

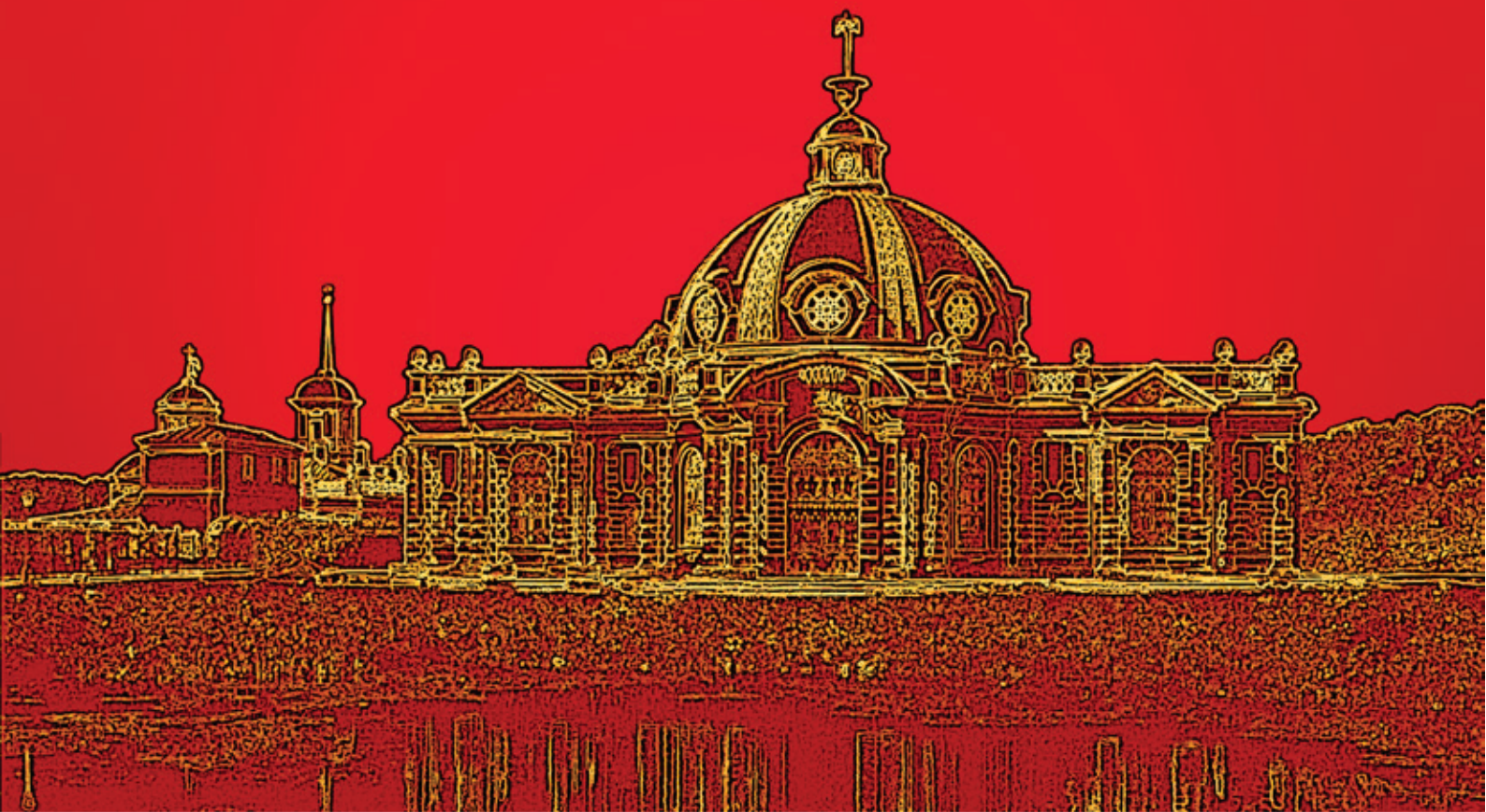
МОЛОДОЙ
УЧЁНЫЙ



IV Международная научная конференция

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Часть I



Москва

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия сборника:

*М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, А. В. Каленский, В. А. Куташов, К. С. Лактионов,
Н. М. Сараева, Т. К. Абдрасилов, О. А. Авдеюк, О. Т. Айдаров, Т. И. Алиева, В. В. Ахметова,
В. С. Брезгин, О. Е. Данилов, А. В. Дёмин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, Т. П. Жуйкова, Х. О. Жураев,
М. А. Игнатова, К. К. Қалдыбай, А. А. Кенесов, В. В. Коварда, М. Г. Комогорцев, А. В. Котляров,
В. М. Кузьмина, С. А. Кучерявенко, Е. В. Лескова, И. А. Макеева, Т. В. Матроскина, Е. В. Матвиенко,
М. С. Матусевич, У. А. Мусаева, М. О. Насимов, Б. Ж. Паридинова, Г. Б. Прончев, А. М. Семахин,
А. Э. Сенцов, Н. С. Сенюшкин, Е. И. Титова, И. Г. Ткаченко, С. Ф. Фозилов, А. С. Яхина, С. Н. Ячинова*

Руководитель редакционного отдела: *Г. А. Кайнова*

Ответственные редакторы: *Е. И. Осянина, Л. Н. Вейса*

Международный редакционный совет:

*З. Г. Айрян (Армения), П. Л. Арошидзе (Грузия), З. В. Атаев (Россия),
К. М. Ахмеденов (Казахстан), Б. Б. Бидова (Россия), В. В. Борисов (Украина),
Г. Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия), А. Данатаров (Туркменистан),
А. М. Данилов (Россия), А. А. Демидов (Россия), З. Р. Досманбетова (Казахстан),
А. М. Ешиев (Кыргызстан), С. П. Жолдошев (Кыргызстан), Н. С. Игисинов (Казахстан),
К. Б. Кадыров (Узбекистан), И. Б. Кайгородов (Бразилия), А. В. Каленский (Россия), О. А. Козырева
(Россия), Е. П. Колпак (Россия), В. А. Куташов (Россия), Лю Цзюань (Китай), Л. В. Малес
(Украина), М. А. Нагервадзе (Грузия), Ф. А. Нурмамедли (Азербайджан), Н. Я. Прокопьев
(Россия), М. А. Прокофьева (Казахстан), Р. Ю. Рахматуллин (Россия), М. Б. Ребезов
(Россия), Ю. Г. Сорока (Украина), Г. Н. Узаков (Узбекистан), Н. Х. Хоналиев (Таджикистан),
А. Хоссейни (Иран), А. К. Шарипов (Казахстан)*

Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф.
А43 (г. Москва, июнь 2016 г.). — М.: Буки-Веди, 2016. — iv, 86 с.

ISBN 978-5-4465-0928-7

В сборнике представлены материалы IV Международной научной конференции «Актуальные вопросы экономики и управления».

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330
ББК 65

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Клемашева Е. И.

Новая индустриализация в концепциях экономических школ 1

Неронова А. В., Захарян А. В.

Совершенствование реализации налоговой политики РФ. 3

3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Уразбахтин Ю. Г.

Методологические основы, характер и сущность воинского труда 5

4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

Дадыко С. И., Марченко А. В.

Риск-культура в современной банковской сфере 7

Иванов Д. Ю., Шишканова Е. И.

Влияние проблем налогообложения на экономику России 10

Марченко А. В., Дадыко С. И.

Базельские соглашения: общая логика, влияние на управление рисками 12

Маслакова Е. С.

Развитие малого предпринимательства в России в условиях кризиса 14

Некрасова Е. С.

Развитие экономики в условиях нестабильности валютного курса 16

Олифиренко А. С.

Информационные технологии в экономике. Использование Internet в бизнесе.

Электронная коммерция (e-commerce), виртуальные магазины 19

Прасолова Т. Ю., Бутакова М. Э.

Направления совершенствования системы государственного управления инновационным развитием нефтегазового комплекса 21

Решитова А. А.

Анализ развития малого предпринимательства 26

Строкова А. А.

Оценка реализации принципов построения бюджетной системы РФ. 28

5. ОБЩЕСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Лобышева И. С.

Экономико-управленческое образование в школе 31

6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

Буров В. В.

Реклама инновационной деятельности стартапов с помощью краудфандинга. 37

7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Занько А.И.

Теоретические основы и принципы организации и функционирования государственно-частного партнерства в процессе реализации жилищной политики государства 41

Новикова Е.Ю.

Ключевые аспекты функционирования вертикально интегрированных нефтегазовых компаний 43

8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Гончарова А.Е.

Изучение мирового опыта слияний и поглощений на фармацевтическом рынке 49

Letnikava A.

Dutch Disease: the Case of Russia 52

9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Букова А.А., Черепанова П.С.

Финансово-оздоровительная стратегия предприятия в условиях экономического кризиса 58

Глебов А.А.

Паевые инвестиционные фонды как институты коллективного инвестирования в Российской Федерации. 61

Горохова Т.Г.

Реализация субъектами малого и среднего предпринимательства преимущественного права на выкуп арендуемого имущества: спорить или не спорить? 64

Горохова Т.Г.

Оспаривание субъектами малого и среднего предпринимательства рыночной стоимости выкупаемого объекта недвижимости: тенденции развития. 66

Селезнева М.М.

Переход на МСФО (IFRS) 9: новые вызовы для кредитной организации 68

Толмачева И.В.

Современные проблемы управления кредитными рисками 72

11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Зайкина К.А., Тесленко В.А.

Проблемы кросс-культурных особенностей в международном маркетинге 74

Иванова А.О., Русакова А.А., Корепанова Е.Г.

В противовес кризису: анализ рынка дискаунтеров города Красноярск 76

Логутова А.В.

Маркетинговые управленческие решения в гостиничном бизнесе и технология их принятия 79

Шкаева Л.М.

Investor Relations как один из инструментов маркетинга в целях привлечения инвестиций в предприятие 83

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Новая индустриализация в концепциях экономических школ

Клемашева Елена Игоревна, аспирант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Современное функционирование российской экономики характеризуется структурным кризисом с ярко выраженными последствиями: инфляция, снижение курса национальной валюты, это стало последствиями функционирования экспортно-сырьевой модели экономики, которая исчерпала свой потенциал и стала фундаментом развития кризиса.

