннего контроля в ОАО «МДМ Банк» - Официальный сайт ОАО «МДМ Банк», 2015.- Режим доступа: <http://www.mdm.ru>

SECTION 3. MARKETING

UDC 316.334.2

Chernobrovina J.E. The internal marketing as instrument increasing of staff motivation

Внутриорганизационный маркетинг как инструмент повышения мотивации труда персонала

Chernobrovina Julia Eduardovna

Financial University under the Government of Russia Federation,
Moscow

Research supervisor: candidate of sociological sciences, associate professor

Kiseleva Natalya Ilyinichna

Чернобровина Юлия Эдуардовна

Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации,
. Москва.

Научный руководитель: кандидат социологических наук, доцент

Киселева Наталья Ильинична

Abstract. Article is devoted one of the important problems of the present – to perfection of forms and methods of motivation of the personnel to work. In it the analysis of existing forms and methods of motivation of the personnel are carried out, the importance of the motivation for work. The mechanism of functioning of internal marketing in the course of increase in motivation and the organization of personnel is considered.

Keywords: motivation, motivation for work, personal, internal marketing, intellectual assets, labour productivity.

Аннотация. Статья посвящена одной из важных проблем современности – совершенствованию форм и методов мотивации персонала к труду. В ней проводится анализ существующих форм и методов мотивации персонала, раскрыта значимость мотивации трудовой деятельности. Рассмотрен механизм функционирования внутреннего маркетинга в процессе повышения мотивации и организации персонала.

Ключевые слова: мотивация; мотивация труда; персонал; внутренний маркетинг; производительность труда.

Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Основная цель процесса мотивации – это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия.

Существует множество подходов к определению трудовой мотивации.

Так, мотивацией труда в широком, а точнее, в весьма условном смысле принято называть субъективное отношение работника к труду, его заинтересованность/незаинтересованность в процессе и результатах труда, направленность работника на трудовую деятельность, его побуждение к труду, обуславливающее степень вовлеченности в трудовой процесс.¹ [2]

Доказано, что эффективная мотивация труда персонала – это один из способов не только повышения производительности труда, но и формирования уникальных информационно-интеллектуальных ресурсов функционирования и развития предприятия² [4, с.202]. Внутренний маркетинг рассматривается как целостный подход к бизнесу вообще, к управлению человеческими ресурсами и маркетингу в частности. Так называемый «новый тип менеджмента».³ [3]

Внутренний маркетинг – это один из современных аспектов менеджмента, наиболее применимый в работе с персоналом и в управлении качеством, а так же использование маркетингового подхода к управлению персоналом: выстраивание; стимулирование; координирование; интегрирование персонала в процессы компании.

Принципами внутреннего маркетинга являются: сам персонал, как игроки одной команды; забота фирмы о своих сотрудниках; обеспечение лояльности работников через механизм обратной связи.⁴[1, с. 83]

¹Голубков, Е. Н. Внутренний маркетинг и управление персоналом – инструменты повышения эффективности управления. Правовая система нового поколения: Референт [Электронный ресурс] / Е. Н. Голубков, О. З. Михайлов. – 2015. – Режим доступа : <http://referent.mubint.ru/8/6456> Дата обращения (27.11.2016)

²Старкова Н.О. Формирование внутрифирменной системы управления интеллектуальными активами: дисс., канд. экон. наук: 08.00.05 / Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2001. – 202 с.

³Кибанов А., Дуракова И. Электронная книга: Организация маркетинга персонала "Кадровик. Кадровый менеджмент", 2008, N 11 URL: <http://www.hr-portal.ru/article/organizatsiya-marketinga-personala> Дата обращения: (18.10.2016)

⁴Базилева И.И. Лояльность сотрудников российских организаций // Управление человеческим потенциалом. – 2014. – № 2. – С. 83.

Таблица 1

Отличительные особенности внутреннего маркетинга

Элементы комплекса маркетинга	Элементы комплекса внутреннего маркетинга
продукт (товар, услуга)	должность правами и обязанностями, работник «покупает» этот продукт, «оплачивая» его своим трудом
цена	степень мотивации сотрудника или усилия, которые сотрудник готов приложить для выполнения своих должностных обязанностей
способ доведения продукта до потребителя (место продаж, система дистрибуции)	организационная структура фирмы
продвижение продукта	аспекты корпоративной культуры

Также внутренний маркетинг — это использование маркетингового подхода к управлению персоналом: выстраивание, стимулирование, координирование и интегрирование персонала в процессы компании.

Высшей школой маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ в декабре 2013 г. – январе 2014 г. среди руководителей HR-подразделений российских компаний различных регионов России. По результатам исследования, только 50 % компаний доносят до сотрудников свою стратегию и финансовые результаты. Лишь 40 % представляют сотрудникам годовые отчеты и менее 40 % сообщают им информацию о клиентах.⁵[5]

Следовательно, для выявления удовлетворенности работников компании товарами и (или) услугами и компанией в целом, необходимо проводить внутрифирменные маркетинговые исследования, что в свою очередь будет способствовать совершенствованию систем управления мотивацией труда и

⁵ ВШЭ [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL www.marketing.hse.ru Дата обращения: (27.11.2016)

управления интеллектуальными ресурсами.

Так, компания PwC на отечественном рынке провела уже 9-е Ежегодное исследование эффективности системы управления персоналом под названием «PwCSaratoga» (2015 г.). Участниками были 93 организации, которые проверяли по 100 показателям. Эти организации заняты в 15 разных отраслях экономики: производство, сектора IT, телекоммуникаций и др. Исследование было направлено на выявление динамики ключевых данных в сфере управления персоналом и сравнение с прошлыми годами. Исследование показало повышение производительности труда. На одного работника выручка составила 13,480 тысяч рублей в сравнении с 11,835 тысяч рублей 2014 года. Такую тенденцию можно наблюдать у 2/3 исследуемых компаний. Поскольку разные сферы деятельности уже имели дело с кризисом в экономике, теперь внимательнее относятся к сокращению персонала. Меньше работников, которые хотят уволиться по собственному желанию. На это указывает процент увольнений, который упал с 17,4% в 2013 году до 11,6% в 2014 г. В 80% организаций, где работает до 5 тысяч сотрудников, коэффициент уменьшился в среднем на 45%.⁶[6]

Научная новизна проведенного пилотажного социологического исследования состоит в разработке предложений по повышению мотивации труда персонала за счет внедрения мероприятий внутреннего маркетинга. Гипотеза-основание: российскими компаниями в процессе формирования трудовой мотивации используются лишь некоторые инструменты внутреннего маркетинга, но как целостная система внутренний маркетинг в них отсутствует.

Проведённое пилотажное исследование позволило сделать вывод о том, что, несмотря на то, что в компании ООО «Макаров и компания» ведущими мотивами для большинства респондентов остается повышение заработной

⁶PwC[Электронный ресурс] – Режим доступа: URL<https://www.pwc.ru/>Дата обращения: (27.11.2016)

платы, при этом они готовы повысить свою трудовую мотивацию посредством внедрения компьютерных технологий, участием в семинарах или дополнительных занятиях – 80% опрошенных. (См. рис. 1,2)

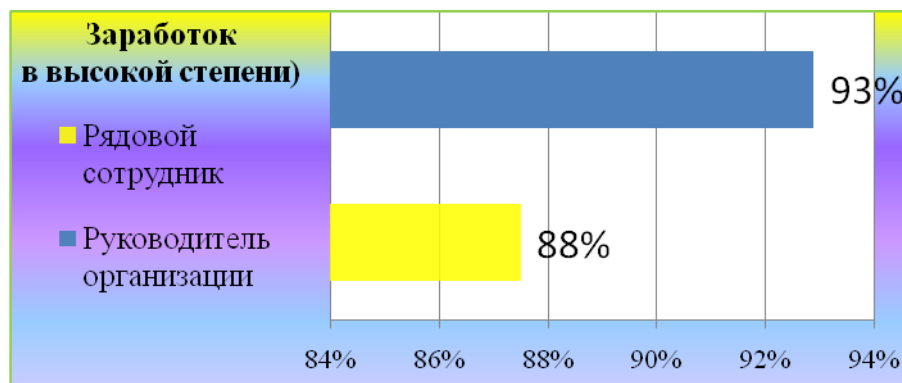


Рисунок 1. Ведущие мотивы персонала организации

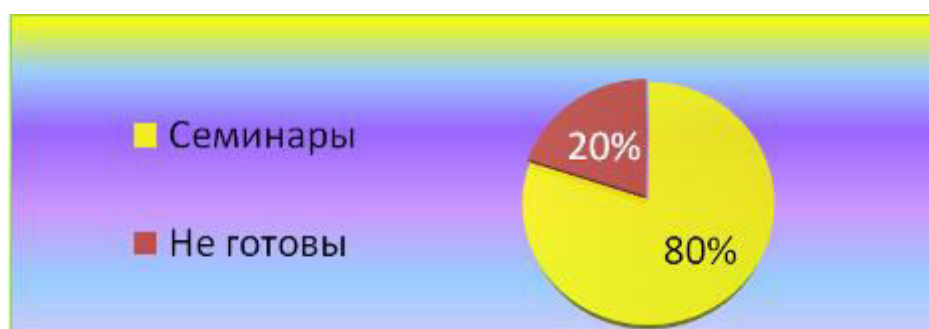


Рисунок 2. Мероприятия для повышения трудовой активности

Респонденты боятся потерять свою работу и поэтому большинство сотрудников готовы работать «с полной самоотдачей». Некоторые респонденты в качестве повышения трудовой активности предлагают обратиться к «методам наказания» - 71,4%, тем самым, они не боятся трудностей и хотят повышения эффективности своей компании посредством процветания трудовой мотивации в организации. Следовательно, гипотеза исследования подтвердилась.⁷ (См. рис. 3)

⁷Результаты собственного пилотажного исследования «Труд как часть нашей жизни»



Рисунок 3. Методы наказания, способные повлиять на трудовую мотивацию

Были предложены рекомендации по повышению трудовой мотивации за счет инструментов и мероприятий внутреннего маркетинга компании: развивать механизмы обратной связи, осуществлять открытую корпоративную культуру, расширять систему материальной и нематериальной мотивации, разделять среди сотрудников стратегические цели компании. Взаимоотношения компании «ООО Макаров и Компания» и ее сотрудников следует строить по тому же типу, что и отношения компании и ее клиентов: компания предлагает «продукт» - конкретную должность, подразумевающую определенные обязанности и права, а сотрудник «приобретает» этот товар, оплачивая его своей трудовой деятельностью. Разработка продукта заключается в подборе подходящих кадров, внутреннем обучении, создании условий для работы - оплата (цена внутреннего продукта). Этот элемент внутреннего маркетинга определяется степенью мотивации сотрудников, и выражается не только в денежном эквиваленте, но подразумевает наличие таких аспектов, как возможность карьерного роста, удовлетворение от работы в команде, внутрифирменные мероприятия, тренинги и пр.

Таким образом, для создания системы эффективного внутреннего маркетинга необходимо развивать механизмы обратной связи, открытую корпоративную культуру и систему материальной и нематериальной мотивации сотрудников, нацеленную на реализацию бизнес-стратегии в постоянно изменяющихся условиях внешней среды. Кроме того, каждый работник компании должен не только понимать и разделять стратегические цели компании, но и осознавать, как его собственная деятельность связана с этими целями, именно на таких условиях он будет заинтересован тратить свои интеллектуальные ресурсы для формирования интеллектуальных активов фирмы, способных повышать конкурентоспособность и стоимость бизнеса.

Из всего вышесказанного следует сделать вывод: в условиях современной экономики одним из инструментов повышения конкурентоспособности за счет уникальных информационно-интеллектуальных факторов предприятия является внутренний маркетинг. Благодаря внутреннему маркетингу формируется лояльность сотрудников к предприятию, а, следовательно, увеличивается и мотивация к повышению качества труда.

References

- 1) Базилева И.И. Лояльность сотрудников российских организаций // Управление человеческим потенциалом. – 2014. – № 2. – С. 83.
- 2) Голубков, Е. Н. Внутренний маркетинг и управление персоналом – инструменты повышения эффективности управления. Правовая система нового поколения: Референт [Электронный ресурс] / Е. Н. Голубков, О. З. Михайлов. – 2015. – Режим доступа: <http://referent.mubint.ru/8/6456> Дата обращения (03.12.16)
- 3) Кибанов А., Дуракова И. Электронная книга: Организация маркетинга персонала "Кадровик. Кадровый менеджмент", 2008, N 11 URL:

<http://www.hr-portal.ru/article/organizatsiya-marketinga-personala> Дата обращения: (04.12.2016)

4) Старкова Н.О. Формирование внутрифирменной системы управления интеллектуальными активами: дисс., канд. экон. наук: 08.00.05 / Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2001. – 202 с.

5) ВШЭ [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL www.marketing.hse.ru Дата обращения: (02.12.2016)

6) РwC [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL <https://www.pwc.ru/> Дата обращения: (02.12.2016)

UDC 640.41:339.13:334.722.1

Geraschenko I.N. Optimization of marketing activities of hospitality enterprises (on the example of "Comfort" hotel in Krasnodar city)

Оптимизация маркетинговой деятельности предприятий гостеприимства (на примере отеля «Уют» г. Краснодар)

Geraschenko Irina Nikolaevna

Krasnodar State Institute of Culture, Krasnodar city
ingerashenko@yandex.ru

Геращенко Ирина Николаевна

Краснодарский Государственный Институт Культуры, г. Краснодар

Abstract: The urgency of the study is explained by the fact that in the current geopolitical and economic situation there is a tendency to the drop in demand for hospitality services, including Russian southern city Krasnodar. The purpose of the research is studying of the marketing activities of the hotel enterprise and the development of recommendations for its improvement on the example of the hotel "Comfort". The article suggests some mechanisms to optimize marketing activities of the enterprise of hospitality industry that will increase the competitiveness of the hotel.

Keywords: hotel enterprise, business-class hotel, customers, external and internal environment, market research, respondents, results, strategy recommendations, optimization, profit.

Аннотация. Актуальность исследования объясняется тем, что в современной геополитической и экономической обстановке в мире наблюдается тенденция снижения спроса на услуги гостеприимства, в том числе и в южном городе России Краснодаре. Цель исследования изучение маркетинговой деятельности гостиничного предприятия и разработка рекомендаций по ее совершенствованию на примере отеля «Уют». В статье предложены определенные механизмы оптимизации маркетинговой деятельности исследуемого предприятия гостиничного бизнеса, что повысит конкурентоспособность данного отеля.

Ключевые слова: гостиничное предприятие, отель бизнес-класса, клиенты, внешняя и внутренняя среда, маркетинговые исследования, респонденты, результаты, стратегия, рекомендации, оптимизация, прибыль.

В наше время гостинично-ресторанный бизнес – это бизнес, который приносит хороший доход [1, с.18]. Но прибыль гарантирована не всем предприятиям сферы услуг. Одна из составляющих успешного функционирования гостиничного предприятия – маркетинговая деятельность. Изучение маркетинговой работы в отеле «Уют» г. Краснодара и рекомендации по ее оптимизации для повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия на рынке туристского бизнеса – цель данной статьи.

«Эффективность маркетинговых и рыночных инструментов является определяющей в формировании конкурентоспособности. Именно поэтому современные исследования направлены на поиск новых и адаптацию традиционных инструментов к изменяющимся институциональным взаимодействиям на конкурентных рынках»[2, с. 158] в том числе и на рынке Краснодарского края.

Гостиничное предприятие «Уют» г. Краснодара – современный отель бизнес-класса. Отель «Уют» – одно из сертифицированных гостиничных предприятий города Краснодара, входящее в состав Российской Туристической Индустрии и гостиничное предприятие, удостоенное знаком «Качество Кубани». Количество номерного фонда – 60 [1]. Максимальная емкость – 178 человек. Численность обслуживающего персонала и администрации – 62 человека (вместе с рестораном гостиничного комплекса). Забронировать номер в отеле «Уют» можно через сеть информационно-телекоммуникационную сеть Интернет, непосредственно заполнив заявку на бронирование, или отослав ее по почте. К услугам гостей представлен уютный ресторан «Фиш» с изысканной кухней, лобби-бар, где предлагаются и комплексные обеды и ужины.

У отеля «Уют» гибкая ценовая политика и дифференцированный подход к корпоративным клиентам, постоянным клиентам, к гостям, проживающим длительное время. В отеле «Уют» клиенты всегда могут выбрать тот вариант отдыха, который придется по душе именно им. Разнообразные блюда ресторана «Фиш» способны удовлетворить клиентов с самым изысканным вкусом.

Гостинично-ресторанный комплекс «Уют» – идеальное место, как для визита деловых людей, так и для полноценного отдыха в городе Краснодар. Персонал отеля старается, чтобы пребывание в нем гостя запомнилось и понравилось, чтобы они почувствовали себя, как дома, вернулись вновь именно в этот отель.

Отель «Уют» предоставляет гостям целый ряд дополнительных услуг, организованных в студии красоты, в спортивном зале, в бильярдном зале, на теннисном корте, имеется бутик одежды.

Организационная структура отеля «Уют» является линейно-функциональной. Перечислим основные службы изучаемого гостиничного предприятия: административно-управленческая, приема и размещения, обслуживания номерного фонда, общественного питания, коммерческая, инженерно-техническая, вспомогательные и дополнительные.

Отель «Уют» действует в постоянно меняющихся условиях, обусловленных многообразием отношений, складывающихся внутри него, а также с другими агентами рыночных отношений. Совокупность этих взаимодействий составляет понятие среды маркетинга. Данная среда во многом определяет характер деятельности гостиницы и поэтому в обязательном порядке детально рассматривается в процессе проведения маркетинговых исследований, которые проводят руководитель и высшее звено работников гостиницы на основании маркетинговых планов.

Мы предлагаем руководству отеля «Уют» все-таки использовать не разрозненные маркетинговые планы, а специальные маркетинговые программы. Программа маркетингового исследования – это рабочий документ, необходимый для разработки путей и методов решения различного иерархического уровня аналитических задач. В зависимости от их сложности специалисту по маркетингу (специалист по рекламе – в разные годы должность на предприятии называлась по-разному) отеля «Уют» рекомендуем выбирать один из трех вариантов построения программы маркетингового исследования: поисковый, описательный или причинный. Выбор нужно основывать на степени изученности проблемы и определенности исследуемого рынка. В случае новизны и масштабности решаемых задач программа исследования последовательно должна включать все три варианта. Для того, чтобы

определить маркетинговую стратегию и провести ее в жизнь, руководству исследуемого предприятия нужно иметь углубленное представление о:

- 1) внутренней среде гостиничного предприятия, его потенциале и тенденциях развития;
- 2) внешней среде, ее особенностях и месте, занимаемом в ней предприятием.

Внутренняя среда включает в себе ту возможность, которая даст потенциальные разноплановые ресурсы отелю работать, а, следовательно, функционировать в определенном промежутке времени и в современных геополитических и экономических условиях.

Цель исследования внутренней среды в отеле «Уют» – выявление сильных и слабых сторон гостиничного предприятия. Обнаруженные сильные стороны послужат базой, на которую предприятие должно опираться в конкурентной борьбе и которую оно обязано расширять и укреплять. Объектом самого пристального внимания являются слабые стороны. Руководству изучаемого отеля рекомендуем, определив таковые, постараться избавиться от большинства из них.

Внешняя среда гостиничного предприятия «Уют» рассматривается нами как совокупность двух относительно самостоятельных подсистем:

- макроокружения;
- непосредственного окружения.

Изучение демографических факторов макросреды занимает важное место при анализе рыночных возможностей гостиничного предприятия. Собрав данные о тенденциях в демографических процессах, маркетологи анализируют их влияние на деятельность гостиничного предприятия, определяют направления приложения основных усилий и прогнозируют результаты будущей работы.

Собственнику и главным специалистам гостинично-ресторанного комплекса «Уют» рекомендуем изучить структуру распределения доходов между различными группами собственных клиентов. Наряду с другими вопросами в анкете гостя можно выделить графу «Место работы» или «Область профессиональной деятельности», «Уровень доходов». Анкету можно сделать анонимной. Это позволит приблизительно определить, какая доля расходов каждой группы населения (клиентов) приходится на потребление гостиничных услуг.

Проводя исследования факторов макросреды отеля «Уют» в определенный момент времени нужно учитывать два принципиальных момента.

Во-первых, все факторы макроокружения маркетинговой сферы интенсивно взаимно проникновенны и влияют друг на друга. Поэтому их анализ необходимо вести не по отдельности, а системно, в комплексе.

Во-вторых, степень влияния факторов макросреды на разнообразные предприятия гостиничного бизнеса разная и зависит от их значимости, территориального расположения, особенностей деятельности и т.д.

Задача маркетинговых исследований в отеле «Уют» состоит в получении информации о настроениях, царящих в контактных аудиториях, предвосхищении наиболее вероятных действий по отношению к предприятию, а также поиске средств и форм для налаживания конструктивного сотрудничества с общественностью.

Нужно иметь в виду, что гостиничное предприятие «Уют» на рынке действует не обособленно, а в окружении и под воздействием разнообразных сил, которые составляют внешнюю среду маркетинга. Отношения, складывающиеся между субъектами среды и гостиницей, разнообразны и по характеру воздействия на них: со стороны гостиничного предприятия они могут быть контролируемыми и неконтролируемыми. Задача предприятия должна

сводиться к снижению до минимума неконтролируемых факторов среды и изысканию возможностей опосредованного влияния на них.