Изменение экспортоориентированного [1] характера экономики и модели экономического роста, базирующейся на трансформации сверхдоходов во внутренний спрос, необходимо не только как условие преодоления современного кризиса, но и как условие обеспечения сбалансированности бюджета по расходам и доходам в условиях насыщения мирового рынка энергоресурсами. Следовательно, в экономических дискуссиях ставится вопрос о формировании новой модели социально-экономического развития.

Структурные преобразования на современном этапе развития экономики России рассматриваются как фундамент модернизации экономики в направлении формирования новой модели социально-экономического развития. Формирование новой структуры экономики, которая способна обеспечивать не фрагментарное благополучие является новая индустриализация.

Сложность и комплексность явления новой индустриализации, вопросы содержания которой обсуждаются следующими авторами: С. Румянцев, А. Жиронкин, А. Нешиной, С. Губанов, Л. Орленко, В. Рязанов, А. Татаркин и др. расхождение мнений не только по возможным путям и способам проведения новой индустриализации, но и по трактовке самого понятия дает возможность систематизировать и уточнять некоторые теоретические положения.

В рамках данной статьи остановим внимание на анализе научных подходов исследования преобразований экономики на основе новой индустриализации в концепциях экономических школ.

Экономическая наука пока не сформулировала единых положений структурных преобразований хозяйственной системы общества, на основе которых можно сформировать рекомендации выхода из структурного кризиса. Следовательно, подходы к анализу структуры экономики и ее преобразований, разработанные различными школами экономической науки и выделим наиболее важные в рамках разработки теоретических положений новой индустриализации.

В экономических учениях прослеживаются разносторонние подходы к анализу преобразований структуры экономики.

Наиболее распространенной на сегодняшний день является концепция эволюции общества на основе уровня технологического развития — концепция Д. Бэлла [2]. Концепция заключается в последовательном переходе общества от доиндустриального — основанный на первичном секторе (традиционные производства) к индустриальному — с основой из вторичного сектора (обрабатывающие производства и транспорт) и к постиндустриальному — основу которого составляют три сектора: третичный (транспорт, коммуникационные услуги), четвертичный (торговля, финансы, страхование, операции с недвижимостью) и пятеричный (медицинские, образовательные услуги, научная деятельность). Следует отметить, что при переходе от «второго» к «третьему» доля индустриального сектора снижается в ВВП, но сам сектор не прекращает функционировать в экономике, изменяются характеристики форм и методов организации производства. Применение теории постиндустриального развития Д. Белла к построению нового типа российской экономики возможно при условии реиндустриализации России, восстановления вторичного сектора, как важнейшего этапа в процессе индустриализации, и развития условий для продвижения вверх по технологической лестнице.

Меркантилисты первыми показали возможность воздействовать на экономику посредством ее структурных изменений. Концепция торгового баланса, суть которой заключается в максимизации активного торгового баланса на основе формирования структуры экономики по средствам специализации производства и политики протекционизма. Основная роль отводилась отрасли торговли, в то время, как промышленное производство оставалось придатком торговли [3].

В основу подхода классиков была заложена концепция экономического либерализма — свобода конкуренции без вмешательства государства в функционирование рыночного механизма. В рамках данного исследования значимы взгляды К. — А. Сен-Симона, который разделил структуру экономики на две части — производственную (рыночно-саморегулируемую) и непроизводственную (соответственно не-саморегулируемую), а общество — на два класса (промышленный и непромышленный) [4].

Из работ 19 в. интересно учение К. Маркс [5] и взгляды представителей неоклассической экономической теории.

Вклад К. Маркса в методологию структурных преобразований состоит в рассмотрении эволюции общества, как смены «общественно-экономической формации», основа формации — это совокупность производственных отношений, которые зависят от уровня развития материальных производительных сил. Это позволяет сделать вывод о том, что структура воспроизводственной системы выступает основой для перехода от индустриального к постиндустриальному обществу.

Значительный вклад в разработку теории структурных преобразований внесли представители неоклассического направления (А. Маршалл, Дж. Б. Кларк, А. Пигу и др.), развивавшие классическую идею о формировании структуры экономики под воздействием функционирования рыночного механизма.

Взгляд неоклассиков на структурные преобразования на основе рыночной саморегуляции препятствует, по мнению автора, определению роли государства в процессе новой индустриализации экономики, ведь на основе активной государственной поддержки возможно развитие отраслей с мультипликативным воздействием, удовлетворяющих потребности населения.

20—21 век характеризуется развитием взглядов на структурные преобразования под воздействием научно-технического прогресса в развитии производительных сил и на основе этого изменений в социально-экономических взаимосвязях. Наиболее значимыми в рамках нашего исследования являются теория технологических укладов.

Теории технологических укладов, у истоков которой стоят труды Й. Шумпетера и работа Н. Д. Кондратьева «теория длинных волн» [6], сегодня наиболее активно развивается в работах С. Ю. Глазьева [7].

Современное направление развития экономики в направлении становления технотронного общества США, Германии, Китае основано на шестом технологическом укладе, в процессе развития и коммерциализации исследований в области нано-материалов и нано техники, биохимии и возобновляемой биоэнергетики, безотходной промышленности и «безлюдных» производств.

Исследуя развитие экономики России, согласно теории технологических укладов, необходимо изначально провести реиндустриализацию — переход от доминирующего в экспортно-сырьевой модели экономики 3-го (сырьевого) уклада к массовому распространению 4-го (обрабатывающему) и формированию 5-го (поздне-обрабатывающему), с последующей новой индустриализацией на основе 6-го ТУ. При этом 3-й и 4-й уклады должны остаться в роли донора материальных ресурсов технологического развития российской экономики.

В рамках рассмотрения новой индустриализации, как процесса структурных преобразований с активной ролью государства в экономике и последовательной эволюции технологических укладов интересна работа Ф. Листа «Национальная система политической экономии» [8]. Ос-

новные идеи, обозначенные немецким экономистом — это протекционизм, теория промышленного развития и концепция экономического прогресса страны на основе опыта предыдущих поколений.

Рассматривая новую индустриализацию, как способ преодоления структурного кризиса необходимо отметить Е. Ясина [9], рассматривающего структуру связей «государство — бизнес» и отмечающего, что без структурных изменений рост мирового сырьевого рынка не только закрепляет структурный кризис, но и тормозит рыночные реформы.

При рассмотрении модернизации структуры экономики сквозь призму концентрации капитала необходимо отметить автора — С. В. Любимцеву [10], которая отмечает процесс изменения структуры производства под воздействием информационной революции.

Наблюдаемая сегодня в развитых странах смена технологического укладов обусловлена, с одной стороны, ускорением научно-технического прогресса, повсеместной инновационной деятельностью, с другой — изменением характера экономических отношений, связанных с движением капитала, с собственностью на средства производства. В структуре капитала значительное место занимает интеллектуально-знаний компонент; распределение прав интеллектуальной собственности и ее регулирование происходит по иным, отличным от материальных средств производства законам; меняется кластерная структура как национальных, так и мировой экономик.

Общемировые тенденции развития экономических систем оказывают влияние и на экономику России, но с некоторой временной диспропорцией, т.к. специфика развития стран лидеров основана на естественно-эволюционном пути развития в то время, когда в данных экономиках формировались экономические отношения, связанные с инновационным предпринимательством, в России на основе реформаторско-эволюционного пути только начал формироваться рынок. На фоне ускоренной адаптации к нему естественным процессом стало возникновение неэффективных собственников и определение необходимости принятия на себя государством роли основоположника неоиндустриального развития. Как следствие, определение методологии и условий новой индустриализации является одной из первостепенных задач в рамках разработки теории новой индустриализации и сценария ее реализации. Это продиктовано ожидаемыми результатами новой индустриализации:

- формирование высокотехнологичной и наукоемкой экономики, функционирующей в условиях: автоматизации производственных сил на основе инновационных разработок, ресурсосбережения и безотходности;

- обозначения интеллектуального капитала как фактора производства и присвоения ему ведущей роли в развитии предприятия, отрасли и экономики страны;

- достижения самообеспеченности страны товарами и услугами, удовлетворяющими потребности населения, выросшие в качественном выражении.

Литература:

1. Лексин, В. М. Региональная действительность и региональные исследования // Регион: экономика и социология. — 2014. — № 2. — С.7–38.
2. Bell, D. The coming of post-industrial society. Venture in social forecasting. — N.Y.: Collman Pub., 1973. — P.92.
3. Ядгаров, Я. С. История экономических учений. — М.: ИНФРА-М., 1999. — с. 23–24
4. Кучеренко, Г. С. Сен-Симонизм в общественной мысли первой половины XIX в. — М.: Издательство социально-экономической литературы, 1975. — С.56.
5. Кучеренко, Г. С. Сен-Симонизм в общественной мысли первой половины XIX в. — М.: Издательство социально-экономической литературы, 1975. — С.56.
6. Кондратьев, Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. — М.: Экономика, 2002. — 767 с.
7. Глазьев, С. Мировой экономический кризис как процесс смены технологических укладов // Вопросы экономики. — 2009. — № 3. — С.26–32.
8. Национальная система политической экономии. Перевод с немецкого / Лист Ф., д-р.; Пер. под ред.: Трубников К. В. — С. — Пб.: А. Э. Мартенс, 1891. — 486 с.
9. Ясин, Е. Нефть, темпы и инфляция // Вопросы экономики. — 2005. — № 9. — С.4–20.
10. Любимцева, С. Структурная модернизация экономики // Экономист. — 2003. — № 2. — С.12–29; Любимцева, С. Законы структурной эволюции экономических систем // Экономист. — 2003. — № 10. — С.29–40.

Совершенствование реализации налоговой политики РФ

Неронова Алёна Владимировна, студент;

Захарян Ангелина Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент

Кубанский государственный аграрный университет

Налоговая политика является важнейшей составной частью экономической политики страны. Одновременно это и тот рычаг, с помощью которого публичная власть оказывает огромное воздействие на процесс производства и распределения.

Очевидно, что успех экономического реформирования в нашей стране в большой степени зависит от того, в каких направлениях пойдет преобразование налоговой системы общества, насколько бюджетная и налоговая политика государства будет отвечать требованиям времени

Реализация налоговой политики осуществляется через налоговый механизм, который представляет собой совокупность форм и методов налоговых отношений государства и налогоплательщиков.

В 2010–2015 гг. приоритеты Правительства РФ в области налоговой политики оставались такими же, как и ранее — создание эффективной налоговой системы, обеспечивающей бюджетную устойчивость в среднесрочной и долгосрочной перспективе. При этом в отличие от предыдущих лет налоговая политика впервые после долгого перерыва проводилась в условиях дефицита федерального бюджета.