Маркетинговые исследования, проводимые специалистом гостиничного предприятия «Уют», должны быть, прежде всего, направлены на:

- анализ структуры и жизненного цикла гостиничного продукта;
- анализ конкурентной среды гостиницы на рынке г.Краснодара, Краснодарского края, международном уровне;
- построение конкурентной карты рынка
- ориентацию потребителей туристских услуг.

Правильное понимание имиджа потребителей предоставит собственнику, и специалистам по рекламе отеля «Уют» возможности понимать, чем руководствуется гость г. Краснодара, принимая решение о приобретении гостиничных услуг.

Анализ оценок потребителями гостиничных услуг позволит руководству отеля «Уют» разработать различные варианты маркетинговых действий. В одном случае гостиничное предприятие будет стараться качественно улучшить предлагаемый продукт. В другом случае будет стремиться к изменению отношений клиентов к своим услугам, доказывая их преимущества по сравнению с предложениями конкурентов.

Отметим, что удовлетворение требований потребителей можно рассматривать как «ядро», т.е. основой успешной деятельности любого гостиничного предприятия, в том числе и отеля «Уют». Благодаря пониманию поведения потребителя и удовлетворению его потребностей гостиничный комплекс «Уют» достигнет еще большей популярности на рынке индустрии гостеприимства г. Краснодара. Грамотная организация и проведение маркетинговых исследований в отеле «Уют» поспособствует этому в полной мере.

За шесть месяцев исследований добровольное анкетирование прошли 384 респондентов. Анонимное анкетирование было проведено в первой половине 2016 года среди клиентов гостиничного предприятия «Уют». Нами было проведено первичное маркетинговое исследование по изучению отношения гостей к вопросам обслуживания в гостинично-ресторанном комплексе «Уют» методом самостоятельного заполнения анкет.

Задачами маркетингового исследования являлось:

1. Определить образ постоянных клиентов гостинично-ресторанного предприятия за пол года 2016 г.г. Краснодара.
2. Выявить приоритеты потенциальных клиентов отеля «Уют».
3. Выявить преимущества и недостатки в работе исследуемого отеля по сравнению с другими гостиничными предприятиями г. Краснодара.
4. Провести анкетирование постоянных и потенциальных клиентов.
5. Обобщить результаты маркетингового исследования.
6. Разработать практические рекомендации для собственника и руководства гостиницы отеля «Уют» с учетом результатов маркетингового исследования.

Анализ ответов респондентов на вопросы анкеты показал, что посещаемость ими отеля «Уют» довольно высока: 23% респондентов бывают в отеле один раз в неделю, 42% - в выходные дни, 20% – один раз в месяц, 6% – один раз в году, 9% – несколько раз в году (рис. 1).

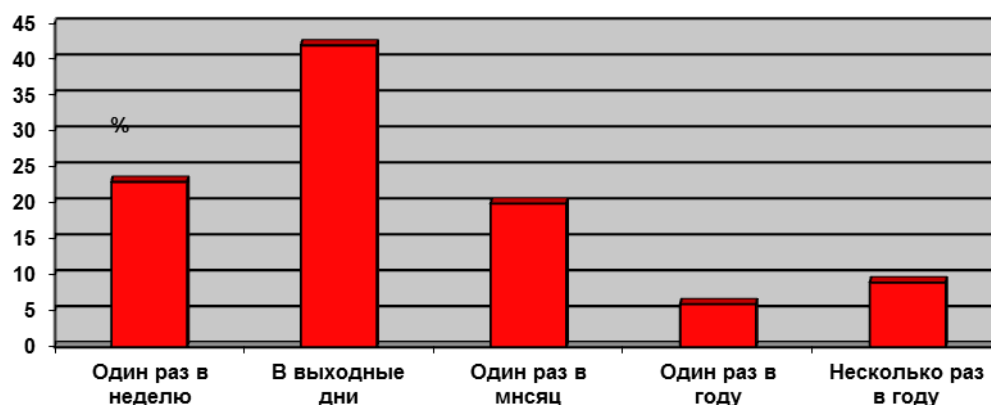


Рисунок 1 – Частота посещаемости гостями отеля «Уют»

Об отеле «Уют» 39% опрошенных узнали от друзей, 11% – из рекламы в СМИ, 32% – из рекламы в Интернете, 13 % – из наружной рекламы (реклама на щитах) (рис.2).

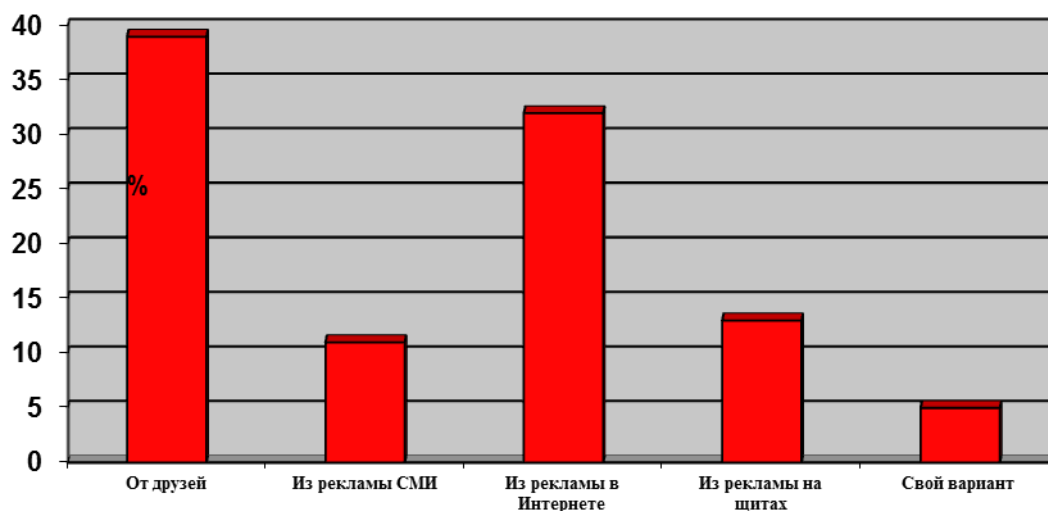


Рисунок 2 – Источники рекламной информации об отеле «Уют»

На вопрос: «Нравится ли обслуживание в отеле «Уют» – 64% респондентов дали утвердительный ответ, 31% отрицательный, не знают – 2% и 3% дали свой вариант ответа, из чего можно сделать вывод о довольно высоком качестве обслуживания в данной гостинице (рис. 3).

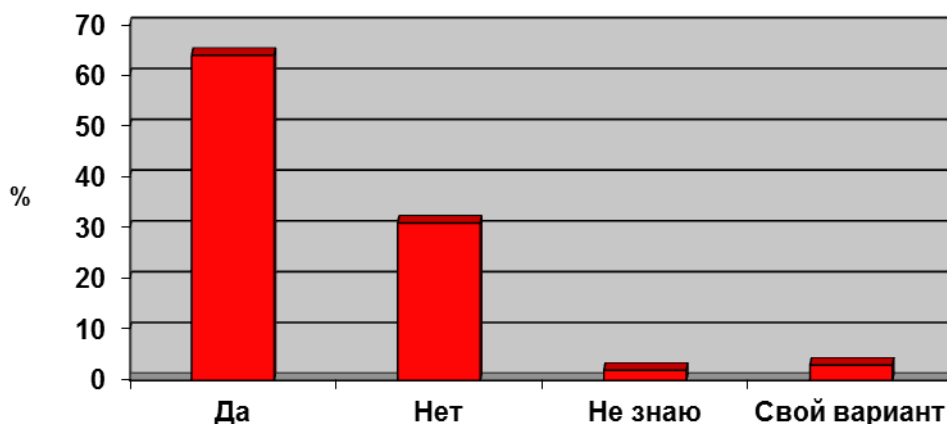


Рисунок 3 – Удовлетворенность качеством обслуживания в отеле «Уют»

Об этом же говорят и данные о сравнении качества обслуживания в отеле «Уют» с другими гостиницами г.Краснодара: 61% опрошенных считают, что обслуживание в отеле «Уют» лучше, чем в других гостиницах города, 31% – что такое же, и только 8% считают, что обслуживание хуже (рис. 4).

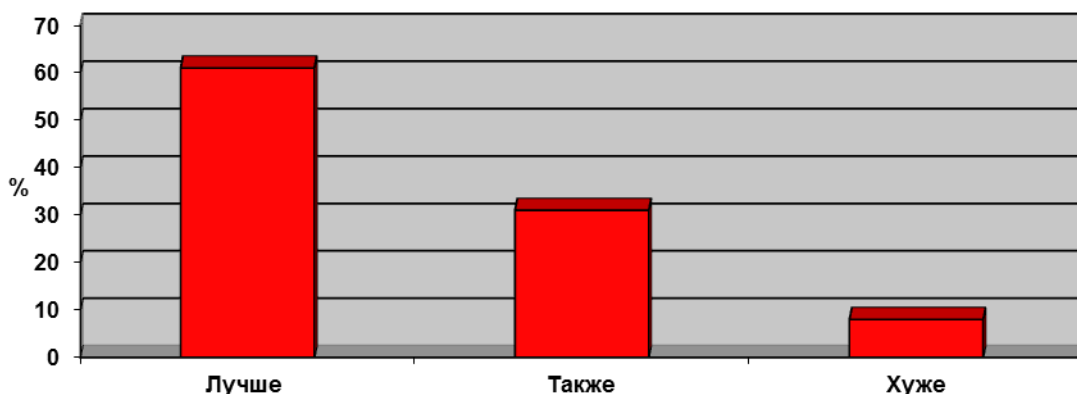


Рисунок 4 – Сравнение качества обслуживания в отеле «Уют»
с другими гостиничными предприятиями города Краснодара

Дизайн и интерьер отеля «Уют» нравится 72% клиентов, не нравится – 23%, безразличен для 3%, свое суждение высказали 2% опрошенных (рис. 5).

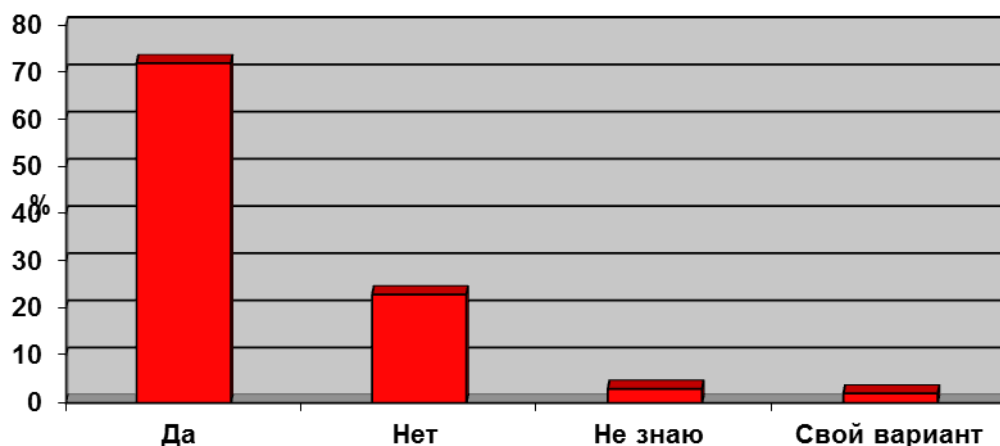


Рисунок 5 – Удовлетворенность дизайном и интерьером отеля «Уют»

Из числа опрошенных 25% считают уровень цен на услуги отеля «Уют» достаточно высоким, 29% клиентов уровень цен устраивает, 36% респондентов полагают, что уровень цен на услуги предоставляемые отелем средний и 10% дали свой вариант ответа (рис. 6).

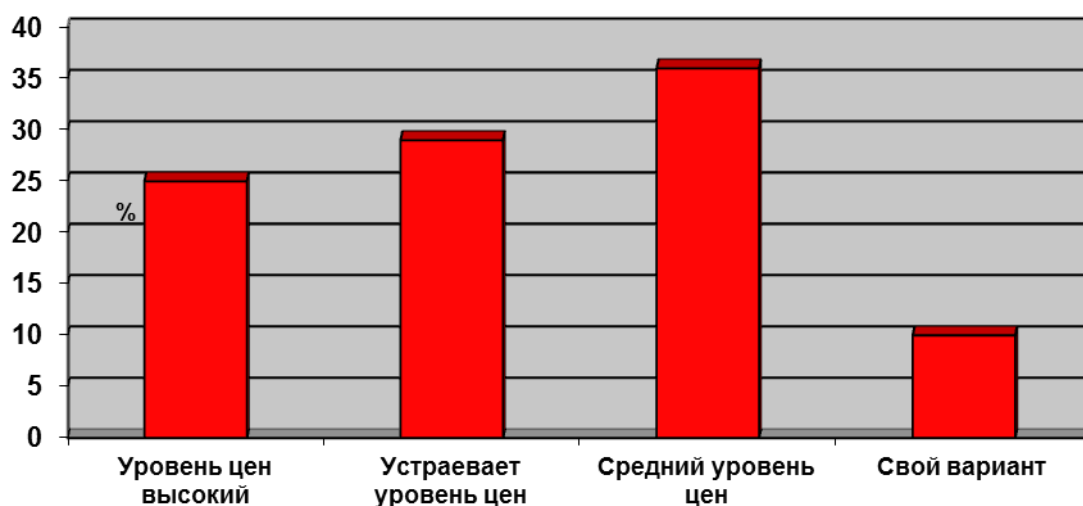


Рисунок 6 – Отношение посетителей к уровню цен на услуги отеля «Уют»

На вопрос, «Какие меры, на Ваш взгляд, нужно предпринять, чтобы улучшить обслуживание в отеле «Уют» – клиенты высказали много ценных пожеланий о качестве обслуживания, включения новых дополнительных услуг, повышение квалификации и обученности персонала, улучшения микроклимата здания гостиничного предприятия, внедрения инновационных технических механизмов и программных продуктов и т.д., которые необходимо учесть руководству в дальнейшей работе изучаемого гостиничного предприятия.

Мы рекомендуем руководству отеля «Уют» организовать следующие взаимоотношения специалиста-маркетолога с другими подразделениями гостиницы по выполнению функций маркетинга:

1. Проведение маркетинговых исследований.
2. Сегментация рынков.
3. Изучение потребителей.
4. Определение позиции сервисного продукта на рынке города Краснодара.
5. Изучение конкурентов (нами проведены данные исследования результаты, которых будут опубликованы в следующей статье).
6. Исследование окружающей среды предпринимательской деятельности (правовая, институциональная, экономическая, политическая, культурная).
7. Определение номенклатуры предлагаемых услуг и направлений ее развития.
8. Определение цен на услуги.
9. Оценка и выбор каналов сбыта и торговых посредников.
10. Заключение договоров с конечными потребителями и торговыми посредниками.
11. Разработка стратегических и оперативных не только планов маркетинга, но и программ.
12. Разработка бюджета маркетинга.

13. Повышение квалификации сотрудников в области маркетинга.

14. Проведение внутренней ревизии (выявление сильных и слабых сторон) маркетинговой деятельности.

Принимать решение о проведении внутренней ревизии по нашему мнению должен собственник. Внутреннюю ревизию должна осуществлять специально созданная им комиссия. Главный бухгалтер должен предоставить всю необходимую информацию. Контроль осуществляет лицо, назначенное собственником.

Все выше рассмотренное и предложенное приведет к оптимизации маркетинговой деятельности гостиничного предприятия «Уют», что повысит конкурентоспособность изучаемого отеля и приумножит его прибыль.

References

1. Геращенко И.Н. Особенности деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса и ее совершенствование (на примере гостиницы «Ла-Манш», г. Приморско-Ахтарск) // Современное развитие культуры и туризма в России: сб. науч. трудов по материал. I Междунар. научно-практ. конф. «Современное развитие культуры и туризма в России» / под ред. Н.А. Красновой; НОО «Профессиональная наука». – Симферополь: Изд-во ИП Краснова Н.А., 2016. С. 17-28.

2. Гостиницы Краснодара [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.yughotel.ru>

3. Костин К.Б. Инновационная модель эффективного развития туристского он-лайн сообщества на основе маркетингового инструментария/ К.Б. Костин // «Экономические науки», 2016. № 1 (134). С. 158-162.

UDC 339.3

Savenkova I.S. Sennaya I.K. Analysis of marketing techniques on the example of the Orenburg supermarkets network "Pyaterochka"

Анализ маркетинговых приёмов на примере Оренбургской сети универсамов
«Пятёрочка»

Savenkova Irina Sergeevna

Orenburg State University, Orenburg

Sennaya Inna Konstantinovna

Orenburg State University, Orenburg

inka507@mail.ru

Scientific director:

Kashchenko Elena Genrichovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Orenburg State University, Orenburg

Савенкова Ирина Сергеевна

Оренбургский государственный университет, г.Оренбург

Сенная Инна Константиновна

Оренбургский государственный университет, г.Оренбург

Научный руководитель:

Кащенко Елена Генриховна

Кандидат эк.наук, доцент Оренбургского Государственного университета, г. Оренбург

Abstract. The work aims to identify the characteristics of the supermarket "Pyaterochka" and features used marketing techniques. The reduced number of ways to attract customers and developed recommendations to prevent unnecessary purchases.

Keywords: supermarket, marketing, marketing technique.

Аннотация. Работа преследует цель выявить характеристику супермаркетов «Пятёрочка» и особенностей используемых маркетинговых приёмов. Приведён ряд способов по привлечению клиентов и разработаны рекомендации по предупреждению ненужных покупок.

Ключевые слова: супермаркет, маркетолог, маркетинговый приём.

Современный мир, основанный на рыночных отношениях сложно представить без маркетинга, больших рекламных щитов, раздачи листовок. С помощью него осуществляется эффективный сбыт товаров, посредством выявления потребностей потребителей.

Специалисты проводят различные маркетинговые исследования, разрабатывают стратегии их реализации. Выявив потребности населения, они подбирают маркетинговые приемы с целью привлечения внимания к своей организации. Данные приемы наглядно представлены в магазинах, супермаркетах, торговых центрах. Но не все люди могут их отличить, в большинстве своем мы поддаемся их влиянию.

Рассмотрим основные приемы на примере торговой сети «Пятерочка». Универсам находится недалеко от дома, каждый день мы заходим за продуктами и подвергаемся влиянию продуманных маркетинговых приемов. Как не попасться на удочку маркетологов и не купить ненужный товар? Проанализируем ситуацию в универсаме и предложим соответствующие рекомендации.

Так как для анализа выбрана торговая сеть «Пятерочка», считаем необходимым начать с предыстории. Это сеть продовольственных магазинов, которая представлена компанией X5 Retail Group. В ней есть свежие продукты, бытовая химия и товары для дома. Сеть X5 Retail Group включает в себя супермаркеты «Перекресток», гипермаркеты «Карусель» и магазины «Экспресс», а также распределительные центры и грузовой автотранспорт.

Впервые «Пятерочка» появилась на рынке в 1999 году в Санкт-Петербурге, а основана годом ранее, в 1998 г. У нее был особый логотип, представляющий собой красные цифру «5» в кольце и слово «Пятерочка». Сеть быстро развивалась, этому способствовало и открытие собственного учебного центра по подготовке и повышению квалификации персонала, и строительство офисно-логистического центра. Что позволило более чем на 30% снизить логистические издержки и в два раза уменьшить объем используемых площадей.

В 2006 году произошло слияние торговых сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток». В 2011_году было открытие первого гипермаркета торговой

сети «Карусель» группы X5 в Оренбургской области. Следует отметить, что двумя годами позднее, в 2013г. произошел ребрендинг и смена позиционирования торговой сети, ее обновление. Сменился логотип универсама. На нем стали изображать стилизованное яблоко с зеленым листом, символизирующим свежесть продукции. Уже в 2015 году группа X5 приобрела 100 магазинов торговой сети «СоседДушка» в городе Оренбурге и Оренбургской области.

Количество магазинов «Пятерочка» в Оренбургской области увеличивается благодаря интеграции сетей. Сеть универсамов Пятерочка в Оренбурге это торговые точки с большим выбором товаров по бюджетно-низким ценам, что позволяет привлечь клиентов с минимальными доходами. К тому же, в универсаме проводятся акции и скидки. В Оренбургской сети универсамов «Пятерочка» отмечается обилие местных продуктов, что обуславливается сотрудничеством с местными производителями. Изучив предпочтения оренбуржцев, был открыт отдел свежей выпечки. Отметим, что сеть магазинов Пятерочка постоянно совершенствует качество обслуживания.