Налоговая политика, с одной стороны, была направлена на противодействие негативным эффектам экономического кризиса, а с другой стороны — на создание условий для восстановления положительных темпов экономического роста.

Основными направлениями развития налоговой системы и совершенствования налоговой политики РФ в настоящее время являются:

— поддержка инвестиций и развития человеческого капитала;

— совершенствование механизмов налогообложения при операциях с ценными бумагами и финансовыми инструментами срочных сделок, а также иных финансовых операциях;

— совершенствование специальных налоговых режимов для малого бизнеса;

— развитие взаимосогласительных процедур в налоговых отношениях.

Кроме того, в документе приведены меры, направленные на увеличение бюджета:

— налогообложение природных ресурсов;

— акцизное налогообложение;

— введение налога на недвижимость;

— сокращение неэффективных налоговых льгот и освобождений;

— совершенствование налога на прибыль организаций;

— совершенствование налогового администрирования;

— противодействие уклонению от налогообложения с использованием низконалоговых юрисдикций;

— страховые взносы на обязательное пенсионное, медицинское и социальное страхование [1].

Эффективность и законность применяемых административных методов управления во многом зависит от управленческого персонала, его правовой культуры, образования, условий осуществления управленческой деятельности.

Для дальнейшего совершенствования налоговой политики России, на наш взгляд, необходимо:

- наряду с фискальной усиливать регулирующую, стимулирующую и контролирующую функции налогообложения;
- осуществлять непрерывную работу по изменению налогового законодательства;
- обеспечивать наполнение доходной части бюджета, как за счет усиления налогового администрирования, так и за счет ослабления налогового бремени;
- производить максимальное налогообложение у источников выплат;
- упрощать налогообложение; сокращать все виды льгот;
- снижать размеры платежей во внебюджетные фонды;
- осуществлять увеличение налогообложения сферы потребления за счет повышения таможенных пошлин и акцизов;
- добиваться единообразия политики органов, отвечающих за пополнение доходной части бюджета, создать комитет по налогообложению и таможенной политике.

Налоги и налоговая политика государства не должны сдерживать предпринимательство, расширение производства товаров и услуг. Чрезмерно высокие налоги отнюдь не способствуют стабилизации бюджета.

Налоговую культуру нельзя создать и существенно повысить ее уровень ни за месяц, ни за год, ни за три года — потребуется значительно больший промежуток времени.

Необходимо существенно увеличить оклады работников налоговых органов, доведя их до рыночного уровня, и предусмотреть специальный социальный пакет. Также целесообразно применять систему стимулирования исходя не только из уровня собираемости налогов и налоговых доначислений, но и использовать дополнительные

качественные показатели работы: количество обращений налогоплательщиков и налоговых органов в судебные инстанции, количество выигранных дел налоговыми органами и налогоплательщиками, количество жалоб налогоплательщиков, профессионализм и качество «обслуживания» и т.п.

В результате таких мероприятий можно увеличить общий уровень образования, профессионализма, интеллигентности работников налоговых органов.

Связанное с указанными выше мероприятиями увеличение расходов государства может быть компенсировано более эффективным перераспределением трудовых и материально-технических ресурсов для выполнения комплекса работ по контролю за поступлением налогов и сборов, снижением уровня коррупции, повышением доверия общества государству и уменьшением доли теневого сектора экономики за счет ее легализации (конечно не в краткосрочном периоде) [2].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что основными целями налогообложения наряду с обеспечением необходимых поступлений в бюджет являются также стимулирование позитивных тенденций в экономике и обеспечение необходимого уровня социальных гарантий. В этой связи выбор инструментов налогового воздействия, характера и механизма их использования не может быть случайным — они должны быть определены государственной стратегией и направлением развития налоговой системы. Однако существующая политическая, экономическая и социальная специфики, насущные проблемы вызывают необходимость корректировки форм и методов налогового воздействия и определения их приоритетности и сочетания. При этом только комплексное и продуманное использование всех инструментов налоговой политики может привести к наиболее эффективным результатам.

Литература:

1. Налогообложение юридических лиц в вопросах и ответах/ Солнышкова Ю. Н. — М.: Альфа-пресс, 2013. — 242 с.
2. Налоги и налогообложение: Учебное пособие / Под ред. Б. Х. Алиева. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 428 с.
3. Способы минимизации налоговой нагрузки на сельскохозяйственных товаропроизводителей/Кузнецова М. В., Захарян А. В.//Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. с. 39–41.
4. Место налогов как категории финансов в воспроизводственном процессе/Неронова А. В., Захарян А. В.//Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. с. 95–98.
5. Проблемы реформирования налоговой системы РФ и пути их решения/Трегуба К. В., Захарян А. В., Тюпакова Н. Н.//Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. с. 97–100.
6. Модернизация налоговых органов РФ/Одуд А. А., Захарян А. В.//Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 4–1 (75). с. 90–92.

3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Методологические основы, характер и сущность воинского труда

Уразбахтин Юрий Галиевич доцент, старший преподаватель
Вольский военный институт материального обеспечения

Наиболее сложным и противоречивым видам человеческой деятельности, результат которой непосредственно затрагивает такие глобальные проблемы современности, как война и мир, относится воинская деятельность. Основным видом воинской деятельности является военная служба, которую рассматривают как одну из основных экономических категорий — как воинский труд, со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Существует множество точек зрения, исключающая за воинской деятельностью право называться трудом. Ее сторонники по-разному аргументируют свою позицию. Одни считают, что поскольку воинская деятельность не связана с материальным производством, то она не может характеризоваться как труд.

Другие отмечают, что понятие «труд» не может быть использовано применительно к деятельности, имеющей захватнический разрушительный характер.

И в се же воинский труд — это неотъемлемая часть совокупного общественного труда, которая, во-первых, имеет общую с трудом физиологическую основу, хотя и не относится к сфере материального производства; во-вторых, что наиболее важно, характеризуется в своей основе признаками целесообразности и общественной потребности, с той лишь разницей, что носит исторически приходящий характер.

Раскрывая социально-экономическую сущность воинского труда, необходимо охарактеризовать основные элементы воинского труда.

Предметом воинского труда в условиях воинской деятельности является труд, который несёт в своём значении двойственный характер. В мирное время предметом воинского труда выступает боевая готовность, определяемая как способность войск в любых условиях обстановки начать военные действия в установленные сроки и успешно выполнять поставленные задачи. В боевой готовности аккумулируются результаты многогранной деятельности командиров, штабов, всего личного состава вооруженных сил, отражающие их способность выполнять свою основную социально-политическую функцию надежно защитить Отечество от внешней опасности. Боевая готовность не может застыть на каком-то определенном уровне, не может носить временный характер. Содержание боевой готовности претерпевает изменения в зависимости от того, как изменяется военно-политическая и социаль-

но-экономическая обстановка, совершенствуются оружие и боевая техника, формы и методы ведения боевых действий.

В военное время предметом военного труда выступает личный состав, боевая техника, оружие агрессора, развязавшего войну против государства.

Субъекты воинского труда включают в себя все категории военнослужащих. Совокупным субъектом воинского труда в обществе выступают Вооруженные Силы.

Карл Маркс писал: «... солдат сберегает мне время, необходимое для самозащиты и способствует развитию общей производительности труда» [1, с. 293]. Таким образом, результатом воинского труда является общественный товар «военная услуга». Отличительная, наиболее характерная черта этого товара состоит в том, что каждый член общества в состоянии потратить столько «военной услуги», сколько достается всем. Другими словами, объем индивидуального потребления равен совокупному общественному потреблению. Это качество «военной услуги» характеризует потребление, прямо не связанное с платежеспособным спросом совокупной массы индивидуальных потребителей [1, с. 77–80]. Иначе, потребление общественного товара «военная услуга» не может быть объемно представлено рыночным размером платежных возможностей их потребителей. Это подтверждает, что носителем цели воинского труда всегда выступает государство.

К. Маркс, исследуя процессы труда, отмечал, что на характер труда особое внимание оказывают «... так называемые отношения распределения, которые соответствуют исторически определенным, специфически общественным формам процесса производства и тем отношениям, в которые вступают между собой люди в процессе воспроизводства своей человеческой жизни, и возникают из этих форм и отношений». К. Маркс подчеркивал, что «... в этом смысле слова характер труда означает качественно различные исторические формы труда: рабский, барщинный, наемный и свободный» [1, с. 110].

Ожерельев О.И. определяет характер труда как присущие конкретному способу производства важнейшие черты социально-экономической природы труда. Характер труда выражает, прежде всего, общественную форму труда, обусловленную типом господствующих в данном обществе производственных отношений [2, с. 544].

Характер труда жестко увязан с социально-экономическим типом работника. Социально-экономический тип человека (рабовладелец и раб, помещик и крепостной, капиталист и наемный рабочий) определяется его местом в системе производственных отношений данного общества, принадлежностью к тому или иному классу, социальной группе.

А.Д. Космин отмечает, что характер труда зависит от формы собственности на средства производства, степени совпадения цели общественного производства и цели непосредственного производителя. [5, с. 46–47]. Раскрыть сущность характера труда — значит показать специфику, формы и способы соединения работников со средствами производства, формы и методы привлечения людей к труду. Категория «характер труда» отражает воздействие отношений непосредственного процесса труда на развитие его общественной природы и, кроме того, фиксирует отличительные черты и признаки труда в обществе, в различных отраслях производства, на разных предприятиях, для разных лиц. Это понятие является сквозным, проходящим через все уровни общественного производства. Различные стороны непосредственного процесса труда служат конкретными моментами выражения и реализации его характера. В характере труда находит отражение понимание работником социальной действительности, своего особого места и роли в реализации задач общества.

Рассмотрение научных подходов ряда ведущих ученых в области экономики труда к понятию «характер труда» дает нам возможность сформулировать определение характера воинского труда.

Используя данные трактовки и применив их к воинскому труду, по нашему мнению, под характером воинского труда необходимо понимать связи и отношения между всеми категориями военнослужащих, Вооруженными Силами и отдельными субъектами общества, обществом в целом, возникающими в процессе целесообразной воинской деятельности, имеющей общественную потребность.

Под содержанием воинского труда мы понимаем совокупность элементов, связей и функций целенаправленной

деятельности военнослужащего по вооруженной защите интересов государства. Изменения в содержании воинского труда в настоящее время вызваны рядом факторов:

- 1) научно-техническим прогрессом в области военного дела;
- 2) в переходе на новую штатно-организационную структуру;
- 3) введением в действие новых общевоинских уставов ВС РФ и последующее их уточнение;
- 4) усложнением работы с личным составом в связи с приходом в армию молодых людей нового поколения, жизненные ценности которых формировались в период ломки старых экономических отношений и начала новых социальных преобразований в России;
- 5) формирование новой профессиональной контрактной армии.

Результатом воинского труда является общественный товар «военная услуга».

Современный этап содержания воинского труда характеризуется сокращением малоквалифицированного и неквалифицированного воинского труда изменением соотношений физического и умственного труда, небывалым по своим масштабам разделением труда и рождением огромного и постоянно нарастающего количества военных специальностей. Содержание воинского труда постоянно усложняется.

Таким образом, воинский труд, целью которого является обеспечение надежного уровня военной безопасности, включен в сферу государственного управления, имеет свое место и играет важную роль в системе общественного разделения труда.

Учитывая особенности военной службы, государство должно устанавливать для военнослужащих комплекс финансовых отношений, разнообразных стимулов материального и нематериального характера, что должно быть закреплено соответствующей законодательной базой. Это непосредственно вытекает из особых обязанностей, возлагаемых Конституцией на государство с тем, чтобы права человека охранить властью закона.

Литература:

1. Маркс, К. Теория о производительном и непроизводительном труде. — Маркс, К., Энгельс, Ф. // Соч. — 1-е изд. — т. 26. — 376 с.
2. Политическая экономия: Словарь. / Под ред. О.И. Ожерельева. — М.: Политиздате, 1990. — 607 с.
3. Журавский, Д.П. Статистический обзор расходов на военные потребности с 1711 по 1825 г. СПб.: 2000. — с. 227, 228.
4. Воробьев, В.В. Финансово-экономическое обеспечение оборонной безопасности России: проблемы и пути решения. — С. — Пб.: Изд-во С. — Пб.ГУЭФ, 2003. — 414 с.
5. Космин, А.Д. Проблемы управления процессом гуманизации сфер. — М.: Воен.издат., 2004. — с.5–9, 99.

4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

Риск-культура в современной банковской сфере

Дадыко Сергей Игоревич, магистрант;

Марченко Алина Владимировна, магистрант

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

Многие думают, что риск-менеджмент — это элитарная наука, доступная для понимания и практического применения лишь специалистам с математическим образованием. Риск-менеджер представляется магом, который долго колдует над черным ящиком с неизвестным содержанием, произносит загадочные слова «PD», «LGD», «RAROC», «экономический капитал» и «Базель», после чего говорит «нет» в ответ на казалось бы выгодное бизнес-предложение.

Но это заблуждение, преодолеть которое и призвано развитие риск-культуры. Что же означает развитая риск-культура?

В условиях развитой риск-культуры каждый сотрудник, во-первых, знает, что находится в «черном ящике» риск-менеджера; во-вторых, понимает, как «результаты колдовства» можно применить с пользой для развития бизнеса; в-третьих, мотивирован на практическое применение «результатов колдовства».

Риск-менеджмент, как и любой другой управляющий процесс, четко регламентируется. Организационные структуры, роли, процедуры, инструменты и модели должны работать как слаженный механизм. Но опоры на формальные механизмы не достаточно для обеспечения устойчивости системы риск-менеджмента банка и ее адаптивности к постоянно меняющейся внешней и внутренней среде. Жизненные ситуации бегут впереди любой, даже самой обширной и детальной системы нормативных документов. Надежно закрыть возможные пробелы и серые зоны в нормативном регулировании помогают знания, ценности, принципы и убеждения в сфере управления рисками. Их совокупность и получила в международной практике название риск-культуры. [1]

В банках, в сфере управления рисками часто доминируют либо формальные процедуры, либо неформальные принципы и убеждения. Наиболее успешные банки развивают и то, и другое [2]

Развитие риск-культуры — очень важный, долгий и сложный путь. Он состоит из:

1. обучения;
2. внедрения инструментов риск-менеджмента в повседневную практику;
3. построения системы мотивации, обеспечивающей применение инструментов риск-менеджмента;

4. коммуникации ценностей и принципов риск-культуры внутри организации.

Развитая риск-культура означает, что сотрудники банка, непосредственно не связанные с функцией риск-менеджмента, могут говорить с риск-менеджерами на одном языке и понимают, что для банка в целом означает управление кредитным, рыночным или операционным риском и как конкретно оно касается этих сотрудников. На практике уровень риск-культуры меняется от банка к банку. Если в организации достаточно сильная риск-культура, риск-менеджмент пронизывает все: процессы, системы, управленческие решения, модели и т.д. В банках с менее развитой риск-культурой риск-менеджмент сводится к формальным заключениям и рекомендациям риск-менеджеров, зачастую не обладающих правом голоса при принятии бизнес-решений. [3]

Одним словом, весь инструментарий риск-менеджмента, каким бы совершенным он ни был, эффективен настолько, насколько развита культура управления рисками в организации.

Одной из причин медленного развития риск-культуры может быть слабая поддержка риск-менеджмента со стороны высшего руководства организации. Понимая важность внедрения инструментов управления рисками, руководство не всегда осознает, что риск-менеджмент касается не только риск-менеджеров, но и остальных сотрудников организации.

Сотрудники организации традиционно слабо заинтересованы в том, чтобы делиться информацией о рисках. Слово «риск» часто воспринимается сотрудниками в негативном ключе, они боятся стать его владельцами и начать отвечать за последствия. Организации приходится преодолевать эту установку закрытости у сотрудников, чтобы выявить проблему как можно раньше, пока она еще поддается урегулированию.

Часто сотрудники организации по-разному понимают риски, поскольку отсутствует единая стратегия управления рисками, разрознена нормативная база, отсутствуют программы обучения и развития компетенций в сфере риск-менеджмента, а уровень владения компетенцией не соответствует уровню занимаемой должности.

Еще один труднопреодолимый барьер развития культуры риск-менеджмента состоит в том, что люди в бизнесе часто сопротивляются попыткам взглянуть на их действия под иным углом, предсказать альтернативные варианты развития событий. Вот почему многое должно быть сделано для правильной коммуникации роли риск-менеджеров как партнеров и конструктивного противоядия в процессе подготовки и принятия бизнес-решений. [3]

На текущий момент банки находятся на разных стадиях развития риск-культуры. Для классификации разновидностей риск-культуры можно использовать различные признаки. Рассмотрим типологию на следующем примере. [4]

1. Упор на объемы и доходы. Управление в организации осуществляется с ориентиром на объемы (оборот) и доходы от деятельности. Соответствующие показатели деятельности фактически не корректируются на риск. Осведомленность о риске в организации очень низкая: кроме профильных специалистов, не имеющих реального веса в организации, мало кто интересуется управлением рисками. Риск-менеджмент является сугубо контрольной функцией; регулярно происходят конфликты между подразделениями риск-менеджмента и фронт-офиса, в которых практически всегда побеждает последний.

2. Упор на рентабельность. Осведомленность о риске в организации невысока. При принятии управленческих решений используются показатели, учитывающие риск, однако делается это формально. Гонению подвергается все, что ограничивает рентабельность. В организации есть риск-менеджер, который пытается вносить свой вклад в управление, но, поскольку его считают рупором расходов и убытков, его консервативные суждения мало кому интересны. Это приводит к тому, что реальный принимаемый уровень риска часто выше формально зафиксированного.

3. Непринятие убытков любой ценой. Здесь речь идет о высоком уровне осведомленности о риске в организации, использовании риск-метрик в ограниченном объеме. Хорошо ли принятие рисков и убытков любой ценой? Нет, поскольку по существу это означает потерю многих возможностей и может в конечном счете привести к краху организации.

4. Голову в песок. В данном варианте организация полагает, что придерживается консервативного подхода к рискам, знает и хорошо управляет ключевыми из них, испытывая в связи с этим ощущение безопасности и комфорта. К сожалению, в реальности такой безопасности достигнуть невозможно, особенно с учетом высокой динамики внешней и внутренней среды кредитной организации. Поэтому процесс управления рисками должен быть регулярным и нацеленным на идентификацию и оценку новых видов рисков. В целом подобная риск-культура вряд ли приведет организацию к успеху на длительном временном интервале.

5. Сбалансированная культура. В этом случае в организации имеют место высокий уровень осведомленности о рисках и активное использование показателей, скорректированных на риск; развитие организации в долгосрочной перспективе строится с учетом определенного аппетита к риску; отсутствует конфликт между функциями риск-менеджмента и бизнес-функциями на всех уровнях в организации, поскольку у них общие цели.

За последние 30 лет состояние риск-культуры в мировой банковской отрасли претерпело существенные изменения.

В период до 1990-х гг. компетенции в сфере риск-менеджмента находились на ранней стадии развития. Внутри кредитных организаций риск-менеджмент рассматривался исключительно в контексте соблюдения требования регулирующих органов.

1990-е гг. принесли понимание риск-менеджмента как сугубо контрольной функции и препятствия для развития бизнеса. Ценности и принципы риск-менеджмента часто вступали в конфликт со стратегией максимизации объемов бизнеса независимо от уровня прибыльности и риска.