Теперь внимательно рассмотрим характеристику магазинов сети «Пятёрочка». Вы, наверное, идя по улице, не раз замечали магазины типа «аквариум». Одним их таких является и рассматриваемый нами. Дело в том, что подобная конструкция очень привлекает и заманивает потребителей, они невольно обращают внимание на происходящее внутри и у них возникает желание зайти внутрь. В «Пятёрочке» за такими стеклянными стенами прилавки содержатся в чистом, опрятном виде, на глазах у прохожего картина как люди приобретают разнообразный товар. Тем самым, маркетологи справились со своей задачей – «заманить» человека. Зайдя внутрь, важное значение имеют цвет стен и особенно, освещение. Специалисты уверены, что цветовая гамма в заведениях играет первостепенную роль. Так, например, можно отказаться от покупок совсем или же, наоборот возбудить интерес к

товарам, цвет помогает настроиться на спокойный лад, тщательно обдумать покупку. Зеленый цвет в магазинах «Пятёрочка» успокаивает, освежает, концентрирует и располагает. Он является символом жизни и здоровья. Красный, который мы видим в интерьере магазина, является символом жизни и энергии. Он стимулирует потребителей на совершение покупок, его часто используют на распродажах, что, несомненно, привлекает людей. Красный в сочетании с белым символизирует силу магазина. Дополняют интерьер хорошие яркие лампы, которые позволяют рассмотреть весь товар, убедившись в его качестве [2].

Название магазина «Пятёрочка» говорит нам о многом. Когда человек слышит такое название, у него сразу возникают мысли о чем-то лучшем, непревзойдённом, у некоторых это название ассоциируется с оценкой «отлично». Каждому нравится получать отличные отметки, это, несомненно, находит положительный отклик. «Пятёрочка» сразу настраивает потребителей на то, что в её ассортименте товары самые лучшие, качественные, свежие и по приемлемой цене. Увидев вывеску магазина, у нас создадутся приятные ассоциации, возможно, улучшится настроение, что не даст негатива в адрес магазина [1].

Для удобства, на входе в магазин, располагаются ящички для хранения ваших сумок или прочих вещей, которым присвоен свой порядковый номер. Такая мини-камера хранения под защитой – отлаженным замком и ключиком с большим номерком. Рядом имеется небольшой столик для того, чтобы аккуратно сложить приобретенный товар. Кажется, что это мелочи, однако именно они создают удобство и комфорт. Необходимым атрибутом является тележка или корзинка. Кстати, в магазинах «Пятёрочка» корзинки для покупок тоже зелёного цвета. Размер таких корзинок и тележек сравнительно больше, чем в других подобных супермаркетах. Специалисты маркетологи отмечают,

что пустое незаполненное место в тележке создают у покупателя дискомфорт, для избавления которого необходимо просто доложить туда товаров.

Таким образом, рассмотрев основные моменты по организации магазина «Пятёрочка», перейдём к другим маркетинговым приёмам, использованным в нём.

Итак, обратим внимание на запах в рассматриваемой сети магазинах. В «Пятёрочке» имеется отдельная лавка со свежей выпечкой. Именно она и источает приятный сладковатый запах ванили. Магазины, а также рестораны любят хитрить своих клиентов, возбуждая, таким образом, аппетит. Голодный потребитель не сможет пройти мимо, захватив с собой пару булочек, и есть вероятность покупки напитка, который располагается совсем рядом.

Одним из старейших методов является использование «0,99» в ценах. Стоимость товара способна как оттолкнуть, так и заманить ещё больше покупателя. И дело совершенно не в том дорого это или дешево, а в том — применены ли вы маленькие психологические хитрости в ценообразовании. Наш мозг устроен таким образом, что увидев цифру 399, он округляется её до 300, а не до 400. В «Пятёрочке» используется такой прием, чтобы клиент почувствовал, что он покупает товары по более низкой цене.

Следующей хитростью, с которой сталкиваются посетители магазина, является то, что самые важные и наиболее часто приобретаемые товары (например, хлеб и молоко) расположены далеко от входа. Для того чтобы добраться до них, придётся пройти мимо множества других отделов. Тем самым повышается вероятность приобретения прочих товаров.

Замечали ли вы, что между отделами часто расположены огромные коробки с ходовыми товарами – влажные салфетки, чай, кофе, соки... А в предпраздничные дни тут может быть расположены разные вариации подарков. Это является специальным приёмом. Ведь продавцы знают, что покупатель совершит импульсивную покупку, если товар буквально лежит у него на пути.

Очень часто маркетологи играют на нашем чувстве голоде. Только вступив на порог магазина, мы начинаем чувствовать доносящиеся ароматы. Они активируют наши покупательские рецепторы, и потребитель идет по зову еды. Часто универсам устраивает дегустацию продукции: колбас, сыров, реже сладкого. Все предлагается бесплатно, а попробовав, вам хочется купить товар. В такие моменты труднее удержаться от покупки.

Одним из популярных приемов является расположение сопутствующих товаров рядом друг с другом. Икра и красная рыба недалеко от масла, чипсы от пива. В Пятерочке напротив полок с чаем располагаются полки со сладким. Это направлено на то, чтобы потребитель не забыл, что ему нужно докупить к уже приобретенному товару.

В связи с популяризацией здорового образа жизни и правильного питания, маркетологи начали расставлять такую продукцию на самом верху в начале зала, чтобы клиент купил полезный продукт, прошел дальше, расслабился и приобрел еще много дополнительных вещей.

Еще один прием – «выгодные» акции. Вы думаете, что действительно сэкономили, купив несколько товаров по меньшей стоимости. Однако маркетологи заранее комплектуют залежалый и свежий товары, чтобы не оставалось просроченных товаров.

И наконец, самый распространенный прием – продажа мелких товаров. У кассы должны быть расположены стеллажи с многочисленными мелкими покупками: жевательная резинка, леденцы, шоколадные батончики, т.е. товары из категории «неожиданные покупки», когда решение об их приобретении приходит в самый последний момент. К тому же очередь обычно движется медленно, а покупатель в это время рассматривает товар рядом с собой. И каждый десятый клиент обязательно что-нибудь купит [3].

Исходя из представленных маркетинговых приемов, определим рекомендации, благодаря которым потребителю удастся избежать уловок маркетологов.

1. Составьте дома свой список покупок и четко следуйте ему в магазине. Перед походом в магазин составьте список тех продуктов, которые вам необходимо купить. Отнеситесь к этому серьезно, иначе Вы купите много «ненужного» товара. Помните список, причем максимально подробный и точный.

2. Не покупайте того, чего нет в вашем списке. Самый нежелательный для супермаркетов покупатель — тот, кто покупает по списку. Он берет лишь то, что нужно, и не «ведется» на уловки мерчандайзеров, специально разложивших товар для стимуляции «импульсного спроса».

3. Определите и возьмите с собой ту сумму денег, которую хотели бы потратить. Отправляясь в магазин, чтобы не было соблазна купить, что-нибудь лишнее, возьмите деньги только на покупки из списка. Тогда у Вас просто не останется денег для лишних трат.

4. Помните, если предложение кажется на первый взгляд слишком хорошим, то это, скорее всего, уловка.

5. Ходите за покупками без чувства голода. Подкрепитесь как следует. На голодный желудок вы купите гораздо больше, чем требуется, или когда чувствуете усталость - обязательно купите сладостей, или когда обозлены на что-то или кого-то - потратите деньги на самые бездарные и бесполезные товары.

6. Запомните, что самые дорогие продукты в супермаркетах размещают на уровне глаз. Не поленитесь наклониться к нижней полке или протянуть руку к верхней.

7. Избегайте покупки товаров на кассах - они могут быть дороже, но привлекательны для тех, кто, скажем, голоден.

Таким образом, анализируя маркетинговые приемы в супермаркетах «Пятёрочка» в Оренбургской области можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день используется широкий спектр приемов, оказывающих влияние на покупателей и побуждающих их на совершение покупок. Разрабатывая подобного рода ходы, маркетологи учитывают все нюансы от размещения магазина до различных особенностей потребителей. Конечно, все эти приёмы не совсем честны к клиентам, однако работают безотказно. Как посетителю подобного рода супермаркета необходимо помнить – право выбора всегда остается за покупателем, а не за маркетологами.

References

1. Романова Е. А. Управление взаимоотношениями с клиентами // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2008. – №.4. – С.57–60
2. Сыропятова С. Б., Афоничкина Н.А. Ценовая политика и ценовая конкурентоспособность продукции // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2010. – №20.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2015. – 496 с.

SECTION 4. BUSINESS

UDC 338.23

Petechel T.A., Badalov A.Z. Free Port Vladivostok as a tool for regional policy

Свободный порт Владивосток как инструмент региональной политики

Petechel Tatiana Aleksandrovna,

Associate Professor, Department of Finance and Credit, School of Economics and Management of the Far Eastern Federal University, Vladivostok
tatyana_p11@mail.ru

Badalov Aysel Zuryat kyzy,

4th year student, the direction of "Economics", School of Economics and Management of the Far Eastern Federal University, Vladivostok
asya_01_95@mail.ru

Петечел Татьяна Александровна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита, Школа экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток

Бадалова Айсел Зурят кызы,

студентка 4 курса, направление «Экономика», Школы экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток

Abstract. Primorskiy kray is a strategically important region for economic development, as the Far Eastern Federal District and the Russian Federation as a whole. One of the areas of regional development was the creation of the Free Port Vladivostok, in areas which are established measures of state support of entrepreneurs in order to attract investment in the economy DFVO focused on the production of competitive products in the Asia-Pacific markets, acceleration of socio-economic development and improve the living standards of the population of the Far East.

Keywords: Free Port Vladivostok, Far East economic development, tax incentives and preferences, government incentives, residents of Free Port Vladivostok, capital expenditures, investments.

Аннотация. Приморский край является стратегически важным регионом для экономического развития, как Дальневосточного федерального округа, так и РФ в целом. Одним из направлений регионального развития стало создание Свободного порта Владивосток, на территориях которого устанавливаются меры государственной поддержки предпринимателей в целях привлечения инвестиций в экономику ДФВО, ориентированную на выпуск конкурентоспособной на рынках АТР продукции, ускорения социально-экономического развития и повышения уровня жизни населения Дальнего Востока.

Ключевые слова: Свободный порт Владивосток, экономическое развитие Дальнего Востока, налоговые льготы и преференции, государственное стимулирование, резиденты СПВ, капитальные вложения, инвестиции.

Стратегическая региональная политика – одно из направлений стабильного функционирования территорий. Государственная региональная политика направлена на обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, сокращение уровня межрегиональной дифференциации в социально-экономическом состоянии регионов и качестве жизни [3].

Для выполнения задач региональной политики необходимо создание эффективных инструментов ее реализации. Так, инструменты региональной политики условно можно разделить на следующие группы:

- планирование и прогнозирование;
- бюджетно-налоговая система;
- использование различных регулирующих инструментов, в т.ч. инвестиционные займы, субсидии на создание рабочих мест, различные преференции и т.д. [5].

Режим Свободного порта Владивосток вполне можно рассматривать с точки зрения инструмента региональной политики.

Приморский край является стратегически важным регионом для экономического развития, как Дальневосточного федерального округа, так и РФ в целом. Так, Приморский край и Владивосток, в частности, на сегодняшний день и в будущем рассматривается как центр международного, социально-экономического, инновационного взаимодействия со странами АТР.

Географическое расположение края, наличие незамерзающих портов обеспечивает круглогодичные связи со всеми странами Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР), даёт возможность стать Приморскому краю стратегическим транспортно-логистическим узлом страны, и, активизируя

потенциал внешнеэкономической и международной деятельности, получить импульс к развитию отраслей экономики, исторически не связанных с данной территорией, что является главнейшими аспектами региональной политики Приморского края. Поэтому, именно Приморье стало главным и самым крупным бенефициаром решений, принимаемых федеральными властями, нацеленных на улучшение инвестиционного климата на Дальнем Востоке и обеспечение устойчивого экономического роста.

Благодаря итальянскому термину «порто-франко» (porto franko), который означал морскую гавань с беспошлинным режимом ввоза иностранных товаров, и образовался термин «свободный порт». Так, свободные порты впервые появились в Италии в XVI веке. Россия также имеет немалый опыт в образовании и деятельности портовых территорий. Порто-франко был образован и функционировал в г. Одесса с 1819 по 1859 г., на Камчатке с 1828 г. по 1838 г., а в 1856 году режим свободной торговли был открыт в Николаевске-на-Амуре [4].

Владивосток также обладал статусом «свободного порта» с 1861 по 1909 годы. В это время наблюдается значительный рост экономики города. Наиболее значительный рост объёма торговли на этот порт пришёлся на 90-е годы XIX века. Например, в период с 1883 по 1899 год объём грузооборота в нём увеличился с 47,8 тысячи тонн до 333,3 тысячи тонн. Российское Правительство рассматривало данную меру, как мотивирующую для быстрого заселения нового края и обеспечения его «какими бы то ни было способами и независимо от всякой финансовой политики всеми предметами снабжения, в каких он нуждался, не разбирая, будут ли они русские или иностранные, лишь бы только имелись налицо» [10].

12 октября 2015 года вступил в силу Федеральный закон «О свободном порте Владивосток» [1]. Его трудно назвать аналогом известных из мировой практики «порто-франко», поскольку в данном случае речь идет не об отдельно

взятом порте и даже не о сугубо прибрежной территории, а фактически обо всей южной части Приморского края, где есть не только морские порты, но и аэропорт, наземные пограничные переходы. При этом в процессе обсуждения и корректировки соответствующего законопроекта некоторые условия работы свободного порта были сделаны еще более благоприятными: территория увеличилась с семи до 12 муниципальных образований, а деление свободного порта на зоны с различной специализацией (промышленная, портовая, технико-внедренческая, туристическая) было исключено.

Территория СПВ охватывает 15 муниципальных районов Приморского края, которые расположены вдоль границы с Китаем, Северной Кореей, Японского моря. Согласно дополнениям, внесенным в закон «О свободном порте Владивосток» п. 1.1 ст.3 к свободному порту Владивосток относятся также территории муниципальных образований:

- Камчатского края: городского округа Петропавловск-Камчатский;
- Хабаровского края: Ванинского муниципального района;
- Сахалинской области: городского округа Корсаковский;
- Чукотского автономного округа: городского округа Певек.

Критерии отбора резидентов свободного порта:

1. Под резидентом свободного порта Владивосток понимается индивидуальный предприниматель или являющееся коммерческой организацией юридическое лицо, государственная регистрация которых осуществлена на территории свободного порта Владивосток (ч.1. ст.10. гл.3, 212-ФЗ).

2. Индивидуальный предприниматель или юридическое лицо планирует реализовать на территории свободного порта Владивосток новый инвестиционный проект, либо указанные в заявке на заключение соглашения об осуществлении деятельности виды предпринимательской деятельности

являются для него новыми, то есть не осуществлялись им до даты направления заявки (п.1. Постановления Правительства РФ №1123).

3. Объем капитальных вложений не может быть менее 5 млн. рублей в срок, не превышающий 3-ех лет со дня включения индивидуального предпринимателя или юридического лица в реестр резидентов свободного порта Владивосток (п.2. Постановления Правительства РФ №1123).

4. Наличие у индивидуального предпринимателя или юридического лица недоимки по налогам и сборам, страховым взносам в государственные внебюджетные фонды Российской Федерации, задолженности по иным обязательным платежам в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации за прошедший календарный год, размер которых не должен превышать двадцать пять процентов балансовой стоимости активов заявителя, по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности за последний отчетный период (пп.7 п.7 ст. 11 №212-ФЗ).

Виды предпринимательской деятельности, которые не вправе осуществлять резиденты свободного порта Владивосток, установлены Протоколом №1 Наблюдательного совета от 21.10.2015 г.:

1. Добыча нефти и природного газа;

2. Производство подакцизных товаров, за исключением производства автомобилей легковых, мотоциклов, моторных масел, авиационного, дизельного и автомобильного топлива;

3. Административные виды деятельности, установленные Общероссийским классификатором видов экономической деятельности ОК 029-2014 (в редакции от 2/2015 ОКВЭД 2), утв. Приказом Росстандарта от 17.08.2015 N 1165-ст (за исключением: аренды и лизинга сельскохозяйственных машин и оборудования; строительных машин и оборудования для гражданского строительства, транспортных средств; воздушных транспортных средств; водных транспортных средств;

железнодорожных транспортных средств; двигателей, турбин и станков; прочих машин и оборудования, и материальных средств).

1. Виды деятельности, при осуществлении которых не предоставляются меры государственной поддержки[8]:

2. Деятельность финансовая и страховая;

3. Торговля оптовая и розничная .

Рассмотрим динамику и структуру заявок на резиденство Свободного порта Владивосток, объем инвестиций, а также количество рабочих мест в соответствии с данными заявками по состоянию на сентябрь 2016 года (таблица 1, рис 1.2,3).

Таблица 1

Основные показатели заявок на резидентство СПВ, январь-сентябрь 2016 года

Период 2016 года	Количество заявок	Объем инвестиций, млрд руб.	Количество рабочих мест
Январь	10	72,4	1027
Февраль	11	4,9	1226
Март	3	0,2	110
Апрель	6	2,2	341
Май	10	9,5	792
Июнь	21	4,2	1116
Июль	12	6,6	1074
Август	17	7,5	763
Сентябрь	26	89,4	3065

Источник: [9]

Проведенный анализ данных т. 1 и Реестра резидентов Свободного порта Владивосток [11] показал:

1. Все проекты разные — как по специализации, так и по объему инвестиций.

2. Показатели к сентябрю 2016 года значительно выше по сравнению с показателями января 2016 года, что говорит о растущей заинтересованности предприятий в получении статуса резидента СПВ.

3. Резиденты представляют главным образом российский бизнес, чаще всего – региональный.

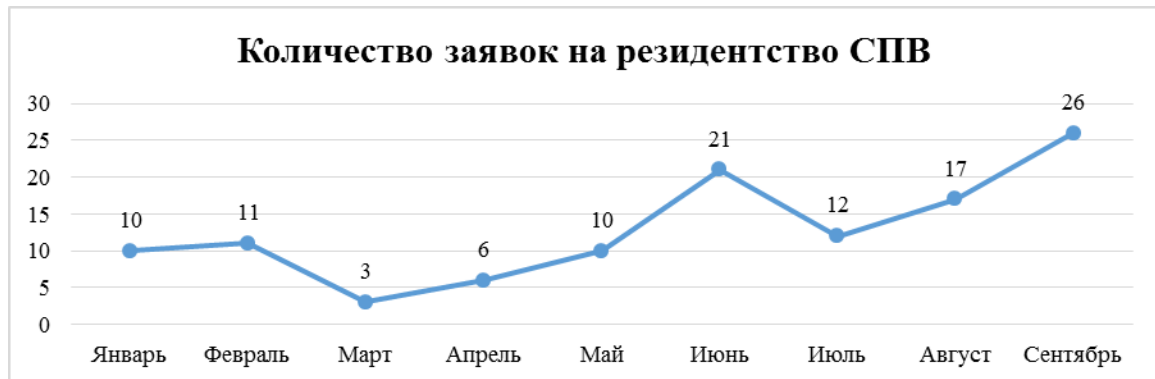


Рисунок 1. Динамика заявок на резидентство СПВ, январь-сентябрь 2016 года
Источник: [9]

Из данного рисунка следует, что количество заявок на получение статуса резидента свободного порта Владивосток в сентябре 2016 года увеличилось в 2,6 раз по сравнению с январем 2016 г. При этом, наибольшее значение этого показателя наблюдается в июне и сентябре 2016 г. Что касается объема инвестиций, то данный показатель с июня также имеет тенденцию роста. В сентябре объем инвестиций составил 89,4 млрд рублей, что на 23,5% выше по сравнению с январем 2016 года (рис.2).

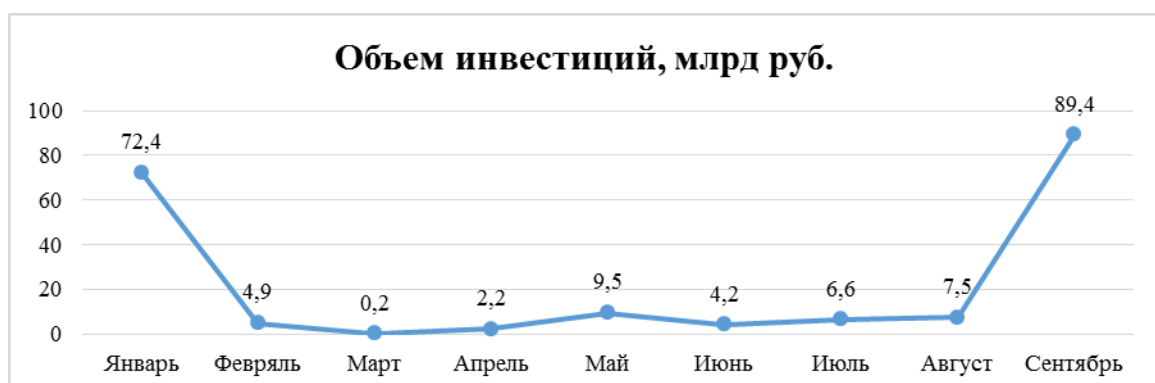


Рисунок 2. Динамика инвестиций в соответствии с заявками на резидентство СПВ, январь-сентябрь 2016 года

Источник: [9]

По состоянию на 17.11.2016 резидентами СПВ стали 99 предприятий в различных сферах деятельности. Первыми организациями, зарегистрировавшимися в качестве резидентов СПВ, стали ООО «Владивостокский Рыбный Терминал», ООО «ТРК Приморское кольцо», ООО «ЭРЗО», ООО «Ментор» и ООО «Каскад», занимающиеся различными видами предпринимательской деятельности: организация перевозок грузов; оптовая торговля рыбой, морепродуктами и рыбными консервами; предоставление услуг по монтажу, ремонту и техническому обслуживанию промышленного холодильного вентиляционного оборудования и др. [8].