В 2000-е гг., по мере существенного прогресса в развитии организационно-методологических аспектов риск-менеджмента, риск-метрики стали получать все большее распространение. На этот период приходится также тенденция переключения внимания банков на вопросы финансовой эффективности, максимизации прибыли. Риск рассматривался как составляющая расходов, вследствие чего функция риск-менеджмента испытывала серьезное давление. Оставался высоким уровень манипулирования риск-метриками, величина рисков банков зачастую занижалась. [1]

Период, последовавший за мировым финансовым кризисом 2008–2009 гг., стал началом перехода мировой банковской отрасли к сбалансированной риск-культуре. Получила развитие концепция аппетита к риску организации. Широкое внедрение метрик, сочетающих в себе риск и доходность, позволило существенно снизить градус конфликта между бизнес-функциями и функциями риск-менеджмента, объединив их общими целями на всех уровнях организационной иерархии. [5]

Путь крупнейших мировых банков к сбалансированной риск-культуре оказался нелегким и тернистым. Одни банки преодолели трудности, другие вследствие недостатков риск-культуры прекратили свое существование. В таблице 1, представлены примеры проявлений низкого уровня риск-культуры в крупнейших мировых банках. [6]

По горячим следам кризиса 2008–2009 гг. банки много инвестировали в развитие риск-менеджмента и риск-культуры и достигли весьма впечатляющих успехов. Единый эталон в этом отношении отсутствует, каждый банк продвинулся дальше конкурентов в каких-то отдельных областях. В таблице 2, приведены примеры банков и темы, по которым они являются примерами передовых практик риск-культуры. [7]

Таблица 1

Последствия низкого уровня риск-культуры в финансовых институтах мира

Банк	Ситуация в банке (низкая риск-культура)	Результат
UBS	Замедленная реакция на предупредительные сигналы. Отсутствие необходимых правил и руководств. Отсутствие интегрированных процессов управления рисками	Убытки в размере \$ 2 млрд. и отставка генерального директора
BEAR STEARNS	Консолидация полномочий у основной команды руководства, приведшая к отсутствию внутреннего критического анализа решений и излишней самоуверенности.	Разорение банка
SOCIETE GENERALE	Отсутствие внутреннего критического анализа решений, изолированность подразделения по управлению рисками, неспособность предупредить о возникших сложностях.	Операционные убытки от собственных торговых операций в размере € 4.9 млрд
MF Global.	Изолированность руководства в совокупности с неспособностью отреагировать на предупредительные сигналы и рекомендации комитета по управлению рисками.	Банкротство брокера
JPMORGAN Chase & Co.	Излишняя самоуверенность, неспособность должным образом отреагировать на возникающие угрозы	неспособность должным образом отреагировать на возникающие угрозы. Операционные убытки в размере \$ 6.2 млрд. и наложение штрафов на \$ 920 млн. для урегулирования разбирательства по делу «Лондонского кита»
BARCLAYS	Излишняя самоуверенность, неэффективные системы контроля рисков, слабое взаимодействие между руководством и рядовыми сотрудниками.	Наложение штрафа в размере £ 290 млн. за манипуляции со ставкой LIBOR

Таблица 2

Лучшие практики риск-менеджмента и риск-культуры

Банк	Темы, по которым банк является примером передовых практик
Santander	Школа управления рисками, охватившая своими активностями всех сотрудников банка во всех странах присутствия.
BNP Paribas	Использование показателя RAROC. Ценообразование, учитывающее риск.
Intesa	Организация кредитного процесса корпоративных клиентов и клиентов малого бизнеса. Андеррайтинг, охватывающий все.
HSBC	Организация розничного кредитного процесса.
Lloyds	Разбор конкретных примеров анализа рисков клиентов из различных сегментов.
ING	Реализация продвинутого подхода к управлению операционным риском (АМА).
Nordea	Премия «Банк года» в категории «Операционный риск» (апрель 2014 г.).

Литература:

1. Волков, А.А. Управление рисками в коммерческом банке: Практическое руководство / А.А. Волков. — М.: Омега-Л, 2013. — 156 с.
2. Новиков, А.И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах: Учебное пособие / А.И. Новиков, Т.И. Солодка. — М.: Дашков и К, 2013. — 288 с.
3. Мамаева, Л.Н. Управление рисками: Учебное пособие / Л.Н. Мамаева. — М.: Дашков и К, 2013. — 256 с.
4. Балдин, К.В. Управление рисками в инновационно-инвестиционной деятельности предприятия: Учебное пособие / К.В. Балдин. — М.: Дашков и К, 2013. — 420 с.
5. Finmarket. www.finmarket.ru.
6. Международный валютный фонд. <http://www.imf.org/external/russian/>.
7. International Finance Corporation. www.ifc.org.

Влияние проблем налогообложения на экономику России

Иванов Дмитрий Юрьевич, доктор экономических наук;

Шишканова Елена Ивановна, студент

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

В статье рассмотрена проблема деятельности системы налогообложения РФ, которые происходят в наше время, и предлагаются пути совершенствования и развития налоговых проблем.

Наибольшая актуальность данной темы вызвана тем, что российская налоговая система сдерживает развитие рыночных отношений в стране. Считается, что налог — наиболее важный источник пополнения государственных сбережений. От правильности их формирования зависит благополучие экономики страны и жизнь граждан.

Налог — это «обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, который взимается с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований».

Налоговая система в РФ содержит большое множество налогов, пошлин, сборов и остальных иных платежей на обязательной основе, которые взимаются в установленном законом порядке с плательщиков (физических и юридических лиц) на территории Российской Федерации.

Налог, согласно со статьёй 8 НК РФ, понимается как обязательный платеж взимаемый индивидуально и безвозмездно. Он берётся с юридических и физических лиц в форме изъятия денежных средств для финансовой деятельности государства и муниципальных образований.

Порядок, условие взыскания и взимание налоговых сумм с налогоплательщика определяется Налоговым Кодексом РФ (далее НК РФ) и перечнем федеральных законов (п. 1 ст. 1 НК РФ). Основные черты налоговой системы России описывается в главе 2 НК РФ.

Основу системы налогообложения России составляют налоги (в том числе и акцизы) и сборы (в совокупности с государственными пошлинами). Можно отметить, что таможенные пошлины не входят в состав налоговой системы, так как относятся к сфере таможенного регулирования.

Стоит отметить, что система налогов в России определяется не только как совокупность налогов и сборов и даже не «система налогообложения». К налоговой системе можно отнести, кроме собственно налогов и сборов, еще и:

- нормы установления, введения и прекращения местных и региональных налогов;
- положения возникновения, порядок исполнения, изменения и прекращения обязанностей лиц по взиманию налогов и сборов;
- права и обязанности участников отношений, возникающих в системе налогообложения (налогоплательщиков, налоговых органов и пр.);

- ответственность за нарушение налогового законодательства;

- формы, виды и методы надзора за выполнением налогового законодательства;

В РФ действует трехуровневая налоговая система, которая включает в себя федеральные, региональные и местные налоги и сборы. НК РФ также установил специальные налоговые режимы (например, УСН). Они предусматривают особые условия и нормы уплаты налогов. Кроме этого он определил статьи которые могут освободить от необходимости уплаты отдельных разновидностей налогов.

Стабильная и устойчивая налоговая система в стране положительно влияет на экономику страны, финансовое обеспечение государства и социальную стабильность. Поэтому, государство должно разработать оптимальную налоговую систему. Однако такая задача трудновыполнима, так как любая деталь может повлечь за собой совершенно разные последствия. Кроме этого, экономика находится в постоянном развитии, поэтому и налоговая система не может быть статичной, она должна совершенствоваться и постоянно достигаться до уровня экономики, в тоже время способствуя дальнейшему её развитию и совершенствованию.

К существенным проблемам системы налогообложения относится способ расчета налога на доходы физических лиц. Считается, что прогрессивная процентная ставка, которая действует в место пропорциональной, по этому виду налогов заметно бы сгладила границы общества между «бедными» и «богатыми», в тоже время способствуя расширению «среднего класса», численность которого в России очень мала.

Одна из проблем налоговой системы это фискальная направленность, проявляющаяся в установлении жесткого режима базы налога. Это привело к необходимости отделения налогового учета из системы бухгалтерского. В РФ наблюдается сильное налоговое бремя, чем в зарубежных странах. Например — повышение страховых взносов (в 2010 году их размер составляет 26%, а с 2015 года их ставка возрастет до 34%). Чтобы поднять промышленность, сельское хозяйство и другие отрасли страны необходим большой запас денежных средств. Государство берёт их из населения, постоянно повышая налоги. В конечном итоге субъекты налогообложения не могут вовремя уплатить налоги. Это отражается на их производственной деятельности, приводящее к снижению производства. Результатом является сокрытие налогов, появление недобросовестных налогоплательщиков и рост теневой экономики.

В данный момент налоговая система РФ не полностью соответствует потребностям в современном развитии

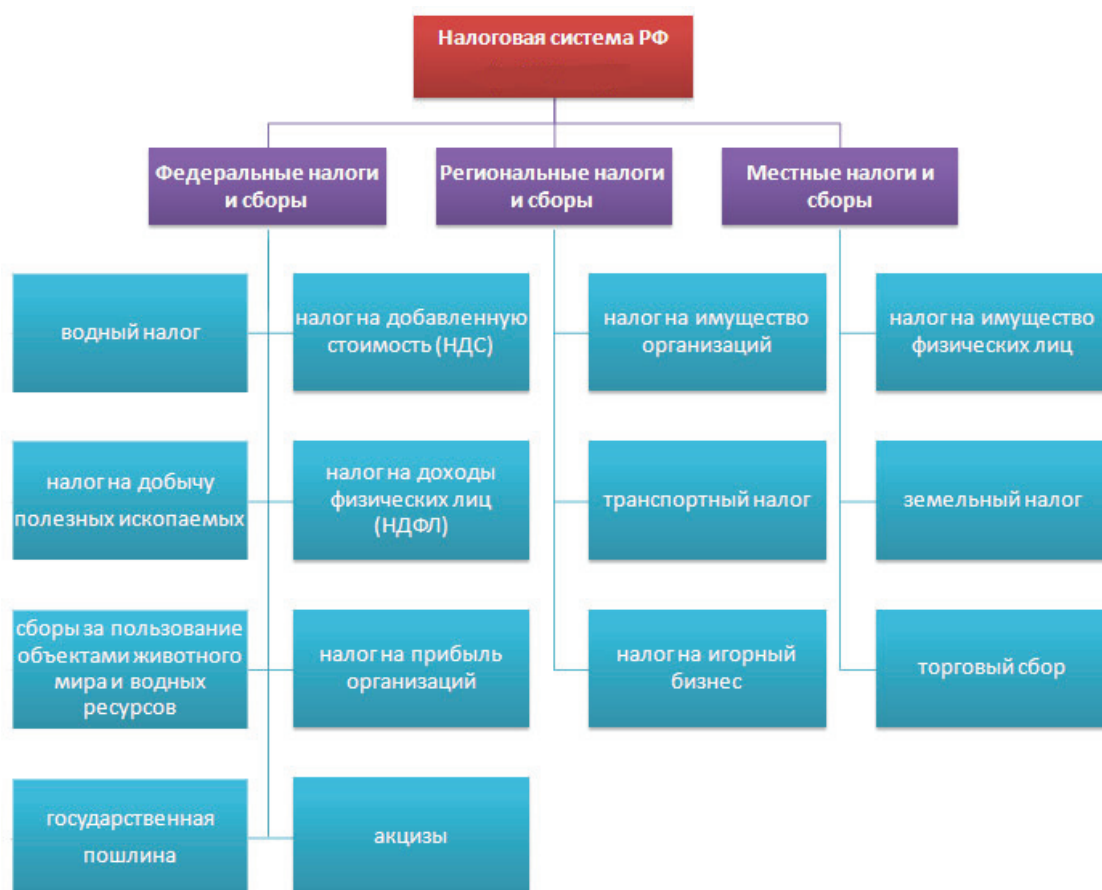


Рис. 1. Налоговая система РФ

страны. В тоже время, она даже не побуждает к развитию таких областей как: Сибирь, Дальний Восток и Забайкалье. Всё это приводит к необходимости усовершенствования системы налогообложения.

Ещё одной проблемой является постоянные изменения в налоговом законодательстве. Быстрота смены нормативов приводит к путанице и риску для физических и юридических лиц, а также нежелание иностранных компаний сотрудничать с отечественными фирмами. Неясность и нечёткость в определении понятий нормативных актов сильно затрудняет их изучение плательщика налога. Ошибки, проявляемые в исчислении налогов, становятся неизбежными. Не отвечают потребностям налоговой системы наиболее отдалённые от центра регионы страны.

Большое внимание, привлекает проблема малоэффективности некоторых элементов налоговой системы. Многочисленные аппараты налоговых инспекции и действия отдела управления внутренних дел по разрешению проблем с экономическими преступлениями не дают чётких результатов. Вследствие некачественной подготовкой кадров, которые следят за правильностью и своевременностью уплаты налогов, и неспособность грамотно осуществить ревизию многие фирмы с лёгкостью уходят от уплаты налогов.

В России высокий процент операций, проводимых незаконно. Это способствует расширению теневой экономики, которая не всегда положительно влияет на эконо-

номику страны в целом. В результате того, как будут решаться данные проблемы, будет зависеть результативность формирования доходов бюджетов на всех уровнях, рост деятельности предпринимательства, развитие производства и улучшение экономического состояния нашей страны.

Для решения данных проблем необходимо пересмотреть действие налоговые механизмы, которое сможет преобразовать нынешнюю налоговую систему. Это приведёт к стимулированию инвестиций в развитие в регионах с тяжёлыми природными условиями и возможность развивать высокотехнологичное производство.

Предлагаются следующие пути развития системы налога.

1. Добиться снижения налоговых изъятий за счет сокращения числа налогов и снижения налоговых ставок.
2. Сделать налоговую систему менее взыскательной к налогоплательщикам, которые находятся в разных экономических условиях, но учитывать единое экономическое пространство для всех субъектов налога и единого механизма регулирования налогообложения.
3. Система налогообложения должна способствовать снижению уровня издержек исполнения налогового норматива как для государства, так и для плательщиков налога.

Кроме этого необходимо решить проблему выбора видов налогов: какие следует оставить, а какие — исклю-

чить. Законодательству нужно четко установить налоговые ставки и налоговую базу, которая бы не менялась в течение хотя бы одного срока работы Федерального Собрания РФ.

Таким образом, грамотное распределение налоговой нагрузки на экономику обеспечит благоприятные условия

для развития экономики и формирование устойчивой бюджетной системы. Главная цель развития налоговой системы РФ в долгосрочной периоде это формирование эффективной налоговой системы, которая будет стимулировать экономический рост и обеспечивать нужный уровень доходов бюджетной системы.

Литература:

1. Налоговый кодекс РФ.
2. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации // [Электронный ресурс] URL: <http://info.minfin.ru/fbdohod.php>.
3. Аронов, А. В., Кашин В. А. налоги и налогообложение: учеб. пособие. — М.: Магистр, 2007.
4. Перов, А. В., Толкушкин А. В. Налоги и налогообложение: Учебное пособие. — М.: Юрайт-Издат, 2005.

Базельские соглашения: общая логика, влияние на управление рисками

Марченко Алина Владимировна, магистрант;

Дадыко Сергей Игоревич, магистрант

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

Базельский комитет по банковскому надзору был создан в 1974 г. при Банке международных расчетов для регулирования банковской практики и надзора, разработки мер по предотвращению возникновения повышенных рисков и кризисов в банковских системах. Комитет представляет собой объединение представителей центральных банков и органов финансового регулирования стран участниц Базельских соглашений. Комитет собирается четыре раза в год для обсуждения вопросов регулирования и выработки стандартов банковской деятельности. Постоянно действующий секретариат Базельского комитета при Банке международных расчетов располагается в Базеле. [3]

Все центральные банки и регуляторы стран, присоединившихся к соглашению, обязаны применять требования Базельского комитета в рамках регулирования и надзора в своих национальных банковских системах. В настоящее время в Комитет входят представители центральных банков и органов финансового регулирования Аргентины, Австралии, Бельгии, Бразилии, Великобритании, Германии, Гонконга, Индии, Индонезии, Испании, Италии, Канады, Китая, Люксембурга, Мексики, Нидерландов, России, Саудовской Аравии, Сингапура, США, Турции, Франции, Швейцарии, Швеции, ЮАР, Южной Кореи и Японии, Европейская служба банковского надзора, Европейский центральный Банк, Европейская комиссия, институт финансовой стабильности и международный валютный фонд принимают участие в работе на правах наблюдателя. Почему же это необходимо?

Основной целью коммерческой организации является извлечение прибыли. При этом для расширения коммерческой деятельности организации, как правило. [1]

Используют финансовый рычаг, т.е. привлекают заемные средства. Обратной стороной прибыли является риск. Поэтому в тех сферах, где существует управление рисками, имеет место естественное противопоставление риск-менеджмента и бизнеса. Возникает оно ввиду различия интересов: для бизнеса основной целью является рост рентабельности и объемов, для риск-менеджмента — контроль уровня риска, ограничение операций, связанных с высокой вероятностью негативных последствий, в особенности в долгосрочной перспективе.

В банковской системе этот конфликт прослеживается не только внутри банков, но и на уровне взаимодействия банков с надзорными органами. Акционеры и менеджеры банков заинтересованы в минимальной капитализации банков и наращивании отдачи на каждый вложенный рубль путем расширения объемов бизнеса (активов) с использованием заемных средств. Надзорные органы заинтересованы в минимизации уровня банкротств банков, защите интересов вкладчиков, обеспечении общей надежности финансовой системы. Капитал банка (средства акционеров) рассматривается регуляторами как своеобразная подушка для поглощения убытков. [5]

Даже самые крупные финансовые компании могут пострадать из-за плохого риск-менеджмента. Это наглядно показал глобальный финансовый кризис 2007—2008 гг. Многие крупные финансовые организации либо прекратили свое существование, либо потребовали государственной поддержки с использованием государственных средств, либо были де-факто национализированы. Для Lehman Brothers и Bear Stearns отношение капитала к активам на момент наступления кризиса составляло соответственно 1:31 и 1:35 — то есть активы

Lehman Brothers в 31 раз превышали его собственные средства, а активы Bear Stearns превышали его собственные средства в 35 раз. Таким образом, стремление к прибыли оказалось сильнее доводов риск-менеджмента, что закончилось весьма плачевно не только для указанных организаций, но и для глобальной финансовой системы. [8]

Базельские соглашения разрабатывались в ответ на системные кризисы в банковском секторе. В качестве реакции на кризисные события появились документы «Базель I», «Базель II» и «Базель III».

В зависимости от специфики кризисов в каждый период удостаивалась внимания функция управления теми видами рисков, которые послужили его причиной. Так, в «Базель I» и «Базель II» был сделан акцент на управлении кредитным риском, а в «Базель III» большее внимание было уделено рыночному риску и риску ликвидности. В целом можно сделать вывод, что выход регулирующих документов носит скорее запаздывающий, нежели превентивный характер. [7]

Дискуссия вокруг понятия достаточности капитала ведется не одно десятилетие. Чтобы ее раскрыть, следует вспомнить об упомянутом выше конфликте интересов бизнеса и риск-менеджмента (и регуляторов). Бизнес стремится повысить прибыль через более рискованные операции при минимальных требованиях к резервам на возможные потери и капиталу, функция управления рисками и банковского надзора не одобряет подобных легковесных со стратегической точки зрения намерений. Чтобы не допустить новых кризисов, надзорные органы стремятся повысить капитализацию банков, банковское сообщество сопротивляется.

Однако многие исследования показали, что устойчивость финансовой организации зависит не только от соотношения размеров ее собственного капитала и активов, но и от качества управления. Поэтому в этих исследованиях сделан вывод, что для обеспечения устойчивости не достаточно просто применять некоторую выверенную технику расчета достаточности капитала и сопутствующих показателей, поскольку финансовая устойчивость — это не просто формула, а целый комплекс процессов корпоративного управления, ИТ-систем, применяемых процедур и моделей. Поэтому от организаций с более высоким уровнем корпоративного управления и более глубоким проникновением риск-менеджмента в бизнес-процессы можно требовать меньшей капитализации на покрытие рисков бизнеса, т.е. они могут получать осязаемые выгоды с точки зрения регулирования.

Сама по себе достаточность капитала, которая определяется как отношение собственного капитала к активам с учетом присущего им риска (коэффициент Кука) [6], отражает интегральную оценку надежности банка, степень его подверженности рискам. В этой постановке вопроса капитал трактуется как буфер против убытков — величина капитала характеризует возможности банка принимать тот или иной объем рисков.

Базельские соглашения, таким образом, базируются на интегральной оценке надежности банка, оценке достаточности его капитала на покрытие потерь.

Базельские соглашения — это документы Базельского комитета по банковскому надзору при Банке международных расчетов, содержащие методологические рекомендации по определению достаточности капитала и риск-менеджменту в банковской сфере. В документе «Базель II» была систематизирована трехкомпонентная модель регулирования. Три выделенных компонента преследуют цель обеспечить достаточность капитала банков для покрытия всех принимаемых ими рисков. [4]

Компоненты Базельских соглашений:

1. Минимальные требования к капиталу. Первый компонент модели определяет минимальные требования к капиталу, охватывая изначально кредитный, рыночный («Базель I») и операционный риски («Базель II»). [2] В «Базель III» появляются показатели, регулирующие риск утраты ликвидности.