Наибольший объем средств, вложил в свой проект ООО «Владивостокский рыбный терминал» — 800 млн рублей. Проект предполагает строительство на территории Владивостокского морского рыбного порта специализированного холодильного комплекса по хранению и перевалке рыбной продукции. 470 млн рублей обязалось вложить в свой проект создания туристско-рекреационного кластера ООО «ТРК Приморское кольцо» на базе уже существующего одноименного спортивно-технического комплекса в Артемовском городском округе. Инвестиции пойдут на реализацию второй очереди СТК, предполагающих создание дополнительной инфраструктуры для туризма и активного отдыха.

Инновационное малое предприятие по переработке б/у автомобильных покрышек методом пиролиза, который позволит создать 24 рабочих места, в рамках Свободного порта создаст ООО «Эрзо», обязавшееся вложить в него 33 млн рублей.

ООО «Каскад» — займется реализацией логистического проекта. Инвестор создаст комплекс по перевалке грузов с различным классом опасности на базе действующего предприятия в Находке. Первоначальные инвестиции в проект составят 10 млн рублей, количество новых рабочих мест — 15.

ООО «Ментор» планирует вложить 21,75 млн рублей в проект выращивания и переработки на территории Приморья картофеля и клубнеплодовых культур. При выходе на плановую мощность компания планирует обеспечить работой до 45 человек [7].

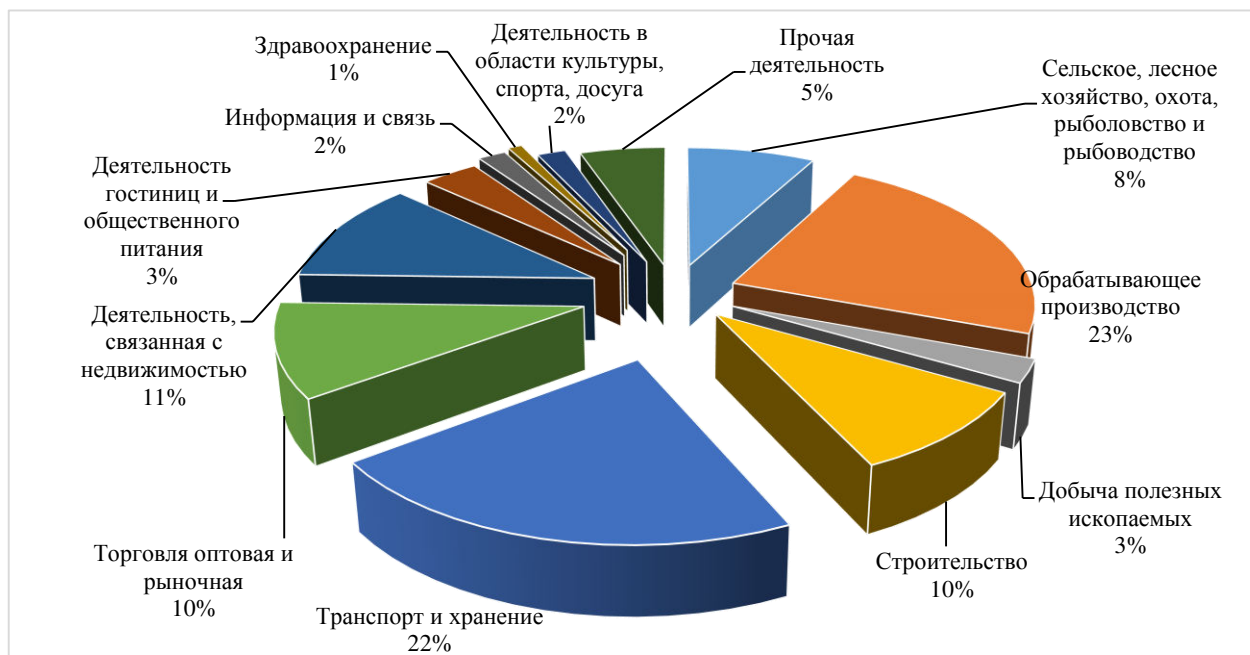


Рисунок 3. Видовая структура предпринимательской деятельности, осуществляемая резидентами Свободного порта Владивосток (на 17.11.16)

Источник: Составлено на основании [8, 11]

Из данных, представленных на рисунке 3, следует, что большая часть резидентов Свободного порта Владивосток осуществляют деятельность в обрабатывающей промышленности, транспортной, строительной отраслях, а также в отраслях торговли и недвижимости. Суммарная доля этих резидентов составляет 76% в общем количестве зарегистрированных резидентов.

Рассмотрим территориальную структуру организаций, зарегистрированных в качестве резидентов СВП (рис.)

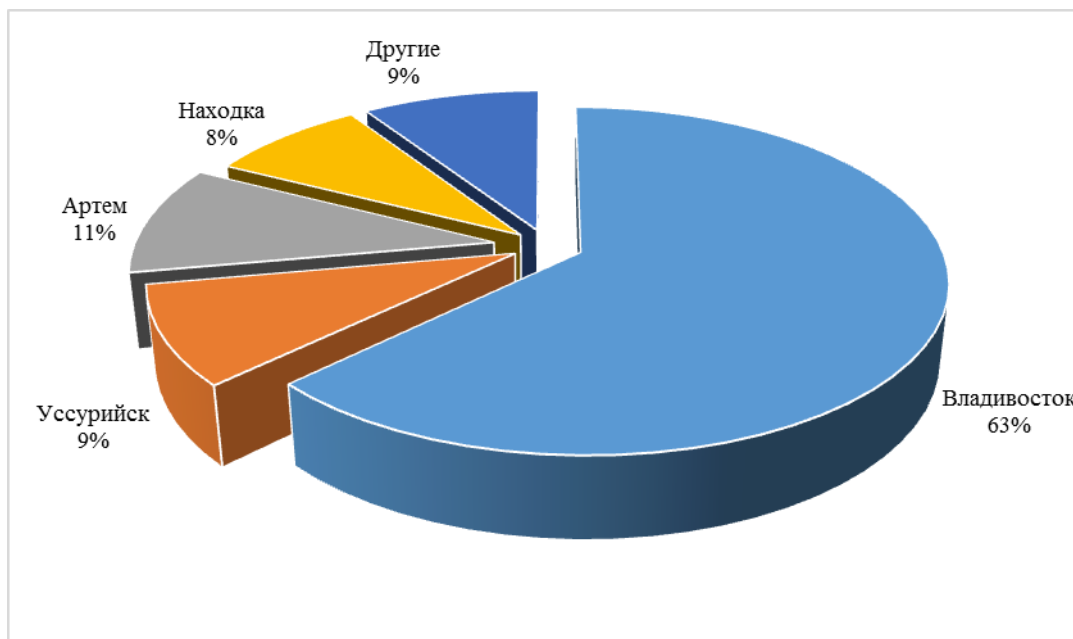


Рисунок 4. Территориальная структура предприятий-резидентов СВП (на 17.11.2016)

Источник: составлено автором на основании [7, 10]

Проведенный анализ состава резидентов СПВ показал, что большинство резидентов ведут свою деятельность на территории Владивостока (63%), Артема (11%), Уссурийска (9%) и Находки (8%).

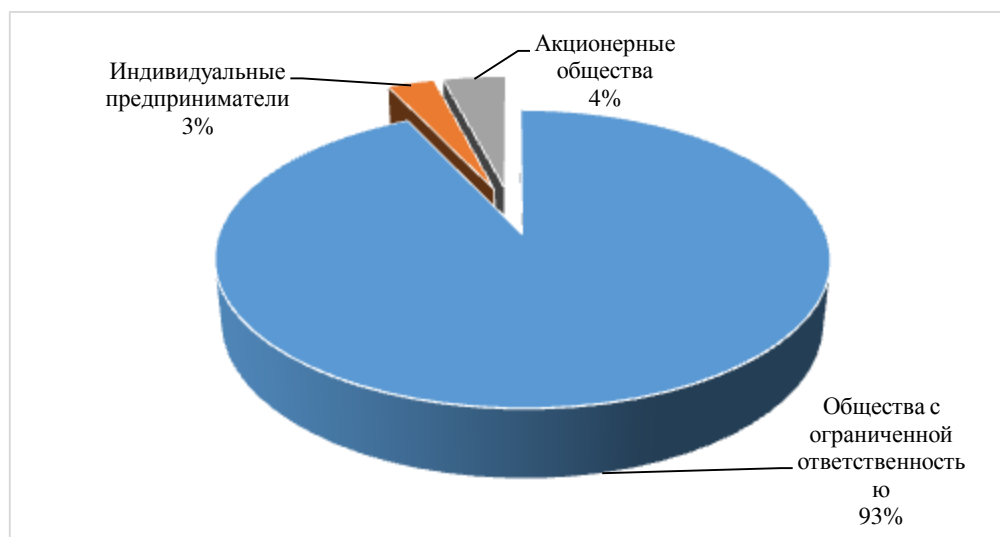


Рисунок 5. Структура резидентов СПВ по организационно-правовой форме (на 17.11.2016)

Источник: составлено на основании [7, 10]

Данные рисунка 5 свидетельствуют, что большинство резидентов зарегистрировано в форме Общества с ограниченной ответственностью (ООО).

В целях реализации проекта резидентам СПВ государство предоставляет особые виды государственного стимулирования, и различные виды преференций, предусмотренные Федеральным законом №212-ФЗ от 13.07.2015 «О свободном порте Владивосток», а также НК РФ. Льготы Свободного порта — это огромный ресурс для развития новых предприятий в Приморье, который будет иметь очень большой мультипликативный эффект для развития экономики всего Дальнего Востока.

Так, организации и ИП, зарегистрированные в установленном законодательством порядке в качестве резидентов СПВ, получают весьма ощутимые налоговые, таможенные и др. льготы. В таблице 2 представлены виды налоговых, таможенных и иных преференций, предоставляемые резидентам СПВ.

Налоговая политика государства является одним из главных факторов, оказывающих влияние на формирование благоприятной предпринимательской среды, поэтому снижение фискальной нагрузки для резидентов свободного порта Владивосток создает возможности получения дополнительных доходов. Так, государство предоставляет организациям-резидентам значительные освобождения для ведения предпринимательской деятельности на территории СПВ. Помимо того, что резиденты СПВ полностью освобождены от налога на имущество организаций и земельного налога, они также имеют право на льготные ставки по налогу на прибыль, в течение первых 5-ти лет функционирования.

Отказ в налоговых преференциях может быть в случае, если резидент не отвечает одному из требований:

1. Государственная регистрация юридического лица осуществлена на территории свободного порта Владивосток;
2. Организация не имеет в своем составе обособленных подразделений, расположенных за пределами территории свободного порта Владивосток;
3. Организация не применяет специальных налоговых режимов, предусмотренных Налоговым Кодексом;
4. Организация не является участником консолидированной группы налогоплательщиков;
5. Организация не является некоммерческой организацией, банком, страховой организацией (страховщиком), негосударственным пенсионным фондом, профессиональным участником рынка ценных бумаг, клиринговой организацией;
6. Организация не является резидентом особой экономической зоны любого типа;
7. Организация не является участником региональных инвестиционных проектов;

Таблица 2

Действующие преференции и льготы для резидентов СПВ

Налоги (отчисления)	Ставка общая	НПА	Ставка для резидентов	Срок действия	Начало действия	НПА
Федеральные						
Налог на прибыль	2%	п.1, ст.284	0% - в федеральный бюджет	в течение 5 налоговых периодов	с налогового периода, в котором получена первая прибыль	ст. 284-4 НК РФ или пп. 2 ст.1 №214-ФЗ от 13.07.15
НДС	процедура возмещения – 3 месяца		ускоренная процедура возмещения – 10 дней	по сроку действия соглашения	начиная с 01.10.2015	пп. 4 п. 2 ст., 7, 8 ст. 176-1 НК РФ и 2 ст. №214-ФЗ
Региональные						
Налог на прибыль	18% - региональный бюджет	п.1 ст.284 НК РФ	0% - первые 5 лет; 10%- последующие 5 лет		с налогового периода, в котором получена первая прибыль	ст.2 №719-КЗ от 01.09.15
налог на имущество организаций	2,2%	ст.382 НК РФ	0%	на 5 лет с месяца, следующего за месяцем постановки указанного имущества на баланс	начиная с месяца постановки указанного имущества на баланс организации	ст.1 №718-КЗ от 01.12.15
			0,5%	в течение последующих 5 лет с месяца, следующего за месяцем, в котором		

				прекратила действие налоговая ставка.		
Местные						
Земельный	0,3% - 1,5% устанавливается муниципалитетом	ст.394 НК РФ	0%	в течение 5 лет		принимается отдельно каждым муниципалитетом
Внебюджетные фонды						
Пенсионный Фонд России	22%	п.1 ст.58.2 Федерального закона от 24.07.2009 №212-ФЗ	6%	в течение 10 лет; льготы действуют для предприятий, ставших резидентами СПВ в течении 3 лет со дня вступления закона в силу (с 01.01.2016)	начиная с 1-го числа месяца, следующего за месяцем, в котором был получен статус резидента	ст.9, 17 и ст. п.2 ст.27 №213-ФЗ от 13.07.2015
Фонд Социального страхования	2,9%		1,5%			
Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования	5,1%		0,1%			
Административные преференции						
Предоставление земельных участков без торгов	договор аренды земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности, заключается на торгах, проводимых в форме аукциона	п. 1 ст. 39-6 ЗК РФ	договор аренды земли находящиеся в муниципальной собственности заключается без участия торгов и на срок реализации соглашения	по сроку действия соглашения	с момента получения статуса резидента	пп. 33 п. 2 ст. 39-6 ЗК РФ и пп. 18 п. 8 ст. 39-8 ЗК РФ
Визовый режим для иностранных граждан	- иностранные граждане могут въезжать в РФ и выезжать из РФ при наличии визы по действительным документам, удостоверяющим их личность и	ст.24 №114-ФЗ от 15.08.1	иностранные граждане, прибывающих в РФ через пункты	в течение 8 дней	с момента прибытия в пункты пропуска через гос.	ст. 25-17 №114-ФЗ от 15.08.1996

	признаваемым РФ; - пассажиры круизных лайнеров при прибытии в порт Владивосток могут находиться на территории РФ без визы до 72 часов; - владельцев карт для деловых и служебных поездок в страны АТЭС действует режим въезда без оформления визы	996 и Указ Презид ента России №777	пропуска через гос.границу РФ, расположенные на территории СПВ, устанавливается упрощенный визовый порядок въезда в РФ		границу РФ, расположенные на территории СПВ	
Разрешение на иностранную рабочую силу без квот	- наличие разрешения на привлечение и использование иностранных работников; - для определения размера квоты работодатели должны подать заявки, которые рассматриваются региональной межведомственной комиссией. -нет необходимости в квотах, если разрешение на работу оформляется на высококвалифицированного специалиста и бесквотную специальность.	п.4, ст. 13 №115- ФЗ от 25.07.2 002	- не требуется получение разрешений на привлечение и использование иностранных работников; - квоты определяются решением наблюдательного совета	по сроку действия соглашения	с момента получения статуса резидента	ст. 13-6 №115-ФЗ от 25.07.2002 и ст. 7 №212- ФЗ от 13.07.2015

Источник: [1, 2]

8. Доходы от деятельности, осуществляемой при исполнении соглашений об осуществлении деятельности соответственно на территории опережающего социально- экономического развития либо на территории свободного порта Владивосток, составляют не менее 90 процентов всех доходов, учитываемых при определении налоговой базы по налогу в соответствии с настоящей главой.

9. Налогоплательщиком ведется раздельный учет доходов (расходов), полученных (понесенных) от деятельности, осуществляемой при исполнении соглашений об осуществлении деятельности на территории свободного порта Владивосток, и доходов (расходов), полученных (понесенных) при осуществлении иной деятельности [8].

Снижение нагрузки на фонд оплаты труда и создание большого количества новых рабочих мест будет способствовать росту средней заработной платы и повышению общего уровня благосостояния граждан. Предприниматели свободного порта смогут использовать не только ощутимые налоговые льготы, но и преимущества свободной таможенной зоны, а также отсутствие ограничений на привлечение иностранной рабочей силы и ряд отраслевых преференций. Также есть преференция в предоставлении земельных участков. По общему правилу договор аренды земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности, заключается на торгах, проводимых в форме аукциона. Для резидентов этот порядок упрощен тем, что договор аренды земли, находящиеся в муниципальной собственности заключается без участия торгов и на срок реализации [9].

Таким образом, проведенное исследование показало, что:

1. Первый шаг к реализации ключевой идеи: превращение прибрежной части Приморского края в территорию с максимально облегченным режимом государственной границы выполнен. Принят Закон «О свободном порте

Владивосток», зарегистрированы первые резиденты -99 организаций и ИП (на 17.11.16 г.)

2. Для выявления эффективности налоговых и других льгот требуется некоторый период времени. Эксперты прогнозируют к 2025 году потери бюджета на уровне 31 млрд рублей, а поступления — на уровне 97 млрд рублей. Основной эффект, по их мнению, наступит к 2034 году, когда прекратится действие льготного налогового режима для первых резидентов: потери к этому времени прогнозируются на уровне 35 млрд рублей, а поступления — более 500 млрд рублей [6]. Реализация закона «О свободном порте Владивосток» повлечет увеличение поступлений налогов, сборов (пошлин), иных обязательных платежей в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации:

- к 2021 году в сумме – 32 950,49 млн руб. (НДС, НДФЛ),
- к 2025 году в сумме – 97 417,42 млн. руб. (НДС, НДФЛ),
- к 2034 году в сумме – 530 146,32 млн. руб. (НДС, НДФЛ) .

3. Некоторые основные моменты функционирования СПВ еще не реализованы. Безвизовый восьмидневный режим пребывания иностранцев на территории свободного порта так и не заработал. Режим свободной таможенной зоны тоже не функционирует. Без внешнеэкономической составляющей свободный порт не так уж сильно отличается от территорий опережающего развития, и потому сталкивается с теми же проблемами — медленным притоком инвесторов, которые представляют главным образом российский бизнес, чаще всего — региональный.

References

1. Федеральный закон от 13.07.2015 № 212-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О свободном порте Владивосток» [Электронный ресурс]. Режим

доступа:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=200766#0> [Дата обращения: 22.10.2016]

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2016) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=198941#0> [Дата обращения: 25.10.2016]

3. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 №1662-р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/ [Дата обращения: 28.10.2016]

4. Красова, Е. В., Ма Инсинь. Свободный порт Владивосток: условия развития, перспективы, риски // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. Т. 6. Вып.42. С. 108-122.

5. Коростышевская, Е. В. Инструменты региональной политики России в контексте целеполагания // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. Т. 2. Вып.30. С. 246-266.

6. Петечел Т.А., Бударина Е.К., Налоговые преференции свободного порта Владивосток// Мультидисциплинарный научный журнал «Архивариус». Сборник научных публикаций VIII Международная научно – практическая конференция «Наука в современном мире»

7. Информационно-аналитический сервис строительного сообщества [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://estp-blog.ru/news/nid-22927/> [Дата обращения: 02.11.2016]

8. Корпорация развития Дальнего Востока [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://erdc.ru/vladivostok> [Дата обращения: 25.10.2016]

9. Минвостокразвития России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://minvr.ru> [Дата обращения: 21.10.2016]

10. Парламентская газета. Издание Федерального Собрания Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.pnp.ru> [Дата обращения: 27.10.2016]

11. Реестр резидентов Свободного порта Владивосток [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://erdc.ru/docs/spv-registry.pdf?v=02.11.2016> [Дата обращения: 02.11.2016]

UDC 336

Rysaliev M.Sh. The tax system of Kyrgyzstan: history and current status

Налоговая система Кыргызстана: история и современное состояние

Rysaliev Mira Sharshenkulovna

Kyrgyz-Russian Slavic University, Bishkek

Рысалиева Мира Шаршенкуловна

Кыргызско-Российский Славянский университет, г.Бишкек

mira_rysaliev@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the issues of formation and development of the tax system in Kyrgyzstan

Keywords: taxes, tax system, tax policy

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам становления и развития налоговой системы в Кыргызстане

Ключевые слова: налоги, налоговая система, налоговая политика

В Кыргызской Республике, как и во всех странах, бывшего СССР переход от административно-командной экономики к рыночной экономике проходил довольно таки «болезненно». Отделение как отдельного государства и управление финансами, привело к ряду проблем с точки зрения экономики, в том числе налоговой сферы.

В условиях рыночных отношений возникла острая необходимость создания и функционирования тех государственных органов, которые могли бы эффективно управлять финансами страны. Конечно, в первую очередь предпринималось создание новых законов и нормативно-правовых актов. Посредством, которых шел весь механизм поступления доходов и их расходование. Все это обуславливает объективную необходимость в постоянном контроле соблюдения законов и правил функционирования рыночной экономики, изыскание путей достижения высоких конечных результатов.

В истории становления и развития налогообложения в Кыргызской Республике будет целесообразно разделить историю на два крупных этапа налогообложения. Первый этап характеризуется до принятия Налогового Кодекса и второй этап после принятия НК КР. Но, к сожалению, и на данный момент еще рано говорить об устоявшейся, сложившейся и эффективной налоговой системе.