Подходы к рыночному и кредитному рискам претерпевают существенное развитие от «Базель I» к «Базель III». Если в «Базель I» речь идет о простых, универсальных риск-коэффициентах для расчета риск-взвешенных активов, то в «Базель II» вводится несколько вариантов расчета риск-взвешенных активов и регламентируется построение внутренних рейтинговых моделей оценки рисков. Развивается подход не только к кредитному, но и к рыночному риску. В «Базель II» он начинается с внедрения первых моделей оценки рыночного риска, но наиболее продвинутых форм достигает в «Базель III».

Итак, первый компонент устанавливает единые для всех банков требования к расчету достаточности капитала по трем видам рисков, а также целый набор принципов и стандартов построения внутрибанковских процессов управления и моделей количественной оценки рисков.

2. Надзорный процесс. Этот компонент появился в «Базель II». Он определяет понятие экономического капитала (т.е. величины требований к капиталу, рассчитанных самим банком с учетом специфики его рисков), а также внутренних процедур оценки достаточности капитала (ВПОДК). Предполагается, что никто не знает реальной картины рисков банка лучше, чем сам банк. В этом смысле минимальные требования к капиталу (компонент 1) несовершенны, они не могут учесть всего многообразия операций и видов рисков, присущих разным кредитным организациям. Поэтому банк составляет собственную оценку достаточности капитала исходя из присущих только ему рисков.

Помимо этого, вводится процедура стресс-тестирования которую банк может принять, исходя из имеющихся у него источников капитала, требований к капиталу, потенциальных стрессов, и отразить в своей долгосрочной стратегии развития и бизнес-плане на краткосрочную перспективу.

Внутренние оценки достаточности капитала в соответствии с компонентом 2 могут быть использованы органом

банковского надзора. Обычно регулятор в рамках инспекционных проверок оценивает степень зрелости кредитной организации, качество ее риск-процедур, внутренних процедур оценки достаточности капитала, уровень организации корпоративного управления, роль наблюдательного совета, подразделений риск-менеджмента и внутреннего аудита, качество различных систем полномочий и лимитов и т.д.

В зависимости от зафиксированной картины регулятор может наложить дополнительные требования к капитализации банка для защиты от рисков, которые по той или иной причине не учитываются техникой расчета достаточности капитала по компоненту 1. Например, регулятор может сделать вывод, что банк владеет большим объемом недвижимости и, соответственно, подвержен существенному риску потерь из-за возможного изменения ее стоимости. Данный риск, как мы знаем, не учитывается в компоненте 1. Однако ввиду значимости этого риска регулятор может для его покрытия увеличить требования к достаточности капитала банка. Далее, если регулятор видит, что банк начал оценивать риск потерь из-за изменения стоимости недвижимости с помощью внутренних моделей и эти модели надежны, требования к капиталу

могут быть снижены. Таким образом, компонент 2 позволяет банку и регулятору в полной мере учесть специфику деятельности и присущие ей риски.

3. Рыночная дисциплина. Компонент 3 «Рыночная дисциплина» описывает требования к раскрытию банками информации об управлении рисками: какие показатели должны демонстрироваться рынку (инвесторам, кредиторам, рейтинговым агентствам и т.п.), о каких внутренних процедурах рынку следует рассказать. Фактически, как только банк принимает «Базель II» («Базель 2.5», «Базель III») и получает право на использование внутренних моделей для расчета достаточности капитала, к нему начинают предъявляться дополнительные требования в части раскрытия информации. Необходимо отметить, что данные, раскрываемые банками по компоненту 3, должны соответствовать данным, раскрываемым в отчетности по международным стандартам (МСФО).

Подводя итог, отметим, что Базельские соглашения требуют от банков обеспечить достаточность капитала в двух измерениях: компонент 1 — во внешнем (регулятивном) измерении, компонент 2 — во внутреннем (экономическом).

Литература:

1. «Базель-3 в России: первые итоги». On-line конференция от 28.03.2014. www.bankir.ru/iconf/34#ixzz32L7PME90
2. Wang, X. and L. Wang, 2007. Study on Black — Scholes stock option pricing model based on dynamic investment strategy. *International Journal of Innovative Computing, Information and Control*, 3 (6B): 1755—1780.
3. Еремина Н., 20.09.2013. «Базель-3» как «санитарлеса» // <http://www.gazeta.ru/business/2013/09/20/5661653.shtml>
4. Hung, W. — M. and J. — H. Lin, 2012. Option-based modeling of technology choices and bank performance. *ICIC Express Letters, Part B: Applications*, 6 (8): 2019—2024.
5. Центральный банк Российской Федерации www.cbr.ru.
6. Finmarket. www.finmarket.ru.
7. International Finance Corporation. www.ifc.org.
8. Международный валютный фонд. <http://www.imf.org/external/russian/>.

Развитие малого предпринимательства в России в условиях кризиса

Маслакова Елена Сергеевна, преподаватель

Санкт-Петербургский технический колледж управления и коммерции

В последние несколько лет мировая экономика претерпевает экономический кризис, что не могло не сказаться на нашей стране. Началась инфляция, экономика стала крайне нестабильной. Большое влияние оказал рост курса валют. В частности, надежность доллара США снизилась, сократилась международная торговля, снизился спрос на основные виды ресурсов.

Западные санкции, направленные на подрыв основ российской экономической стабильности, поставили на повестку дня вопрос о поиске новых путей развития всех сфер экономики, снижения зависимости российской экономики от импорта.

Для обоснованного влияния на повышение роли малого предпринимательства в обеспечении импортозамещения, необходимо иметь четкое представление о его реальном состоянии, направлениях развития в настоящее время. В этом контексте интересно рассмотреть положение малого бизнеса в создавшихся условиях.

Данный вид деятельности начал развиваться в России в 90е годы и за это время прошел довольно-таки интересный путь, начиная от рыночной торговли в буквальном смысле и заканчивая цивилизованными рыночными отношениями в настоящее время.

Тем не менее, развитие малого предпринимательства в настоящее время идет менее активно, чем два десятилетия назад. По этому поводу Д. А. Медведев высказался: «... сейчас мы наблюдаем ситуацию, когда нет такого желания заниматься бизнесом, как это было, например, лет 15 назад... нам нужно обязательно её переломить, потому что во всём мире собственное дело считается лучшим применением своих талантов при максимальном уважении к тем, кто служит государству. Именно такую атмосферу государство обязано создать». [2].

Данное высказывание свидетельствует о том, что государство осознает необходимость развития малого предпринимательства в современных условиях и ведет разработку программ поддержки.

Финансовый кризис в России оказал большое влияние на доступность кредитных ресурсов для малого и среднего бизнеса, на потребительскую активность населения, на возможности реализации инвестиционных проектов. Тем не менее, существует экспертное мнение, что малый бизнес меньше подвержен влиянию кризиса, чем средний или крупный. Такое явление характерно на начальном этапе, в дальнейшем прогнозируется ухудшение ситуации и для малого предпринимательства.

Следует обратить внимание, что малые предприятия играют важную социальную и инновационную роль в экономике, благодаря своей гибкости, простоте и стоимости управления, способности мобилизовать финансовые и производственные ресурсы. При этом малое предпринимательство сильно зависит от внешней среды, испытывает неустойчивость к финансовым потрясениям, к недостатку ресурсов и сложности в реализации товаров.

Таким образом, можно сделать вывод, что мировой финансовый кризис в ближайшее время может отрицательно сказаться на малом предпринимательстве в нашей стране. Особенно остро это касается торговых предприятий, в связи с падением курса рубля. Произошло нарушение связей с производителями товаров, схемы товаропотоков перестают работать в условиях кризиса. Заметна нехватка оборотных средств, например, в Москве она снизилась в 2–3 раза. В целом, работа предприятий малого бизнеса в условиях кризиса испытывает сложности.

Главной проблемой развития малого предпринимательства в условиях кризиса является нехватка финансовых ресурсов. Банкам невыгодно выдавать небольшие кредиты, в размере 200–300 тыс. руб., которые требуются малым предприятиям. Это связано с тем, что выдача кредита требует работы с предприятием, изучения его кредитоспособности. Затраты на работу с крупными и малыми предприятиями примерно равны, а доход от кредитования крупных предприятий существенно больше. Следует сказать и том, что в нашей стране практически не развиты такие программы финансирования малого бизнеса, такие как микрофинансирование, кредитная кооперация или финансовый лизинг [1].

Для решения этих проблем ведется разработка планов поддержки малого предпринимательства, но и они яв-

ляются несовершенными, так ориентированы на сектор в целом, а не на конкретные направления. На деле же, необходимо учитывать социальные и организационные различия. Это может выражаться в предоставлении налоговых льгот, кредитов на особых условиях, модернизация оборудования, ускорение амортизационных списаний и т.д.

Государственная политика в области развития малого предпринимательства представляет собой комплекс мероприятий правового, экономического, политического, социального, информационного, консультационного, образовательного, организационного характера, которые должны быть направлены на обеспечение получения высоких экономических показателей в этом секторе экономики.

Поддержка со стороны государства подразумевает не только выделение денежных средств, но и создание соответствующих условий в стране, которые будут способствовать развитию малого предпринимательства. Так, еще в 2014 году В.В. Путин говорил о снижении стоимости кредитов для малого предпринимательства, о подготовке специалистов высокой квалификации и о выходе на торговые сети. Все это является необходимыми условиями развития, даже вне контекста экономического кризиса и санкций [4].

В настоящее время малому предпринимательству необходима поддержка со стороны государства в форме софинансирования по процентным ставкам, обеспечения гарантий, налоговых вычетов и ускоренной амортизации. Многие из этого разрабатывались до введения санкций. Так же необходимо стимулировать и развивать связи малого, среднего и крупного предпринимательства, согласовывать бюджетную и кредитную политику государства для повышения конкурентоспособности производств и экономической независимости нашей страны.

Далее, рассмотрим основные программы по развитию малого предпринимательства.

По данным Минэкономразвития России в 2016 году малому и среднему бизнесу планируется предоставить субсидий на 10,2 млрд. рублей и 1,66 млрд. рублей на софинансирование объектов капитального строительства.

Данные цифры были обозначены в рамках совещания, на котором обсуждался конкурсный отбор по предоставлению субсидий государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.

Если рассматривать Федеральную поддержку, то здесь нет таких радужных перспектив. В этом году из 26 млрд. руб. распоряжением правительства утверждено только 16,9 млрд., которые должны быть поделены между 85 субъектами РФ по итогам конкурсов. А на следующий год, по информации минэкономразвития, будет выделено и того меньше — только 11 млрд. на всю программу [3].