Первый этап в становлении налоговой системы Кыргызской Республики прошел несколько стадий развития, поскольку, отделившись от СССР и функционировать, как отдельное государство было сложно. В свою очередь переход к рыночной экономике породило, и активизировала механизм налоговой системы, стали совершенствовать налоговую систему. К примеру, вместо налога с оборота были введены 2 отдельных косвенных налога: акцизный (на ограниченный круг товаров) и НДС. Введение налога на добавленную стоимость было так сказать требованием при переходе к рыночным отношениям, поскольку шло бурное развитие малого и среднего бизнеса. [1, с.78]

Второй этап становления, этап дальнейшего реформирования налоговой системы, связанный с принятием первого Налогового кодекса КР, который вступил в действие с 1 июля 1996 года. С введением нового НК КР изменилась экономическая основа налоговой системы, изменены и дополнены обязанности и права налоговых работников. Администрирование налогов началось производиться в Налоговом кодексе в соответствии с международными стандартами и предусматривалось выявлении всех правонарушений и вывод «субъектов из теневой экономики», принимались специальные меры улучшению сбора налоговых платежей, уточнялись права и обязанности налогоплательщика для эффективной работы налоговой службы. Несмотря на то, что введенный с июля 1996 года Налоговый Кодекс Кыргызской Республики хоть и являлся более или менее совершенствованным законом, но в нем

существовало большое количество изъятий, такие как большое количество налогов, достаточно высокие налоговые ставки, мягкий механизм наказаний по правонарушению и т.д.

К наиболее важным кардинальным изменениям, произошедшим с момента введения Налогового Кодекса КР от 1 июля 1996 года до введения нового Налогового кодекса от 17.10.2008 года, можно отнести следующие[2, с.141]:

- снижение ставок подоходного налога до 20%, а с 1 января 2006 г. установлена единая ставка в размере 10 %;
- снижение ставок налога на прибыль до 20 %, а с 1 января 2006 г. до 10 %;
- постепенное увеличение регистрационного порога на добавленную стоимость со 100 до 300 тыс. сом., затем с 500 до 2500 тыс. сом., с 1 января 2008 г. в размере 4 млн. сом.
- сокращение количества местных налогов с 16 до 8;
- установление нулевой ставки НДС на поставки работ и услуг, связанных с международными перевозками;
- уменьшение размеров применяемых штрафных санкций;
- расширение перечня видов предпринимательской деятельности, осуществляемых физическими лицами на патентной основе, и др.

Несмотря на положительные моменты, налоговая система данного периода характеризовалась чрезмерной величиной налогового бремени, ограниченностью прав предпринимателей, запутанностью и неоднозначностью трактовки законодательных и нормативных актов, неимоверной частотой внесения изменений и дополнений в законы.

Как отмечалось выше, все несовершенства налогового законодательства привело к созданию нового Налогового Кодекса. Из-за ряда проблем ухудшился инвестиционный климат в стране, что привело к снижению инвестиций в стране, что в свою очередь тормозило производственную сферу.

Новый Налоговый Кодекс КР был подписан 17 октября 2008 года и вступил в силу с 1 января 2009 года.

Принятый новый Налоговый Кодекс КР существенно отличался от предыдущего налогового кодекса. Отметим положительные моменты НК КР от 17.10.2008 года:

- если раньше было 8 общегосударственных и 8 местных налогов, то их количество значительно изменилось и стало 6 общегосударственных и 2 местных налога;
- ставка налога на добавленную стоимость снизилась с 20% до 12%, что привело и снижению доходной части бюджета;
- с 1 января 2008 года увеличена ставка на движимое имущество, что привело к справедливому распределению налогового бремени между богатыми и бедными слоями населения;
- введены специальные режимы, посредством которых уплата налога велась приобретением обязательного или добровольного патента, налогообложение субъектов СЭЗ, единого налога, налогового контракта;
- введен налог с продаж, поскольку после снижения ставки НДС образовался недостаток в доходной части;
- введен новый принцип оценки имущества;
- снижена ставка при упрощенной системе на основе единого налога до 6%, но при этом для переработки сельскохозяйственной продукции и

производственно-промышленной сферы и торговли – до 4%, для прочих видов деятельности – до 6%;

- снижены контакты работника налоговой службы с налогоплательщиком, для минимизации уровня коррупции, введена система сдачи отчетов и иных документов через Интернет;
- изменены отчисления, вносимые за пользование природными богатствами на воспроизводство минерально-сырьевой базы в налог за пользование недрами с введением “бонусов” и “роялти”;
- пересмотрены ставки земельного налога на земли сельхоз и не сельхоз назначений, и приусадебные, придомовые участки;
- с 1 января 2016 года в два раза увеличен регистрационный порог по НДС – с 4 млн.руб до 8 млн.руб.
- 1 июля 2016 года установлена нулевая ставка налога с продаж на реализацию товаров, работ, услуг, облагаемых НДС и освобожденных от НДС, оплаченных в безналичной форме, а также в размере 1% - для торговой деятельности и 2% - иной деятельности в наличной форме;
- При реализации товаров, работ, услуг, необлагаемых НДС и оплаченных в наличной форме, установлена ставка налога с продаж в размере 2% - для торговой деятельности и 3% - для иной деятельности
- с 1 июля 2016 года в 2 раза снижены ставки единого налога по упрощенной системе налогообложения при реализации товаров, работ и услуг, оплаченных в безналичной форме, т.е. ставки будут составлять соответственно 2% и 3%.

Таким образом, современный этап развития налоговой системы - это этап дальнейшего реформирования и совершенствования налоговой системы.

Налоговая политика Кыргызстана последних лет проводилась в рамках Стратегии развития страны, Концепции совершенствования налоговой политики[3, с.8], завершающего этапа Стратегии фискальной реформы в КР, Стратегии совершенствования налоговой политики в Кыргызской Республике, а также в соответствии с договоренностями по Меморандуму об экономической политике и др.

Построение и функционирование любой налоговой системы находится под влиянием уникальной комбинации фискальной политики и политики расходов, основанных на исторических факторах и реалиях современного этапа, а также под влиянием внешних тенденций.

На сегодняшний день, в Кыргызской Республике налоговые поступления в структуре доходов государственного бюджета в 2015 году составили 61,7% (рис.1).

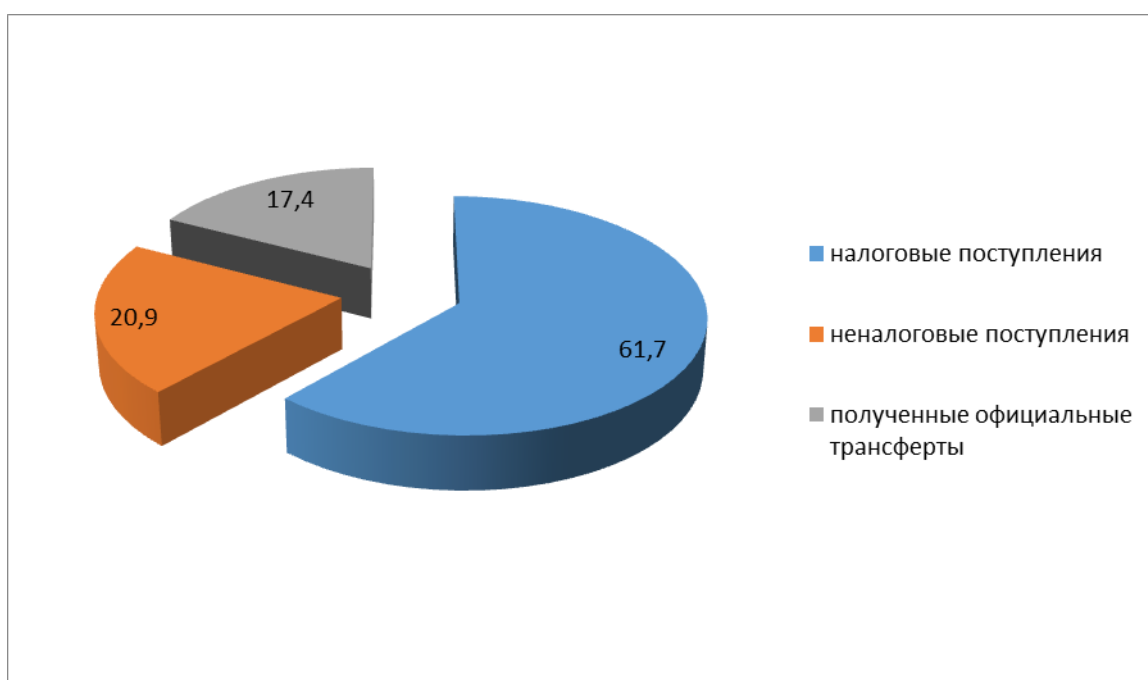


Рисунок 1. Структура доходов государственного бюджета КР на 2015 год, %[4]

Рассмотрим роль налогов в формировании государственного бюджета Кыргызской Республики за последние три года.

В ресурсную часть государственного бюджета за 2015 год всего поступило 159 908,2 млн. сомов. Поступления по сравнению с аналогичным периодом 2014 года увеличились на 6 025,2 млн. сомов, или на 3,9 %. Удельный вес к ВВП составил 37,7 %, что на 1,0 % процентных пункта ниже аналогичного уровня 2014 года.

Совокупные доходы (текущие доходы и поступления от продажи нефинансовых активов) государственного бюджета за 2015 год (с учетом специальных средств и внешних грантов ПГИ) составили 128 422,9 млн. сомов, по сравнению с 2014 годом совокупные доходы увеличились на 8 994,8 млн. сомов, или на 7,5 %. Удельный вес к ВВП составил 30,3 %, что на 0,2 % процентных пункта выше аналогичного уровня 2014 года.

Таблица 1

Доходы государственного бюджета Кыргызской Республики
за 2013-2015 годы

	2013	2014	2015
(млн.сом)			
Всего доходов и грантов	101786,5	119378,7	128291,9
в % к предыдущему году	117,4	114,1	107,5
<i>Налоговые поступления</i>	72842,4	82639,1	84655,2
в % к предыдущему году	98,4	113,5	102,4
Неналоговые поступления	19599,0	26780,5	34328,1
в % к предыдущему году	102,7	121,6	127,1
Официальные трансферты	9345,1	9953,1	9308,6
в % к предыдущему году	350,6	98,8	109,7
(в % к ВВП)			

Всего доходов и грантов	27,6	26,3	27,7
Всего доходов	27,5	26,0	27,3
<i>Налоговые поступления</i>	17,9	17,9	18,4
Неналоговые поступления	3,9	4,5	5,0
Специальные средства	2,2	3,3	3,0
Неналоговые поступления без спецсредств	1,7	2,2	2,0
Официальные трансферты	1,3	5,1	3,2

Источник: Данные Национального статистического комитета КР

Общий объем доходов государственного бюджета по итогам 2015 года составил 128 291,9 млн. сом. В сравнении с показателем предыдущего года общие доходы бюджета возросли на 7,5%, или на 8 913,2 млн. сом, в связи с ростом налоговых и неналоговых доходов.

Среднегодовой темп роста их за трехлетний период составит 14% [5].

Как мы видим, из таблицы 1 в составе доходов государственного бюджета налоговые доходы составили в 2015 году 84655,2 млн. сом (18,4 % к ВВП), это свидетельствует об увеличении налоговых поступлений по сравнению с 2013 годов 35 901,4 млн.сом (17,9% к ВВП), также отметим, что уровень сбора неналоговых доходов в 2015 году относительно 2013 годом увеличился на 1 711,6 млн. сом.

За 2015 год в государственный бюджет КР поступило налоговых доходов в сумме 84655,2 млн. сом, что на 35,3% больше, чем в 2013 году, хотя в 2014 году – рост был незначительный. Данное изменение обусловлено многими фактами: нестабильной политической ситуацией в стране, за счет поступлений как налогов на внутреннее производство, так и налогов на импорт (НДС, акцизы), улучшения администрирования налогов и т.д.

Налоговое бремя, оцениваемое на макроэкономическом уровне, в Кыргызстане не только не возросло, а скорее понизилось. В 2013г. налоговые поступления составили 19,1% к ВВП, тогда как в 2015г. этот показатель был равен 18,4% к ВВП.

Еще одним показателем налогового бремени, широко применяемым в западных странах, является отношение общей суммы налогов к численности населения страны.

Страховые взносы в Социальный фонд теоретически отражают социальную направленность экономики. В Кыргызстане относительно высокий уровень тарифа отчислений на социальное страхование нужно рассматривать как вынужденную меру государства в условиях сокращения экономической деятельности и произошедшего снижения соотношения количества работающих к численности пенсионеров.

Как мы уже знаем, весомый вклад в общем объеме налоговых поступлений в КР приходится все же на косвенные налоги. Введение косвенных потребительских налогов явилось альтернативой использованию прямых налогов с личного доходов населения и налога на прибыль предприятий, так как эти виды налогов в экономике переходного периода имеют слабую, ограниченную налоговую базу. Тогда как косвенные налоги имеют потенциально превосходную базу для налогообложения по сравнению с прямыми налогами. Соотношение между прямыми и косвенными налогами составляет основу налоговой политики государства в области регулирования экономики. При этом конкретное соотношение между прямыми и косвенными доходами в составе налоговых поступлений разных стран в значительной мере зависит от уровня экономического развития страны, роста доходов населения и размера накоплений субъектов хозяйствования.

В целом, налоговая политика Кыргызской Республики за последнее десятилетие существенно изменила основные подходы к налогообложению и была направлена главным образом на снижение налоговой нагрузки.

В мировой практике коэффициент налоговой нагрузки или соотношение общих налоговых поступлений и ВВП как макроэкономический показатель имеет принципиально важное значение и может быть использован для определения оптимальных пределов налогообложения. Сформулирована гипотеза о том, что примерно 25-процентное соотношение налоговых поступлений к ВВП представляет собой некий предел, превышение которого, скорее всего, принесет определенный ущерб экономике.

Динамика изменения соотношения суммы бюджетных поступлений от обязательных платежей бизнеса, включая налоговые поступления, социальные отчисления и отдельные неналоговые доходы, и ВВП за период, начиная с 2000 года, представлена в нижеследующей диаграмме на рис.2 [6]

Как видно из рисунка 2, соотношение бюджетных поступлений к ВВП с 2000 года по 2007 год имело четкую и стабильную тенденцию ежегодного повышения и к 2007 году составило 24,4% к ВВП. Однако, в 2008-2010 годы соотношение таких поступлений к ВВП незначительно снизилось, при этом в дальнейшем наблюдается его повышение с опережающим ростом.

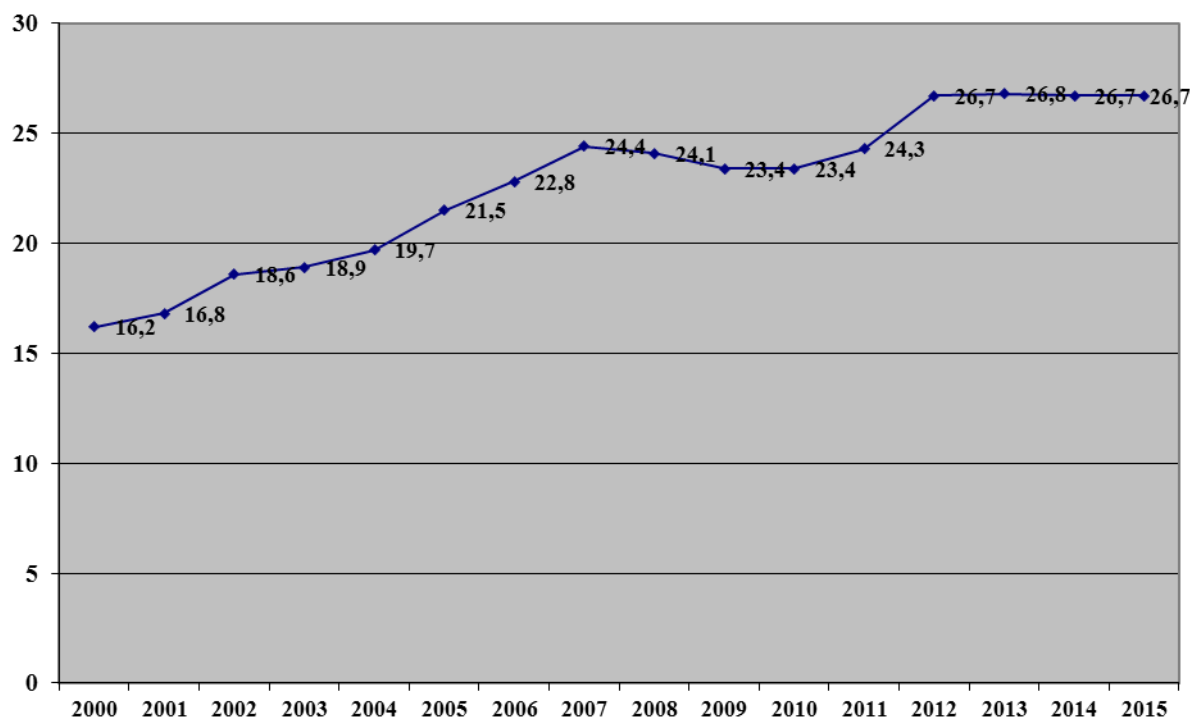


Рисунок 2. Налоговое бремя в КР (% к ВВП)

Снижение объема поступления в 2008-2010 годы было связано с влиянием последствий мирового кризиса 2008г., а так же внутренней политической нестабильностью.

Рост налоговой нагрузки стабилизировался в предыдущие два года и составил в 2013 году 26,8% в среднем по экономике в целом. Это означает, что максимум для налоговой нагрузки, который определен на основе эмпирического мирового опыта, достигнут, и даже превышен в республике.

Учитывая, что ставки прямых налогов, установленные в стране, уже на сегодняшний день минимальны, очевидно, что снижение общей налоговой нагрузки может быть достигнуто только за счет пересмотра и постепенного понижения ставки социальных отчислений.

По-прежнему, несмотря на предпринятые в предыдущие годы усилия, достаточно высокая налоговая нагрузка усугубляется неравномерностью ее распределения по отраслям и секторам экономики.

Самая большая нагрузка приходится на промышленный сектор 21,8%, в то время как в секторе сельского хозяйства налоговая нагрузка составляет всего 1,2%, в связи с тем, что данный сектор экономики практически освобожден от налогов за исключением налогов на землю и имущество[7].

Сектор услуг занимает основную долю в ВВП страны, поступления налогов от данного сектора так же составляют существенную долю налоговых поступлений, однако налоговая нагрузка в данном секторе значительно уступает налоговой нагрузке промышленного сектора и составляет всего 12,7%.

В условиях низкой производительности труда и низкого уровня реальных доходов, прямые налоги не могут становиться главным источником доходов бюджета.

На наш взгляд, именно несправедливое распределение налогового времени, наблюдающееся в действующей системе налогообложения Кыргызской Республики, и порождает масштабную «теневую» экономику или «серые» схемы (по заработной плате за счет уменьшения слагаемых, связанных с налогом на прибыль и отчислениями из фонда оплаты труда, из формулы), а также манипуляции с документами, позволяющими увеличить материальные затраты с целью уменьшения налога на прибыль и получения зачета по НДС.

Необходимо уделять особое внимание вопросам легализации неформального сектора экономики, который достигает около 50% ВВП. Теневая экономика негативно влияет на налоговую и социальную базу, создает несправедливую конкуренцию для зарегистрированных предприятий, ведет к порочному кругу взаимного увеличения налогового бремени и теневого сектора, искажает официальную статистику, что в конечном итоге, приводит к принятию неэффективных решений в области налоговой политики.

В целях создания эффективных механизмов борьбы с коррупцией и злоупотреблением должностными полномочиями принят Закон «О декларировании и публикации сведений о доходах, обязательствах и имуществе лиц, замещающих политические и иные специальные государственные должности, а также их близких родственников», предусматривающий введение системы декларирования и публикации доходов и имущества лиц, занимающих высшие государственные должности.

Одним из важных направлений реформирования налоговой системы Кыргызстана является совершенствование ее организационной структуры. На этапе становления налоговой системы Кыргызстане в условиях развития рыночных отношений первоначально сформировалась централизованная иерархическая система налоговых органов с ярко выраженной специализацией по видам налогов. Такая организационная структура налоговых органов Кыргызстане была объективной необходимостью в период разработки основ налогового законодательства страны, создания методологической базы его практической реализации и отладки механизма начисления и взимания налогов.

Необходимо продолжить работу по совершенствованию налогообложения, созданию единой регистрационной базы, упрощению регистрации, а также целого ряда мер по совершенствованию законодательной базы.

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.

В целях совершенствования налоговой политики КР, Министерством финансов Кыргызской Республики проводится работа по установлению двусторонних договоренностей с государствами ближнего и дальнего зарубежья, направленных на урегулирование налоговых взаимоотношений между странами-партнерами путем закрепления за каждым государством права налогообложения определенных видов доходов и капитала. Основной целью таких взаимоотношений между странами является устранение двойного налогообложения доходов и капитала хозяйствующих субъектов одними и теми же налогами в разных странах, что достигается посредством заключения Соглашения об избежании двойного налогообложения, а также для привлечения инвестиций.

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.

Опыт нескольких лет реформ привел к пониманию того, что перспективы становления рыночной экономики находятся в жесткой зависимости от успехов развития предпринимательских структур. При этом особую роль малое и среднее предпринимательство, которое при соответствующей поддержке государства обеспечит насыщение платежеспособного спроса и необходимые структурные сдвиги в экономике, формирование конкурентной среды.

На сегодняшний день существует огромный, причем теоретически обобщенный и осмысленный, опыт взимания и использования налогов в странах Запада. Но ориентация на их практику весьма затруднена, поскольку было бы совершенно неразумно не уделять первостепенное внимание специфике экономических, социальных и политических условий сегодняшнего Кыргызстана, ищущей лучшие пути реформирования своего народного хозяйства.

Налоговое законодательство КР требует дальнейшего совершенствования в целях обеспечения эффективного сбора налогов, платежей, пополнения доходной части бюджета. В законодательстве сохраняется множество льгот по налогообложению, которые создают дисбаланс при распределении налогового бремени и создают неравноправные условия хозяйствования.

В настоящее время необходимо создать максимально благоприятные условия для реализации Концепции и Стратегии фискальной реформы в Кыргызской Республике, активизации деятельности субъектов предпринимательства, притока инвестиций, улучшения налогового администрирования, создания условия для справедливого налогообложения.

Современные условия работы налоговой системы Кыргызстана требуют грамотного применения и использования новейших методов и средств информационных технологий. Эффективность работы налоговой инспекции определяется во многом уровнем квалификации сотрудников органов налогообложения. Это должны быть специалисты, обладающие высоким уровнем знаний, разбирающиеся в современном законодательстве, системах налогообложения различных стран, знающие историю формирования налогов, умеющие принимать продуманные и взвешенные решения, обладающие современным уровнем компьютерной грамотности.

На сегодняшний день, современной экономике Кыргызской Республики требуется стабильная налоговая база, но при этом, следует учитывать стадию

развития экономики и культуру оплаты налогов в стране. Помимо направленности на эффективный сбор налогов, налоговая политика должна включать в себя другие два очень важных элемента. Во-первых, она должна быть прозрачной, справедливой и легко осуществимой, что означает, приемлемость для простого населения, а во-вторых, положения законодательства должны поощрять и способствовать росту экономики, развитию внутренних и зарубежных инвестиций и т.д.

В заключение необходимо отметить, что при проведении налоговой политики в настоящее время действует ряд программ: в рамках Концепции совершенствования налоговой политики и Стратегии фискальной реформы, в рамках легализации теневой экономики и в ряде других Государственных Программ. Кроме того, как было выше сказано, будут разработаны Концепция снижения налогов на производство и Стратегия совершенствования учета и отчетности на малых предприятиях. Необходимо разработать единую Государственную программу по проведению налоговой политики. Это послужит обеспечению предсказуемости и стабильности условий для ведения предпринимательской деятельности как внутренними, так и внешними инвесторами.

Таким образом, создание рациональной налоговой системы призвано обеспечить общую сбалансированность общереспубликанских и частных интересов, способствовать существенному росту доходов государственного бюджета, содействовать развитию предпринимательства, активизации инвестиционной деятельности и наращиванию национального богатства Кыргызстана и благосостояния ее граждан, а также экономического прогресса Кыргызской Республики и успешного интегрирования нашей экономики в мировую.

References

1. Рысалиева М.Ш. Налоговая система Кыргызской Республики: история, современное состояние и перспективы. Б., 2010
2. М.Ш. Рысалиева «Основные этапы реформирования налоговой системы КР», <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/2014/v8/a35.pdf>
3. «Концепция совершенствования налоговой политики в Кыргызской Республики до 2020года» от 29.05.2014. № 255
4. Данные Национального статистического комитета Кыргызской Республики
5. Закон Кыргызской Республики "О республиканском бюджете Кыргызской Республики на 2015 год и прогнозе на 2016-2017 годы" от 30декабря 2014 года № 176
6. Данные Министерства финансов Кыргызской Республики за 2000-2016 гг.
7. Х.А.Фынчина. Налоговая нагрузка как критерий реформы в налоговой системе Кыргызской Республики. Вестник КРСУ.2013. № 9.

SECTION 5. INFORMATION TECHNOLOGY

UDC 65.014.13

Romanovsky G.V., Soltanov A.Y. Restructuring strategy: decentralization and the optimum size of the company

Стратегия реструктуризации: децентрализация и оптимальные размеры предприятия

Romanovsky Georgij Vladimirovich

Belarusian national technical university, Minsk
romanovskijgv@gmail.com

Soltanov Aleksey Yurievich

Belarusian national technical university, Minsk
alex.soltanov@gmail.com

Романовский Георгий Владимирович

Белорусский национальный технический университет, г. Минск

Солтанов Алексей Юрьевич

Белорусский национальный технический университет, г. Минск

Abstract: This article gives general notion of company restructuring. Here is described when company needs restructuring, what are the purposes of this event, how the process of planning restructuring strategy should be done, what kinds of company's structure changes exist. It is also said about risks of restructuring and antirisk planning.

Keywords: restructuring strategy, decentralization, downsizing, optimization, planning

Аннотация: Данная статья даёт общее определение понятию реструктуризации предприятия. Здесь описано в каких случаях то или иное предприятие нуждается в реструктуризации, каковы цели этого мероприятия, как должен происходить процесс планирования стратегии реструктуризации, какие существуют виды изменения структуры предприятия. Также затронуты вопросы о возможных рисках при проведении реструктуризации и об антирисковом планировании.

Ключевые слова: стратегия реструктуризации, децентрализация, разукрупнение, оптимизация, планирование.

В настоящее время многие предприятия находятся в стадии. В результате чего происходит изменение структуры управления, некоторые отдельные подразделения предприятия становятся более самостоятельными и т.д. В данной статье мы рассмотрим цели, виды и возможные последствия стратегических решений, связанных с реструктуризацией.

Существует множество возможных вариантов проведения разукрупнения конкретного предприятия, так же как и вариантов его интеграции

(присоединения, слияния) с другими. Следовательно, первостепенной задачей будет являться исследование организационно-экономических механизмов проведения реструктуризации, функционирования создаваемых структур, а также экономических последствий как разукрупнения, так и интеграции для предприятия. Это означает, что нужна *стратегия реструктуризации*.

Как показывает практика, у реструктуризации предприятия могут быть разные цели. Можно выделить две разновидности изменения структуры: *стратегическая* и *спекулятивная* реструктуризация. Стратегическая реструктуризация направлена на приведение структуры в соответствие с новыми функциями и миссией предприятия, в то время как спекулятивная – исключительно на решение краткосрочных задач, среди которых:

- временный отказ от централизованного управления, вызванный невозможностью осуществлять такое управление (например, из-за утраты доверия);
- уход от долгов, «висящих» на материнской компании;
- создание наилучших условий для «естественного» сокращения численности коллектива за счет не нашедших себя в новой экономике подразделений;
- создание «атмосферы преобразований» на предприятии для осуществления тех или иных последующих спорных или «непопулярных» шагов.

Однако, прибегая к таким методам, нужно стремиться к тому, что результат применяемых решений был обратим.

Основными видами разукрупнения являются:

- юридическое разукрупнение (передача прав и обязанностей одного или нескольких юридических лиц большему числу субъектов хозяйственного права);
- предметное разукрупнение производства (диверсификация);

- территориальное разукрупнение (рассредоточение);
- управленческое разукрупнение, включая децентрализацию и перераспределение ответственности и полномочий.

В этой статье в основном будут рассматриваться первый и последний виды реструктуризации.

Но прежде чем начать разговор о разработке стратегии реструктуризации, стоит поговорить о том, в каких случаях какому-либо предприятию необходимо изменение своей структуры.

К главным «болезням» предприятий, которые нуждаются в реструктуризации, можно отнести следующие проблемы:

- слишком громоздкая организационная структура, не обеспечивающая динамизм в развитии бизнеса;
- слишком высокая концентрация полномочий и ответственности высшего руководства, что приводит к демотивации менеджеров среднего звена;
- непрозрачная система учета, которая не позволяет определить успешно работающие и откровенно неэффективные структурные бизнес-единицы и службы;
- избыточность структуры имущественного комплекса, зачастую доставшегося в наследство от социалистического предприятия.

Например: некое предприятие вследствие разных причин сократило объёмы бизнеса в несколько раз, а структуру и систему управления сохранили в неизменном виде. Как результат — неудовлетворительные финансовые показатели на фоне низкой коммерческой эффективности, слабой управляемости, отсутствия мотивации персонала.

Необходимость в реструктуризации может возникнуть и у вполне успешных компаний. Так, любая модификация масштабов бизнеса или рыночных условий требует адекватного изменения системы управления. И

дальновидные руководители проводят преобразования, не дожидаясь снижения эффективности бизнеса.

Таким образом, ключевая цель проведения реструктуризации — это повышение конкурентоспособности предприятия и рост стоимости бизнеса. И поскольку реструктуризация — это сложный процесс, затрагивающий все стороны деятельности компании, при её проведении возникает ряд частных задач:

- оптимизация организационной и функциональной структур и системы управления компании в соответствии со стратегическими целями развития;
- реинжиниринг бизнес-процессов и главным образом процессов коммерческой и финансовой деятельности в целях улучшения показателей;
- рациональное использование ресурсов компании;
- оптимизация количественного и качественного состава персонала.

Также разработке правильной стратегии реструктуризации должен предшествовать процесс рыночного «самоопределения» предприятия. И потому наиболее оптимальной будет следующая последовательность действий:

- Анализ стратегического *социально-экономического потенциала* предприятия – совокупности характеристик внутренних и доступных для использования внешних (сетевых) рыночных ресурсов предприятия, определяющих возможности его функционирования в будущем.

- На базе определения стратегического потенциала предприятия и анализа тенденций условий микросреды предприятия определение *стратегических зон хозяйствования* – секторов рынка, в которых будет оперировать предприятие.

- Определение типа предприятия по скорости и глубине его реакции на внешние *рыночные и административно-хозяйственные факторы*.

- Разработка *комплексной социально-экономической стратегии* предприятия – совокупности решений, определяющих долгосрочные направления концентрации усилий и ресурсов предприятия.

- Определение оптимальных *границ, внутренней структуры предприятия и состава пограничной «интеграционной среды»* предприятия.

Но на практике эта последовательность реализуется весьма редко. Главной причиной этой проблемы является отсутствие на предприятиях чётких целей проведения реструктуризации. Также сказывается отсутствие достаточно квалифицированных консультантов по реструктуризации и недостаток финансовых ресурсов для её проведения. Более того, возможна разнонаправленность интересов различных групп, которые тем или иным образом участвуют в проведении реструктуризации. Это приводит к тому, что процесс рыночной адаптации предприятия затягивается и даже возможны случаи, когда предприятие вынуждено возвращаться к уже пройденным этапам.

Зачастую в ходе реструктуризации возникает необходимость осуществить юридические преобразования, связанные со структурой составляющих бизнес организаций. Благодаря юридической реструктуризации решаются следующие задачи:

- достижение *баланса централизации/децентрализации в управлении* (наделение руководителей бизнес-подразделений необходимой и достаточной степенью самостоятельности и ответственности за достигнутые результаты);
- распределение *имущественных рисков*;
- повышение *инвестиционной привлекательности* отдельных бизнес-единиц (гораздо легче найти инвестора для одно из направлений бизнеса, нежели решить проблему финансирования для всего диверсифицированного предприятия).

В результате решаются вопросы изменения состава собственников предприятия, структуры его активов и пассивов.

К основным схемам проведения юридических преобразований можно отнести следующие варианты проведения реструктуризации:

- реорганизация в форме разделения;

- реорганизация в форме выделения;
- создание на базе предприятия одного или нескольких дочерних обществ;
- банкротство предприятия, смена собственников и менеджмента;
- создание нового хозяйственного общества совместно предприятием – потенциальным банкротом и его собственниками.

Подводя итог всему вышесказанному можно сделать вывод о том, что реструктуризация – это сложный процесс, который позволяет крупным предприятиям эффективно реагировать на изменения во внешней (рыночной) среде. Но прежде чем приступать к изменению структуры предприятия, необходимо провести комплекс мероприятий: оценить насколько целесообразна реструктуризация в данный момент на конкретном предприятии, поставить чёткие цели о будущей организации предприятия и его месте на рынке, а также провести анализ доступных предприятию финансовых и кадровых ресурсов. Более того, поскольку процесс разукрупнения предприятия сопряжён с многочисленными рисками, необходимо провести антирисковое планирование. Суть этого планирования заключается в том, чтобы рассмотреть различные возможные «сценарии» будущих взаимоотношений между отдельными производственно-хозяйственными единицами, как входящими в состав предприятия, так и самостоятельными и детально исследовать возможности диверсификации и дисперсии риска. Также следует предусмотреть резервные активы, которые в критических ситуациях позволили бы спасти предприятие от банкротства.

References

1. Головачёв А.С. Экономика предприятия (организации). В 2 ч. Ч: учеб пособие/ А.С. Головачёв 2-е изд., перераб. — Минск: выш. шк., 2011. 463с.

2. Ильин А.И. планирование на предприятии: учеб. пособие/ А.И. Ильин — 8-е изд., стер. — М.: Новое знание, 2008. 668с.
3. Г.Б. Клейнер Стратегии бизнеса: аналитический справочник, Москва, 1998. URL: <http://www.aup.ru/books/m71/> (дата обращения: 25.11.2016).
4. Бизнес консультирование [Электронный ресурс]: Реструктуризация компании А.Ю. Цыганок. URL: <http://tsyganok.ru/pubs/?gr=555> (дата обращения: 26.11.2016).

SECTION 6. RISK AND INSURANCE

UDC 332.64 (574)

Gordienko A.V., Zaripov R.R., Aubakirova G.T. Experience of Appraisal Activity in Kazakhstan

Опыт оценочной деятельности в Казахстане

Gordienko Anastasiya Vyacheslavovna

Karagandy Economic University

gordienko-nastya@mail.ru

Zaripova Regina Rashidovna

Karagandy Economic University

regina_1995.23@mail.ru

Aubakirova Gulbanu Tursunovna

Karagandy Economic University

gulbanu@bk.ru

Гордиенко Анастасия Вячеславовна

Карагандинский Экономический Университет

Зарипова Регина Рашидовна

Карагандинский Экономический Университет

Аубакирова Гульбану Турсуновна

Карагандинский Экономический Университет

Abstract: This article discusses the state of appraisal activity in the Republic of Kazakhstan with the global assessment of the experience, as appraisal activity can serve as a kind of indicator of how the economy is the market, and the state - legal. The advantage of a professional evaluation that allows understanding not in formal methods of assessment, and in fact that is the evaluation activity. The article also shows what has been done for years, the emergence of appraisal activity in the Republic of Kazakhstan and provides recommendations for its improvement.

Keywords: appraisal, market environment, economic process, modern innovative economy, intellectual property, deterioration, transition, property valuation.

Аннотация: В данной статье рассматриваются состояние оценочной деятельности в Республике Казахстан с применением мирового опыта оценки, так как оценочная деятельность может служить своеобразным индикатором того, насколько экономика является рыночной, а государство - правовым. Показано преимущество профессиональной оценки, позволяющее разобраться не в формальных приемах проведения оценки, а в сути того, что представляет собой оценочная деятельность. Также в статье показано, что было сделано за годы появления оценочной деятельности в РК и приводятся рекомендации по ее улучшению.

Ключевые слова: оценка, рыночная среда, экономические процессы, современная инновационная экономика, интеллектуальная собственность, износ, переход, оценка имущества.

In the Republic of Kazakhstan the Legal Policy Concept for 2010 - 2020 years, it notes, "an important tool of the market economy is assessment activities legal regulation which requires constant attention and improvement" [1].

Market - is a mechanism of self-regulation of economic processes, so that all its institutions, including assessment, can effectively operate in a market environment only in conditions of self-regulation.

Assessment as a professional activity must meet the requirements of the economic reforms and take into account both regional and sectorial characteristics.

In order to create a modern innovative economy, it is necessary to develop the market of intellectual property. This requires companies to put on the balance available to them in the presence of technology inherited them free as a result of privatization, and to assess their market value. Only then, abilities will appear to update them in the form of depreciation. This in turn will cause the demand for innovation, as a result of the inventors will be active, there will be new ideas.

Due to the fact that the vast majority of Kazakh enterprises, the carrying value of the assets is underestimated by 3 to 10 times, the accrued depreciation is not enough even for simple reproduction, so the deterioration of the equipment in some areas reached 70%.

In order to improve the efficiency of all the material resources they need to properly assess and impose reasonable taxes. Then fertile land will not be overgrown with weeds since you need not pay tax to the actual income, but with this, which can be obtained at the most efficient use of land. For the same reason will not be empty apartment and will be rental-housing market. Civilized manner dare to challenge the demolition of low-rise property located in the city center. There simply is not profitable will have a one-story house, as the tax would be quite high. That is, using the correct evaluation can solve many problems of economic management.

A reliable estimate of the cost needed constantly: for credit, insurance, contribution to charter capital, securities market development, etc. What can cause unreliable collateral evaluation, demonstrated the financial crisis of 2008.

Only the reliable estimation of the property and adequate compensation its damage or seizures may be a real mechanism for the protection of property rights, which are guaranteed by the Constitution of the Republic of Kazakhstan.

Thus, the main goal of the state policy in the coming period is the adoption of organizational and legal measures to ensure the reliability of evaluation, expanding the scope of application market value in order to improve the use of production and natural resources. The concept of public policy in the sphere of property assessment is intended to facilitate the implementation of the state strategy of the Republic of Kazakhstan for sustainable cultural and socio-economic development of the country.

By its nature, the evaluation activity contributes to a competitive market environment and investment projects, and one of its important functions is to provide an information base for decision-making. The results of independent evaluation are the basis for the formation of the tax base, and for determining the price of commercial property transactions and other operations with tangible and intangible assets. Thus, to establish the fair market value by performing valuation activity plays an important role in the development of a market economy.

Currently, problems were identified with respect to the quality of the assessment. For example, in the course of spot checks it has been found that there are differences in the cost of the same object, estimated nearly the same time by different appraisers, which could disperse two or more times. The main reason for such results served as a low level of qualifications of appraisers. Licensing is only on the basis of documents on education without proper verification of qualification of applicants led to a sharp increase in the market of unqualified appraisers. In addition, in the process of assessment the cost of any object in the absence of the necessary appraisers recent data that was current at the time of evaluation, have resorted to the use of outdated

directories, issued in 1969, since taken while valuation rules did not provide for a ban on their use. As a result, the above facts led to a significant decrease in the quality of appraisal services, and thereby, to the loss of confidence in the evaluators from consumers. In connection with these problems, there is a need in some of the amendments and additions to the Law of the Republic of Kazakhstan and other normative-legal acts regulating the valuation activity.

Thus, the adoption of the Law of the Republic of Kazakhstan from November 9, 2009 "On amendments and additions to some legislative acts of the Republic of Kazakhstan on valuation activities", was the first step to self-regulation of valuation activities. According to the supplements, it was established self-funded non-profit organization "Chamber appraisers", about which the following mandatory requirements for appraisers have been established:

- the Chamber of appraisers must necessarily come as employees of a legal entity having the license, and the legal entity itself;
- entity and its appraisers workers may join the Chamber of different regions;
- the evaluator may enter in only one House.

More than half of the total number of Chambers appraisers, registered on the territory of the Republic of Kazakhstan, are combined into a single Republican House of appraisers.

It should also be noted that in accordance with the law, the appraiser is responsible for drawing up the report unreliable, which entails the imposition of a fine, and for the re-committed violations during the year - increase the fines and the deprivation of the license.

In addition, an important requirement set out in the Act, is passing the qualifying examination by individuals claiming the right to engage estimated activity. The exam takes the Qualification Commission, which includes an odd number of

members, at least five people. The compulsory part of the Qualification Commission includes representatives of chambers of appraisers, number of which shall not be less than one-half of the total number of Commission staff. The exam allowed persons with higher education in the specialty "assessment" and (or) high technical or economic education. Thus, the specialist to obtain a license is necessary to prove the existence of an appropriate level of knowledge in the field appraisal activity.

Along with the above innovations was developed Concept of development appraisal activity in the Republic of Kazakhstan, which aims to present the fundamentals of the state policy in the field of appraisal activity at the present stage.

At the moment, despite all the measures taken by the government at the legislative level, we can identify a number of problems that are an obstacle to the further development of the market of appraisal services. Let us examine them in detail.

Firstly, by analyzing the activity of many agents, carrying out an assessment on the current market can be identified by the fact that the same evaluator may be enrolled in several evaluation organizations or in organizations, such number only one person with a license. Both, of course, contrary to the qualification requirements for the persons involved in the assessment. In connection with this, in our view, to solve this problem you must identify the evaluators to identify such appraisal organizations and lead their activities in compliance with the legislation.

Second, consider the situation assessment in the preparation of the loan secured by real estate. According to the Law of RK "On mortgage of immovable property" is well known that the value of the property, brought in as collateral compulsorily carried out with the participation of an independent appraiser, who cannot be elected by the bank itself. However, the bank is committed to work closely with some evaluators in order to reduce their risks. Subsequently, the bank in obtaining credit recommends that customers apply for valuation services to the same appraisers with whom he is in partnership. This leads to an underestimation of the

cost of the estimated property and is often carried out in violation of the legislation of Kazakhstan in the field of valuation. It is therefore necessary to consider these issues and to apply the relevant provisions at the legislative level by introducing amendments to the legislation. Namely, in our opinion, it is necessary to check that each user of valuation services in the banking sector has been complete freedom of self-selection of an independent appraiser to determine a reliable fair value of the property of the consumer with the full respect of his rights, without a certain pressure or influence from anyone interested party.

Third, consider some of the problems with the presence of foreign companies in the Kazakhstan market of appraisal services. We agree with many local leaders in the sphere of appraisal services, is reflected in their articles speeches that the activities of some foreign companies in this sector has a negative impact on the economy of Kazakhstan.

At this point, the largest accounting firms engaged in evaluation activities in the Republic of Kazakhstan, is the so-called "Big Four»: Ernst & Young, PricewaterhouseCoopers, Deloitte, KPMG, and their market share in Kazakhstan is about 70% .Also, it is known that appraisers "big four" are used on the territory of Kazakhstan, its standards, which is not legal. Moreover, there are facts when the value of the state stake in highly profitable enterprises designed to these standards can cost as little as one dollar. Another point of contention is that no foreigner who has a state license for appraisal activity. Nevertheless, the company is set very high tariffs that do not match the quality of the reports carried out by them. In addition, they conduct a strict policy to avoid competition among themselves its affiliates. These companies are not involved in the development of scientific, legal, methodological and other materials on the appraisal activity, they do not interact with the Kazakhstan professional organizations. In our opinion, it is necessary to consider the problem of regulation of appraisal activity of foreign companies in the Kazakhstan market, not to allow their impact on the competitiveness of national

appraisal companies, tighten control over compliance with foreign companies, all in the valuation activities set forth in the Law "About appraisal activity in the Republic of Kazakhstan".

Fourth, one of the most important issues to be addressed is the problem of finding the input data for the calculation of the fair market value of a property. To implement a reliable and objective assessment of the need to conduct in-depth analysis of the relevant market, which includes careful examination of the data on the latest developments in this market. The implementation of this phase of the evaluation is impossible, since at the moment, much of the necessary information is strictly confidential and shall not be disclosed. Therefore, to get the right information is extremely difficult, and many appraisers have resorted to the use of information obtained from unreliable sources with the probabilistic nature. This practice entails the risk of an incorrect assessment of the result, and therefore, decrease the quality of valuation services.

Fifth, in determining the market value of the experts for information, in most cases use special guides, which are ready-calculated ratios. But in practice, many experts point to erroneous calculations of some indicators that lead to false estimation. It is known that these directories are calculated for the Kazakhstan Appraisers on a fee basis by experts from other countries. In our opinion, it is necessary to organize the production of handbooks for local appraisers in the country, namely, the issue must deal with the Republican House of Appraisers. It is necessary to calculate the corresponding standards based on the latest data collected from all regional chambers, operating in the country.

At the same time, be aware that there are indicators that change its meaning depending on the location of the object being evaluated. In this case, such parameters are calculated for each region separately. In addition, it is necessary to establish uniform strict performance standards to reduce the large number of non-conformities evaluation, carried out by different evaluators.

Sixth, many appraisers often face problems of inconsistency of standards and regulations in practice, as well as the discrepancy between IES and National Standards. The problem is the use of national standards is their wrong adjustment in the process of passing inspection in the highest executive agencies. During such inspections, a significant portion of truncated standards, which ultimately leads to the loss of some of the standard items originally pledged sense. Also known is the fact that national standards come into force only after the publication of the standards in the national language. From which it may illuminate the following issue that is the lack of well-organized translation system standards into the state Kazakh language. As a result, translation process is delayed for a long time, but at the same time, it should be noted the low quality of the translation, which again leads to the loss of the pledged standards make sense.

Seventh, one of the ways of solving problems to improve the quality of the evaluation is through the education sector. Well-known that getting the general license, the appraiser is entitled to evaluate everything from everyday items and ending with space technology, while at the same time, in practice, the same appraiser does not have sufficient knowledge and appropriate skill level. In our view, it is necessary at the university level to prepare appraisers not general, namely specializing in specific areas. For example, in a country with developed market economies like the United States the practice of training already practiced narrow profile specialists.

Moreover, the American experts tied to a particular state and is constantly being retrained, which favorably affects the quality they provide valuation services. In our view, the international experience should be taken into account as far as possible to implement in the national practice.

Last of all, we like to point out that the determining factor in the decision of all the above problems is the role of the evaluators themselves. Of course, following the law, the appraiser may simply come to the House without any participation in the

discussions, follow the rules and standards set by the decision of the House leaders. Yet, in our opinion, a passive stance on the part of the evaluator will lead to distortions in the community, so it is necessary to actively participate in the development of established rules, to offer his solution of urgent problems, and it is, in our opinion, will play an important role in the development of valuation activity in Kazakhstan.

The transition to a market economy has led to the emergence and development of a new type of activity - estimated. Because the service sector has been more than fifty years in foreign countries, official appraiser profession in Kazakhstan appeared only in 2000 with the adoption of the Law "On appraisal activity" [2]. It was customary that in the old economy, the cost for a particular object of the property set by the state. From opportunities to meet existing needs and the advantages that will bring the possession of this facility in the future, it depends on its value, and therefore the cost.

Property valuation has its roots in classical and modern economy. By the 40's. In many countries the principles similar to each other and evaluation techniques have been developed. In 60-70 years develops an approach to the concept of evaluation as a professional discipline. The main task of the professional association of appraisers is to provide customers high-quality professional valuation services based on competence and objectivity.

In these years, a number of national organizations of appraisers developed and published professional standards and practical activities for their members. In some countries, these standards have been incorporated partially or completely into national laws and regulations. Now estimated activity is required in all areas of business activity.

Based on the global experience of assessing the development in modern conditions of Kazakhstan it is necessary to create and develop a national system of assessment. Inadmissible as a blind imitation of foreign experience and the creation

of some "brand new" approaches do not take into account the global trends in the development of this scientific direction.

Formation and development of assessment is possible only in conditions of market relations on the clear definition of the role and place of the state in matters of pricing and regulation of business activity.

Formation of assessment is possible only through the establishment of a common legal, methodological and information space on the entire territory of the Republic of Kazakhstan. Creation of isolated regional or departmental normative and instructive acts and other documents that are not related to the general evaluation system in the Republic of Kazakhstan is unacceptable.

Evaluation as a professional activity should meet the current needs of the economic reforms and take into account both regional and sectorial characteristics.

The social and economic impact on the development of appraisal activity can be achieved only if the principle of equality of rights and responsibilities of all participants in the assessment process, including organs of state power.

The main function of the government in the formation of assessment should come in the first place, creating a system of legal regulation of this activity.

Assessment should be engaged both public and private appraisers. At the same time and they both should have equal opportunities to exercise their skills and work in general, legal, methodological and information space.

Development of the assessment is a prerequisite for overcoming the current economic crisis, of a full restructuring, investment processes.

Evidence of the successful development of estimated activity in the Republic of Kazakhstan and its recognition at the international level is the participation of members of the RPO in major international professional association of appraisers: the International Valuation Standards Council (IVSC) and the association of the CIS Council of Appraisers (COO CIS). Representative of Kazakhstan Appraisers in these organizations, a constant exchange of information, the official recognition of the

International Valuation Standards, participation in international scientific conferences, creates a solid foundation for the development of a national evaluation system in the Republic of Kazakhstan.

The main task facing today before the appraisers is the need to join efforts of appraisers, including as part of a self-regulatory organization.

Thus, we would like to say that Kazakhstan has great potential of learning and retraining of highly skilled professionals who could compete with the international organizations in the future [3].

References

1. Указ Президента Республики Казахстан от 24 августа 2009 года № 858 «О Концепции правовой политики Республики Казахстан на период с 2010 до 2020».
2. Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам оценочной деятельности»// pravo.zakon.kz/
3. Журнал «Многогранность оценки бизнеса: проблемы и перспективы в условиях формирования наукоемкой экономики», Алматы, 2014.

SECTION 7. E-COMMERCE

UDC 334.027

Pochebut V.A., Khasanshin I.A. Development of the system of infrastructural maintenance of entrepreneurial activities in the Samara region

Развитие системы инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в Самарской области

Pochebut V.A.,
student, Volga State University of Telecommunications and Informatics, Samara,
Khasanshin I.A., Associate Professor, PhD, Volga State University of Telecommunications
and Informatics,
Samara

Pochebut.vitaliya@gmail.com

Почебут В.А.,
студент, Поволжский Государственный Университет Телекоммуникаций и
Информатики, г. Самара,
Хасаншин И.А., доцент, кандидат экономических наук, Поволжский государственный
Университет Телекоммуникаций и Информатики,
г. Самара

Abstract: In the article the basic directions and features of development of system of infrastructural maintenance of entrepreneurial activities in the Samara region. The problems of access to resources and tools that are required for start-ups, as well as the development of an integrated system of innovation infrastructure.

Keywords: infrastructure of business, a holistic system, government support for the cluster approach, the investment attractiveness.

Аннотация: в представленной статье рассмотрены основные направления и особенности развития системы инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности по Самарской области. Выявлены проблемы предоставления доступа к ресурсам и инструментам, которые необходимы для начинающего предпринимателя, а также разработки целостной системы инновационной инфраструктуры.

Ключевые слова: инфраструктура предпринимательской деятельности, целостная система, государственная поддержка кластерный подход, инвестиционная привлекательность.

Наличие системы «профессионального лифта» для реализации бизнес-проектов в предпринимательской деятельности способствуют росту

благосостояния Самарской области. Для точного, качественного функционирования и продвижения любого процесса, либо вида деятельности, требуется наличие и постоянное развитие системы их инфраструктурного обеспечения. Под словом «инфраструктура» понимается система (комплекс), обеспечивающая наиболее благоприятное развитие процесса, деятельности. Функции и задачи, решаемые инфраструктурой, определяются функциями и задачами самой предпринимательской деятельности (общеекономической, социально-экономической, политической, ресурсной, организаторской, инновационной, системообразующей). Своевременное предпринимательство считается стратегическим ресурсом и внутренним источником развития региона. Также оно является реальным фактором, который обеспечивает устойчивое конкурентное преимущество. [1]

Высокий уровень развития предпринимательства является важным аспектом, который обеспечивает инновационную активность модели рыночного конкурентного хозяйства. Но при отсутствии функциональной и комфортной «среды обитания», развитие предпринимательской деятельности невозможно.

Проблемы развития системы инфраструктуры многократны и многослойны. Современное предпринимательство проходит этапы развития на рыночных принципах, поэтому инфраструктура предпринимательства имеет вполне рыночный характер. Отсюда необходима концентрация внимания также и на проблемы развития малого и среднего бизнеса, который играет важную роль в формировании гражданского общества и имеет большой вес в современной экономике. Но такие предприятия не могут резко в разы увеличить свои доходы, поэтому они нуждаются в сильной государственной поддержке. Еще одной важной проблемой остается включение предпринимателей в систему современного, информационного обмена, что значительно улучшит эффективность их работы.

Самарская область один из первых в России регионов, начавших исследование и реализацию кластерного подхода в управлении региональным развитием (кластерный подход – это новая управленческая технология, повышающая конкурентоспособность). Данные управленческие решения эффективно применяются непосредственно в крупных индустриальных регионах с диверсифицированной экономикой и мощным научно-инновационным потенциалом. Первым из шагов использования кластерного подхода можно считать развитие инновационной инфраструктуры, которая обеспечивает предпринимательскую деятельность данного региона. [2]

В ходе осуществления государственной поддержки развития инфраструктурного обеспечения предпринимательства разработаны подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Самарской области» государственной программы «Развитие предпринимательства, торговли и туризма в Самарской области» на 2014-2019 годы, утвержденной постановлением Правительства Самарской области от 29.11.2013 №699. [4]

Информационно-консультационная поддержка:

1. ГКУ СО «ИКАСО» (Информационно-консалтинговое агентство Самарской области);
2. Фонд «Региональный центр развития предпринимательства Самарской области», центр поддержки экспортеров Евро Инфо Корреспондентский центр;
3. Муниципальные центры поддержки предпринимательства Самарской области;

Финансовая поддержка:

1. Гарантийный фонд поддержки предпринимательства Самарской области;
2. Самарский областной фонд микрофинансирования;
3. Муниципальные фонды поддержки предпринимательства;

4. Самарская областная лизинговая компания для малого и среднего бизнеса;

Имущественная поддержка:

1. Самарский инновационный бизнес-инкубатор ОАО «Технопарк»;
2. Тольяттинский инновационно-технологический бизнес-инкубатор;
3. МУП «Самарский бизнес-инкубатор»;
4. МУП «Бизнес-инкубатор Кинель-Черкасского района Самарской области»;
5. МУП «Нефтегорский бизнес-инкубатор»;

За последнее время исключительное внимание уделяется адресной поддержке предпринимателей. Первостепенный акцент делается на развитие производственных предприятий и компаний, которые разрабатывают и внедряют инновации. Необходимое наличие финансовой поддержки, оказывается путем предоставления субсидий (на компенсацию затрат субъектам малого и среднего предпринимательства) за счет средств областного и федерального бюджета. Размер субсидий составляет от 300 тыс. рублей до 5 млн. рублей.

Поддержка инновационных предприятий:

1. Инновационный фонд Самарской области;
2. Фонд содействия развитию венчурных инвестиций в малые предприятия научно-технической сферы Самарской области;
3. Региональный центр инноваций;
4. Венчурный фонд Самарской области;
5. Центр инновационного развития и кластерных инициатив; [5]

Без этих составляющих бизнес уверенно существовать и развиваться не может, поэтому необходимо прогрессивное движение инфраструктурного обеспечения, как целостной системы. В рамках решения данной задачи, в 2011 году начал действовать фонд «Региональный центр развития

предпринимательства Самарской области». Фонд был создан с участием правительства Самарской области для организации инфраструктуры, как целостной системы. Он также занимается финансовой, маркетинговой, патентно-лицензионной, юридической и информационной опорой деятельности индивидуальных предпринимателей. Фонд предоставляет бесплатные консультационные услуги, занимается обучением, выставочными и презентационными мероприятиями, а также оказывает поддержку деятельности экспортно-ориентированных предприятий. Результаты работы фонда, в режиме «Единого окна», дают возможность каждому субъекту предпринимательства экономить финансовые, временные ресурсы и сконцентрироваться на реализации своих основных профессиональных функций.

В целях информирования всего населения о государственном протектировании предпринимательства, был создан Единый портал поддержки и развития малого и среднего бизнеса Самарской области «линия-успеха.рф» и работает «горячая линия», благодаря чему предприниматели получают необходимую информацию об областной инфраструктуре, выставках, деловых миссиях, повышающих квалификацию семинарах и мероприятиях. В регионе основан институт «по защите прав предпринимателей» для гарантий защиты и соблюдения интересов субъектов предпринимательской деятельности, предоставленных государством. Для облегчения работы предпринимательской и инвестиционной деятельности в Самарской области принят закон, рассчитанный на осуществление проверки нормативно-правовых актов, которые контролируют избыточные обязанности, запреты и ограничения. На территории Самарской области создано и работает 32 территориальных общественных объединения предпринимателей, которые тесно взаимодействуют с органами власти. [3]

Для того, чтобы система инфраструктурного обеспечения малого и среднего бизнеса находилась в постоянном развитии и включала в себя новые

возможности для начинающих предпринимателей Самарской области, необходимо уделять большое внимание повышению инвестиционной привлекательности и улучшению делового климата в целом. Предоставление комфортных условий для бизнеса - это одно из ключевых условий обеспечения устойчивого роста, стабильного развития экономики и социальной сферы. За последний год был принят целый ряд мер для улучшения инвестиционного климата не только в Самарской области, но и во многих других регионах-«лидерах» Российской Федерации. Последовательно снижаются избыточные административные барьеры, сокращаются сроки и процедуры предоставления государственных услуг, а сами услуги переводятся в электронный вид, в результате получается весомая отдача за счет развития бизнеса (под этим понимается: налоги, новые рабочие места). Выработка соответствующих типовых моделей и типовых «дорожных карт» («дорожная карта» является наглядным представлением поэтапного развития конкретного объекта: бизнеса, компании, которая объединяет несколько бизнес-единиц, отрасли, индустрии), они базируются прежде всего на лучших региональных практиках, в течение 2017 года будут реализованы в полном объеме. Этой работой займутся специально созданные проектные офисы. Благодаря такому внедрению у субъекта появится реальный шанс в разы повысить свою инвестиционную привлекательность. К этому развитию также будут подключены агентства стратегических инициатив, агентства предлагают использование современных информационных технологий, и уже тестируется специальная электронная платформа, с ее помощью будет возможно наблюдать, в режиме реального времени, как реализована работа в регионе, как улучшаются административные процедуры и развивается система инфраструктурного обеспечения.

Инфраструктура, как один из главных компонентов любой целостной системы, должна способствовать обновлению и эффективному развитию малого и среднего бизнеса. При качественном снабжении необходимыми

материалами и ресурсами, как уже было сказано выше, такие малые предприятия дают значительную отдачу.

References

1. Дробышева В. Г. Электронная библиотека. //Статья «Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности: проблемы формирования и направления развития». №9 (031), 2011. – С.49-50.
2. Тасеев В. Б., Семенюта М.И. Проблемы и перспективы развития малого и среднего предпринимательского в Самарской области. УДК38, 2013 – С.39-44.
3. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства [Текст]/ «Новости бизнеса» - Режим доступ - [<http://smb.gov.ru/mediacenter/businessnews/10301.html>]
4. Силантьева О. А., Электронная библиотека/«Развитие инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности на основе бизнес-инкубаторов», 2011- Режим доступа – [<http://www.dissercat.com/content/razvitie-infrastrukturnogo-obespecheniya-predprinimatelskoi-deyatelnosti-na-osnove-biznes-in>]
5. МЭРИТ, Информационный портал «Департамент развития предпринимательства»/государственная поддержка. Режим доступа – [<http://economy.samregion.ru/activity/predprinim/inf/infrastruktura/>]

SECTION 8. ECONOMETRICS&STATISTICS

Lavrentiev V.A., Parasyuk A.E. Optimization of parametric accuracy of production in mechanical engineering in conditions of resource economy and management variability

V.A. Lavrentiev, d. E. Sc., a professor. E-mail: v.lavrentiev@mail.ru.
A.E. Parasyuk, a student. E-mail: aanya885@gmail.com

Abstract. In conditions of scantiness of resources products of machine-building enterprises are of the task of compliance, at least, two basic conditions: the competitiveness of the new-born market and the achievement of the parameters of the best analog raw materials examples. For realizing the task, sufficient investment potential is needed, which, unfortunately, is quite limited at the moment. Therefore, there is an optimization problem: the output of the above-mentioned qualities in conditions of resource conservation when implementing technological process in the of tolerance control format.

Keywords: optimization, competitiveness, product example, investment potential, resourceeconomy, technological process, tolerance, tolerance control.

Assessing the recent worldwide decline of engineering industry, it is sure to be expedient to create maximally auspicious conditions for production development within the concept of resource economy.

Thus, worth noting that the development of resource saving is going on with a low and uneven acceleration and is limited by several conditions, including:

1. A new generation of raw material is to become competitive enough to substitute its antiderivative with no harm for production;
2. The presence of the first condition considers a high level of investment potential;
3. Technological mode of the basic engineering subsectors should match the level of set purposes.

The main idea of the article is designing of a method of establishing the

required parametric precision for products in conditions of resource saving (Table 1).

Table 1

Conceptual model of the algorithm for realizing the major stages of manufacturing process in terms of resource saving

Stages of the resource saving strategy while realizing the manufacturing process of innovative products				
Organizational section		Technological section		
Stage 1	Stage 2	Stage 3	Stage 4	Stage 5
Optimization of the management system under resource saving	Optimization of organizational structure	Optimization of the control operations' placement for technological processes	Optimization of tolerance parameters for products	The procedure of determining sensitivity of the internal and external influences on the error of output parameter for production

The conceptual model is presented with the steps made in the form of a diagram reflecting the sequence of actions in conditions of resource economy in the process of production (Figure 1).

Figure 1 shows the sequence of actions for implementing the concept of resource conservation. Thus, the elements of this sequence are likely to have a rigid logical link. It should be noted that each stage is equipped with the necessary input data for their implementation. The stated values are formed for the specific conditions of manufacturing and installed in accordance with relevant reports and descriptions of a certain part of the production.

All the stages are formalized and described by means of the corresponding optimization mathematical models of the objective function and its corresponding requirements and limitations, so it seems logical and reasonable to call the referred stages resource saving optimization at this level of the research.

It should be noted that for the unity of approach in terms of the implementation

of optimization mathematical models, the research uses the method of integer linear programming, characterized by the relative simplicity and affordability considering algorithmic and mathematical positions.

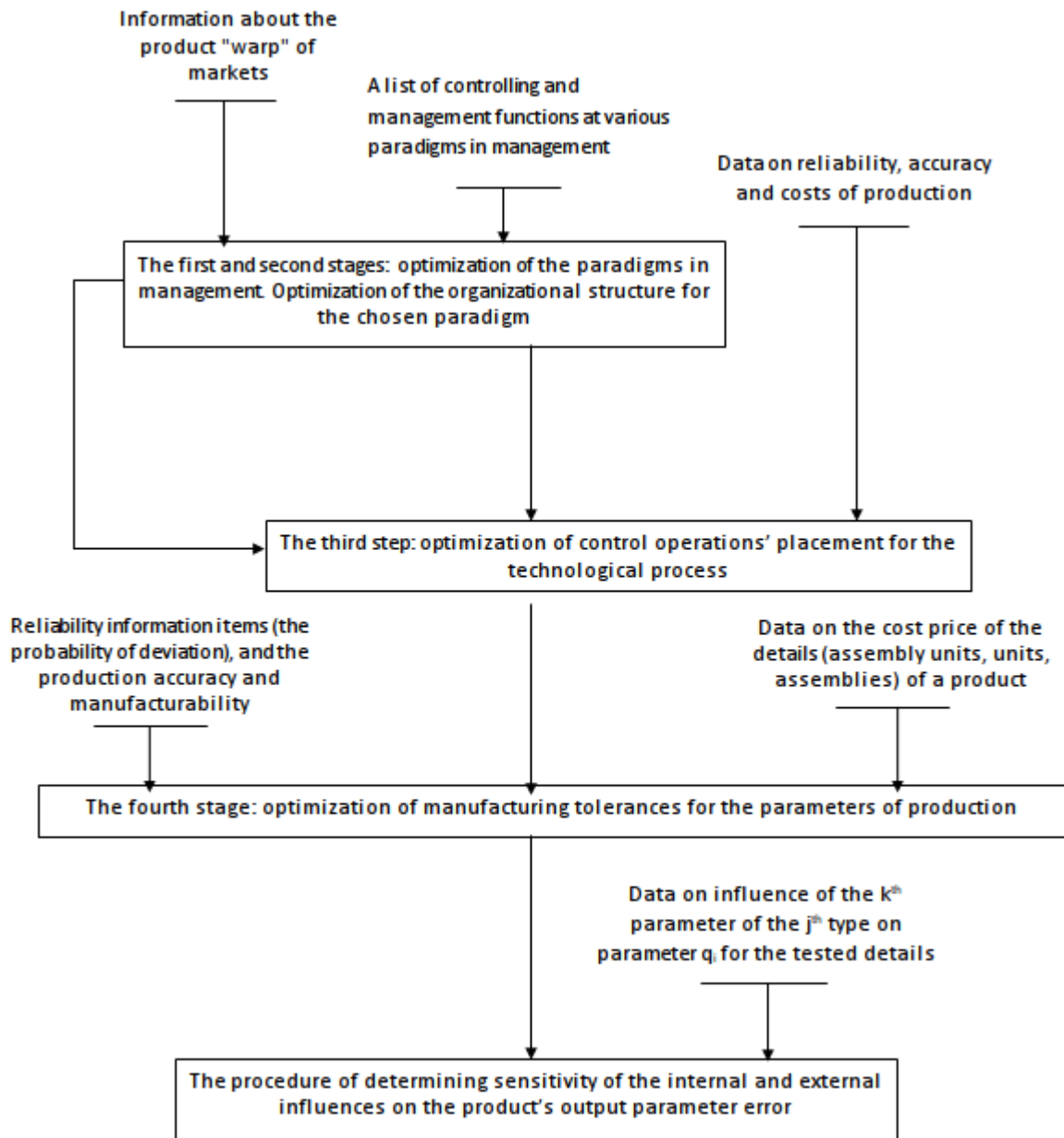


Fig. 1. The sequence of actions in conditions of resource saving during manufacturing of innovative products

The first and second stages: optimization of the organizational structure of the enterprise in conditions of changing of the paradigms in management by resource-saving criterion.

Change of the types and kinds of products, from common to innovative, involves changes in their characteristics, inevitable change of a management system (paradigms in management), what leads to a change in the whole organizational structure (essentially its optimization by the resource criterion).

It is worth mentioning that the transition mechanism also includes an objective function in integer linear programming system of the form (1):

$$F = \sum_{a=1}^v \sum_{h=1}^m \ell_{ah} \kappa_{ah} \rightarrow \min \quad (1)$$

Where:

F - total costs for the execution of all controlling and management functions of the enterprise for the selected paradigm in management;

ℓ_{ah} - the cost of ensuring function a in the subdivision h ;

$\kappa = \begin{cases} 1, & \text{if there's a correlation between } a \text{ and } h \text{ elements;} \\ 0 & \text{otherwise.} \end{cases}$

Here is also considered a task of integer linear programming in matrix form [3]:

$$F = LX \rightarrow \min; \quad (3)$$

$$CX \leq b; \quad (4)$$

$$X \geq 0; F \geq 0, \quad (5)$$

Where:

F –the cost vector;

X - vector of difficulty indicators (labor input) for the functions;

L, C - the coefficient vector;

b - limitation.

The task is realized by means of the matrix model (Figure 2):

Functions	Subdivisions of the enterprise				
	h_1	h_2	...	h_{m-1}	h_m
a_1		F_{12}	...	$F_{1,m-1}$	
a_2	F_{21}		...		$F_{2,m}$
...
a_v	F_{v1}		F_{vm}

Fig. 2. Optimization model for the organizational structure due to the economic criterion

The present research has the probability of not bankruptcy of an enterprise as the main limitation.

Suppose that u_0 - initial reserves necessary during the replacement of the paradigms, and X - costs associated with the implementation of the transition. Then, the probability of bankruptcy - $\phi(u_0)$ is equal to the probability.

$$\phi(u_0) = P(U - X < 0) \quad (6)$$

Accordingly, the probability of not bankruptcy will look in the following way:

$$1 - \phi(u_0).$$

In statistics, the probability of bankruptcy is expressed as:

$$\phi(u_0) \leq \exp(-Ru_0),$$

Where:

R - a correction factor in Lundberg inequality.

Conducting the necessary mathematical operations R can be calculated by the formula:

$$R < 2\theta MX_1 / MX^2,$$

Where:

MX, MX^2 - the mathematical expectation of the first and second initial moment;

θ - supplement for safety (tabulated in statistical tables).

The third stage: Optimization of the placement of control operations for the

technological process.

The procedure of optimal placement of checkpoints should be combined with procedures of optimization of the structure itself considering control operations in these positions; in the future, these procedures should be merged into one complex payment scheme, with total costs $C \rightarrow \min$.

At this step it's worth concentrating on the basis of this methodology.

The technological process is provided with the following synthesis scheme.

In this scheme are denoted:

$i = 1, \dots, n$ - a number of the technological operation;

$j = 1, \dots, m$ - a number of the checkout operation;

P_i - probability of an error at i^{th} technological operation;

C_i - total costs for the i^{th} technological operation conducted;

$d_{j\ell}$ - controlling costs for ℓ^{th} parameter ($\ell = 1, \dots, k$) after i^{th} technological operation.

Further the sequence of assessments for the ratio between the controlling costs and the technological costs is logical to consider.

Total expenses will be expressed by the ratio:

$$M(C_{\Sigma}) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n M(C_i)P_i + M(d_n) = \frac{1}{n} M(C_1^n) \sum_{i=1}^n P_i + M(d_n^n), \quad (7)$$

Where the additional symbol is assumed:

C_1^n - where the indices denote the summation of technology costs from the 1st to the n^{th} operations (as well as for controlling costs denoted d_n^n).

Changing the control system scheme by means of implementing an additional control checkpoint after penultimate technological operation except the only last one varies the whole technological process.

Then all parameters executed from the 1st to the n^{th} technological operations are controlled by the 1st control checkpoint, and after the last operation control covers

only those parameters which are provided by execution only in the i^{th} technological operation.

Herewith the total costs will be expressed:

$$M(C_{\Sigma}) = \frac{1}{n-1} M(C_1^{n-1}) \sum_{i=1}^{n-1} P_i + M(d_{n-1}^n). \quad (8)$$

Where:

m – the amount of control checkpoints for the technological operation with the following constraints:

$$m \leq n;$$

$$P_i \leq P_i; i = 1, \dots, n. \quad (9)$$

$$|\rho(d_i, d_j) - \rho(d_i, d_k)| \rightarrow \max.$$

Bringing deviation probabilities for the calculation makes possible to calculate the average probability of an error at the i^{th} operation with using the recommended deviation probabilities for various types of technical equipment given in the *Table 2*.

Table 2.

Recommended deviation probabilities for various types of technical equipment

Types of technical equipment	The distributive laws of deviation for production manufacturing of
Turning Lathe	The Gauss distributive law. Deviation probability: $F_Y(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi D}} \int_{-\infty}^x e^{-\frac{(t-A)^2}{2D}} dt = \Phi \left[\frac{x-A}{\sqrt{D}} \right]$
Milling machine	The Gauss distributive law. Deviation probability: $F_Y(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi D}} \int_{-\infty}^x e^{-\frac{(t-A)^2}{2D}} dt = \Phi \left[\frac{x-A}{\sqrt{D}} \right]$

Grinding machine	Exponential distributive law. Deviation probability: $F_Y(x) = 1 - e^{-\lambda x}$
Grooving machine	Gamma distributive. Deviation probability: $F_Y(x) = \frac{\lambda^\alpha}{\Gamma(\alpha)} \int_0^x t^{\alpha-1} e^{-\lambda t} dt,$

The fourth stage: optimization of manufacturing tolerances for the parameters of production.

The canonical form of the optimization problem can be formulated as the following:

It is required to find the values of the variables $X_1, X_2, \dots, X_i, \dots, X_{n-1}, X_n$ while minimizing the objective function:

$$C = \{C(X_i)\} \rightarrow \min \quad (10)$$

And the following restrictions:

$$\left. \begin{array}{l} A_k \geq A_k(X_i) \\ A_i \leq A_i(X_i) \end{array} \right\}. \quad (11)$$

First of all, the requirement of ensuring the product accuracy should be considered. According to (10) let's introduce the error ΔY in the output parameter $Y(t)$ in a function of deviations $\Delta q_i, i = \overline{1, n}$ of the primary parameters - q_i .

Expanding the error ΔY in power series (the Taylor series) it can be expressed by the formula:

$$\Delta Y = \sum_{i=1}^n \left(\frac{\partial Y}{\partial q_i} \right) \Delta q_i, \quad (12)$$

Where:

$\left(\frac{\partial Y}{\partial q_i} \right)$ - error influence coefficient in the i^{th} primary parameter on the output function $Y(t)$ of the product, determined for $\Delta q_i = 0$.

Thus, error equation assumes the form:

$$\delta_y^2 = \sum_{i=1}^n \left(\frac{\partial Y}{\partial q_i} \right)^2 \delta_{q_i}^2, \quad (13)$$

Where:

δ_y^2 - the dispersion of the output parameter error;

$\delta_{q_i}^2$ – the dispersion of the i^{th} primary parameter where influence coefficients are not random.

$$\delta_y^2 = \sum_{i=1}^n \delta_{F_i}^2 \delta_{q_i}^2, \quad (14)$$

For the case of random influence coefficients (14):

δ_{F_i} – the dispersion of the i^{th} parameter influence coefficient on the output function $Y(t)$ of the product.

In the normal distributive law for ΔY и Δq_i deviations is used the following dispersion ratio:

$$\Delta_Z^2 \approx 9 \delta_Z^2, \quad (15)$$

Where:

Z – a normally distributed random quantity.

Then it becomes possible to write the tolerance equation for not random influence coefficients:

$$\Delta_y^2 = \sum_{i=1}^n F_i^{*2} \Delta_i^2, \quad (16)$$

And thus, for random influence coefficients:

$$\Delta_y^2 = \sum_{i=1}^n \delta_{F_i}^2 \Delta_i^2, \quad (17)$$

Transforming the identical ratios (16) and (17) into linear functions relatively to the quadrates of the quantities included.

So we get:

$$Y = \sum_{i=1}^n F_i X_i, \quad (18)$$

Where:

$$Y = \Delta_y^2;$$

$$F_i = \{F_i^{*2}; \delta_{F_i}^2\} \text{ (for random and not random quantities)}$$

$$X_i = \Delta_i^2. \quad (19)$$

The costs are determined for each tolerance level for the appropriate parameter.

Dependence of costs C_i on the tolerance for the parameter is determined as a result of the corresponding calculation for each detail of a product containing this parameter.

So far as costs is generally an additive function for providing each parameter of a product, it can be concluded that:

$$C = \sum_{i=1}^n C_i \quad (20)$$

Continuing (20):

$$C = C_{10} - K_1 X_1 + C_{20} - K_2 X_2 + \dots + C_{no} - K_n X_n = C_o - \sum_{i=1}^n K_i X_i \quad (21)$$

For saving the positive sign in the equation (21) we will get:

$$C_o - C = \sum_{i=1}^n K_i X_i. \quad (22)$$

Due to the main condition of the optimization the criterion $C \rightarrow \min$. But in this case the first part of the cost equation (22) will inevitably increase. That's why the condition for movement toward the optimum will be:

$$\left\{ C^* = \sum_{i=1}^n K_i X_i \right\} \rightarrow \max, \quad (23)$$

On the basis of (23) the restriction is formed and transformed into the inequality:

$$Y_g \geq \sum_{i=1}^n F_i X_i, \quad (24)$$

Where:

Y_g – a quadrate of maximum acceptable deviation for the product output parameter.

Reliability restriction is absolutely adequate while forming total costs of innovative production.

For consistent, reliable schemes fail safe performance probability P of the product is related to fail safe performance probability P_i , $i = \overline{1, n}$, of the particular elements by means of the relation:

$$P = \prod_{i=1}^n P_i. \quad (25)$$

As a result of the conversion the reliability equation is obtained:

$$P = a_1^* X_1 + a_2^* X_2 + \dots + a_i^* X_i + \dots + a_n^* X_n, \quad (26)$$

This equation (26) is the basis for future forming of the next restriction:

$$P_{ad} \leq \sum_{i=1}^n a_i^* X_i \quad (27)$$

The fifth stage: the procedure of determining sensitivity of the internal and external influences on the product's output parameters error.

Here is created a number of recommended actions when assessing the parametric sensitivity of the product in terms of influence coefficient variation from 0 to 0,9 at different stages (Table 3).

Table 3

Recommended actions when assessing the parametric sensitivity of the product

Assessment of the product's parametric sensitivity. Influence coefficient $f_{q_i}^y$				
Stage 1	Stage 2	Stage 3	Stage 4	Stage 5
---	To 0,15	0,15-0,3	0,3-0,55	0,55-0,9
No recommendations	Random control of the product's output parameters	Possible expansion of tolerances if needed	Requirement to toughening for checkpoint characteristics of the product	Necessity to reduce the lifetime of the product

Mathematical description of the product can be presented in the following way:

$$Y = W(q_1, \dots, q_i, \dots, q_m, t) \cdot X, \quad (28)$$

Where:

Y - the vector of output parameters

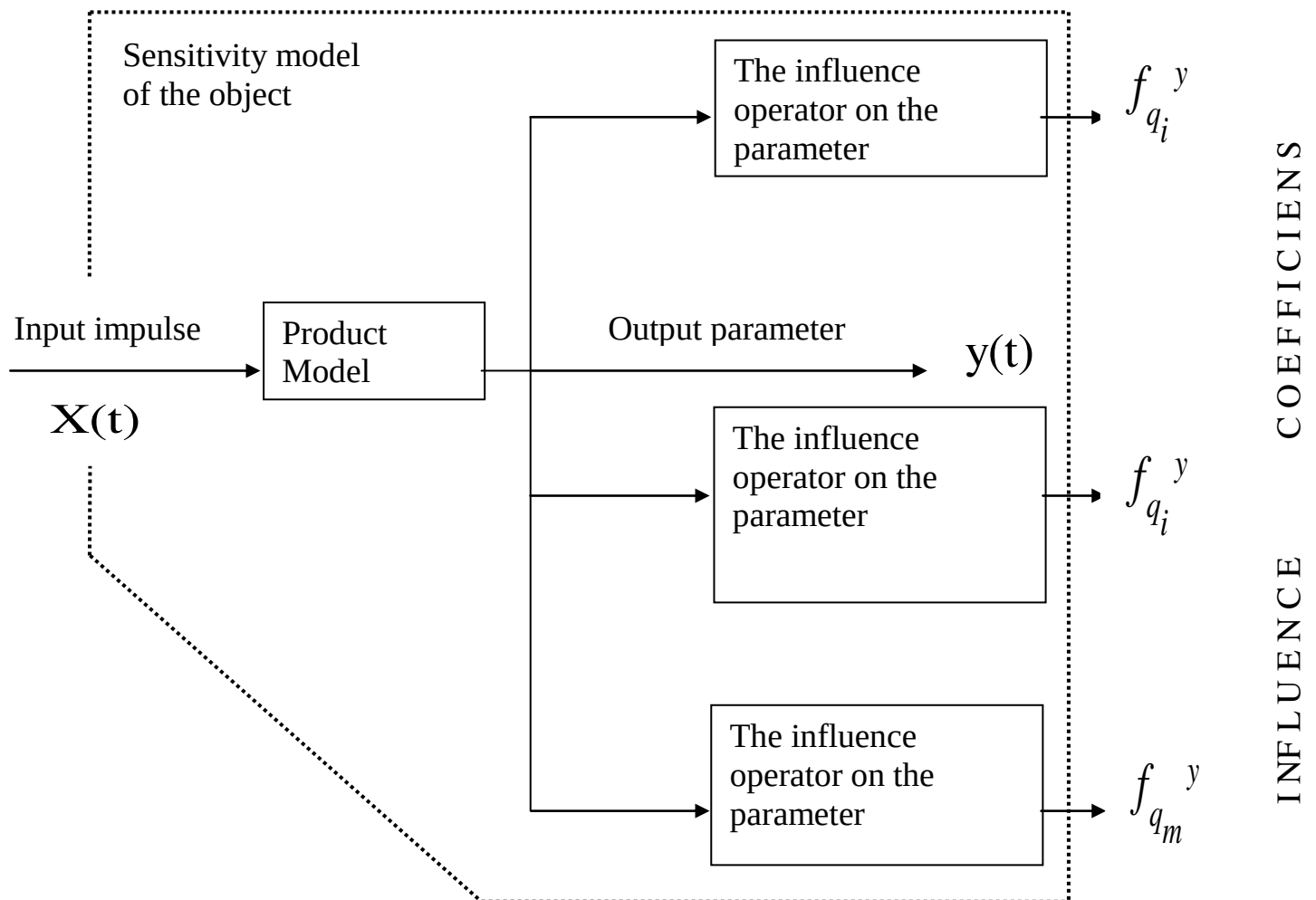
X - the input vector

$W(q_1, \dots, q_i, \dots, q_m)$ - the transition function of a product.

Thus, Sensitivity Model is formed:

$$f_{q_i}^Y = \frac{\partial Y}{\partial q_i} = \frac{\partial}{\partial q_i} W(q_1, \dots, q_i, \dots, q_m) \cdot X \quad (29)$$

The flowchart of the Sensitivity Model is demonstrated in Scheme 1



Scheme 1. The flowchart of the Sensitivity Model

Table 4 shows parametric sensitivity coefficients depending on changes such parameters as reliability and technological cost on different levels of technical tolerances.

Table 4.

The coefficient scale of parametric sensitivity for innovative production

Technical tolerance level	Product reliability, hours	Technological cost, \$	Parametric sensitivity
1. to 0,01	43800	579,30	to 0,15
2. 0,01-0,05	32850	438,39	0,15-0,3
3. 0,05-0,1	21900	328,79	0,3-0,55

This implies that the coefficients of the parametric sensitivity of the product (assembly unit) vary in proportion to the tolerance levels, ie, the wider the field of tolerance, the more sensitive a product becomes concerning the internal and external factors of influence.

The presented method of integrated optimization based on economic criteria will significantly enhance resource economy.

Bibliography:

1. Lavrentiev VA, Samoilov AV, MV Bogdanenok "Optimization of the parameters of the innovation process, modulated by long waves of economic cycle". "Economics", Moscow. №8, 2010.
2. Lavrentiev VA "Managing the placement of control operations of technological process for manufacturing high-tech products." "Economics", Moscow. №7, 2009.
3. GOST 16504-81. State system of testing products. Testing and quality control.

4. GOST 51372-99. Methods of accelerated tests for durability and retentivity under the influence of aggressive and other special environments for technical products, materials and material systems.
5. Polovko AM, IM Mashkov, Zhigarev AN Zarudny VI "Collection of the theory of reliability problems." "Soviet Radio", Moscow, 1972.
6. Gabasov R. «Optimization methods», Moscow, 2011.

Scientific edition

INTERNATIONAL CONFERENCE OF BUSINESS, ECONOMICS, MANAGEMENT, INFORMATION TECHNOLOGY

materials of the I international research and practice conference

November 30th 2016

Please address for questions and comments for publication as well as suggestions for cooperation to e-mail address mail@scipro.ru

Edited according to the author's original texts

ISBN 978-1-370-68261-4



9 781370 682614

Format 60x84/16. Conventional printed sheets 9,4

Circulation 100 copies

The publisher Sole proprietorship N.A. Krasnova

Address: USA, Los Gatos (CA) 15951
Gatos Blvd., Suite 16 Los Gatos, CA
95032