Выделенные средства планируется направить на развитие уже функционирующих программ, потому что на развитие их будет явно недостаточно.

В качестве поддержки малого предпринимательства выдвинуто предложение по обеспечению предприятий спросом. Например, в рамках госзакупок. Прези-

дент В. В. Путин уже поручил ФАС до 1 октября провести проверку результатов контрольных закупок на предмет нарушений в сфере доступа малого и среднего бизнеса к закупкам госкомпаний. К этому времени должна быть сформирована специально созданная президентом Госкорпорация по развитию малого и среднего предпринимательства. Она создается на базе Агентства кредитных гарантий и МСП банка. Ее задачей будет формирование долгосрочного спроса на продукцию предприятий малого бизнеса.

Параллельно минэкономразвития сейчас разрабатывает стратегию развития малого и среднего предпринимательства в РФ, рассчитанную до 2030 года. Она будет определять систему ответственности по поставленным целям со стороны должностных лиц как на федеральном, так и на региональном уровнях.

По прогнозам, доля малого и среднего предпринимательства к 2030 году составит 45%. Для сравнения: сейчас в России действует около 5,6 млн. субъектов малого и среднего бизнеса, обеспечивающих занятость 25% населения и создающих около 21% ВВП страны. Господдержка будет направлена, в основном, на среднее предпринимательство [3].

В настоящее время класс предпринимателей в нашей стране только начинает формироваться. Преемственность и корпоративные связи слабо развиты. Если сравнивать с другими странами, то у нас в первые три годы работы закрывается значительно больше малых предприятий.

По мнению минэкономразвития, от грантовой поддержки малого предпринимательства придется отказаться. Это связано с тем, что для регионов важнее развитие и поддержка инфраструктуры. Общая тенденция такова, что правительство каждого региона само определяет, на что направить денежные средства.

Что касается крупных городов, то здесь, по мнению экспертов, создается благоприятная среда для малого

предпринимательства. Здесь рынок может сам решать вопросы предпринимателей, без вмешательства государства. Например, организуется работа порталов в сфере образования для предпринимателей, по логистике, отраслевые порталы и тд.

В 2016 года наблюдается рост на кредиты в торговом секторе. В основном это кредиты на пополнение оборотных средств.

Большое влияние оказывает макроэкономическая ситуация в стране, динамика внутреннего спроса. Что касается банков, то они отклоняют около 28% заявок на кредитование малого предпринимательства. Для сравнения, у среднего эта цифра составляет 13,5%. Главные причины отказов — это нехватка или отсутствие ликвидного залогового обеспечения [1].

В целом, существует следующая тенденция. В стране насчитывается около 20 миллионов человек трудоспособного возраста, которые не имеют постоянного места работы и не состоят на налоговом учете в качестве предпринимателей. Государство заинтересовано в том чтобы вывести их из тени и разобраться в вопросах самообеспечения. Поэтому необходимо, чтобы малый бизнес был прост, удобен и выгоден. Для этого необходим следующий комплекс мер:

- снижение налоговых ставок;
- упрощение государственной регистрации субъектов предпринимательства;
- упрощение отчетности;
- смягчение налогового контроля и снижение штрафов;
- предоставление особых условий заказов и госзакупок.

Этот комплекс мер, вместе с государственной поддержкой, будет способствовать развитию малого предпринимательства в России и привлечет в этот сектор больше заинтересованных людей.

Литература:

1. Портал малого и среднего предпринимательства [электронный ресурс] <http://smb.gov.ru/>
2. Российская газета [электронный ресурс] <http://rg.ru>
3. Российский статистический ежегодник 2015. М.: Росгостат, 2016.
4. Экономический портал [электронный ресурс] <http://economy.gov.ru>

Развитие экономики в условиях нестабильности валютного курса

Некрасова Екатерина Сергеевна, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

На данном этапе развития экономики в РФ можно выделить много факторов, повлиявших на нынешнюю не слишком оптимистичную ситуацию в стране. Геополитические проблемы накладываются на экономические: спад цен на нефть совпал с войной санкций и международной изоляцией, а подешевевший рубль так и не помог раз-

витию импортозамещения в большинстве отраслей. С какими вызовами столкнулась страна, и надолго ли у нее хватит запаса прочности экономики?

Резкое падение цен на нефть и введение санкций привели к масштабной девальвации рубля. Эта ситуация потребовала изменения валютной политики и проведения

согласованных мер по стабилизации финансовой системы. Значительное ужесточение денежно-кредитной политики не смогло стабилизировать инфляционные ожидания, вызванные ослаблением рубля и введением Россией запрета на импорт продовольствия.

В период с начала октября по 10 ноября 2014 года давление на рубль усилилось на фоне резкого падения цен на нефть и ограничений валютной ликвидности, обусловленных введением санкций. Был установлен запрет на инвестиции в инфраструктурные, транспортные, телекоммуникационные и энергетические секторы экономики, а также добычу нефти, газа и минералов. Запрещены поставки оборудования и оказание финансовых и страховых услуг для этих секторов, также установлен запрет на покупку более 250 наименований товаров, среди которых полезные ископаемые, минералы и углеводороды.

В этот период Банк России ввел ряд экстренных мер по предоставлению валютной ликвидности; только в октябре он потратил 30 млрд. долларов США для поддержания национальной валюты. Однако позже для того, чтобы приостановить падение валютных резервов, Банк России перешел к режиму свободного плавления валютного курса. К концу года в условиях валютного кризиса Банк России и правительство были вынуждены принять согласованные меры по обеспечению финансовой стабильности.

Ответным шагом России стал запрет на ввоз продовольствия из стран, которые ввели санкции против РФ. В основном это коснулось стран Евросоюза, многие из которых ранее осуществляли крупномасштабные поставки сельхозпродуктов в Россию. Запрет на ввоз европейских продовольственных товаров должен был позволить России дополнительно поддержать собственное сельское хозяйство, но падение национальной валюты не позволило реализовать эту возможность в полной мере. Кроме того, были увеличены поставки из стран Таможенного союза, а также из стран Азии и Латинской Америки (ещё до конца 2014 года был увеличен объём поставок из Бразилии, Аргентины и Ирана).

Дополнительными факторами, усилившими давление на рубль, стали масштабный отток капитала, принуждение валютной выручки экспортерами в условиях ограничения доступа к внешним финансовым ресурсам для попавших под санкции банков и корпораций, а также перевод российскими гражданами сбережений в доллары. В ответ на беспрецедентный уровень волатильности Банк России повысил ключевую процентную ставку на 650 базисных пунктов. Первоначальная реакция рынка была резко негативной: на следующий день курс рубля рухнул на 11%, вынудив Банк России и правительство принять экстренные меры по обеспечению стабильности финансовой системы. Эти меры, наряду со значительным повышением ключевой ставки, помогли стабилизировать валютный курс, но ввиду опасений по поводу сохраняющегося негативного прогноза цен на нефть, угрозы рецессии и ослабления шансов на отмену санкций, давление на рубль сохранилось.

В начале 2015 года инфляция выросла еще на 3%, достигнув 15,0% к соответствующему периоду предыдущего года. Основными факторами вновь стали высокая продовольственная инфляция (20,7%) и влияние девальвации рубля в декабре и январе. В результате базовая инфляция составила 14,7% год к году. Такого высокого уровня не наблюдалось с 2002 года.

В целях стабилизации инфляционных ожиданий Банк России продолжал ужесточать денежно-кредитную политику. В течение 2014 года регулятор шесть раз повышал ключевую процентную ставку, доведя ее до 17%, при этом суммарное повышение составило 1150 базисных пунктов. В результате рост денежной массы замедлился с 15,2% в 2013 году до 8,5% в 2014 году; кроме того, впервые с 2009 года уровень монетизации экономики снизился. Поскольку инфляционное давление и ожидания были в большой степени связаны с немонетарными факторами, ужесточение денежно-кредитной политики оказалось малоэффективным.

В свою очередь, стоит заметить, что импорт составляет примерно 15–20% потребительской корзины в России — как по продовольственным, так и непродовольственным позициям. Вместе с тем на долю некоторых категорий импортных товаров (мясо, овощи и фрукты) приходится значительно более весомая часть в общем потреблении.

Таким образом, влияние запрета, ограничившего ввоз импортных продуктов, на инфляцию различалось по наименованиям продовольственных продуктов. В феврале рост инфляции продолжился. ИПЦ за 12 месяцев превысил 16%, что в основном было обусловлено продовольственной инфляцией, которая взлетела выше 20%. Однако замедление месячной инфляции в феврале указывает на некоторое снижение инфляционного давления до умеренных значений, что, вероятно, связано с ослаблением эффекта переноса девальвации рубля и ограничениями в части потребительского спроса.

Международные санкции, ограничившие доступ многих крупных российских банков к среднесрочному финансированию, а также ужесточения денежно-кредитной политики в связи с ослаблением рубля, стали серьезным стрессом для банковской системы. Для ряда банков, имеющих валютную задолженность перед внешними кредиторами, в сложившихся условиях стоимость обслуживания долга повысилась, что привело к снижению чистых денежных потоков и прибыли. Между тем девальвация рубля и последовавшее за этим ужесточение денежно-кредитной политики привели к значительному росту стоимости фондирования для банков. В результате рост кредитования замедлился, а процентные ставки повысились. Так, процентные ставки по кредитам сроком на 1–3 года предприятиям малого и среднего бизнеса в среднем превышают 14%, а ставки по межбанковским кредитам для поддержания ликвидности в банковской системе в среднем составляют 11–12%. По всей вероятности, текущее состояние финансового сектора представляется чрезмерно оптимистичным с учетом того, что Банк России

воздерживается от применения текущих регуляторных норм в отношении банков в целях оказания им поддержки в период волатильности.

По состоянию на 2014 год доходность активов банковского сектора составила 1,5%, доходность капитала — 12,1%, а уровень проблемных кредитов (с учетом неприменения регуляторных мер) был менее 7%. Уровень достаточности капитала в банковском секторе составлял 11,9%. Банк России допустил некоторое смягчение подхода к классификации просроченных кредитов и правил формирования резервов на возможные убытки по таким ссудам в течение кризиса. Это означает, что уровень проблемных кредитов фактически намного выше, чем следует из отчетности, и банки столкнулись бы с более значительным дефицитом капитала, если бы надлежащим образом классифицировали активы и формировали резервы под кредитный портфель.

Банк России решил не применять регуляторные меры, разрешив банкам не корректировать стоимость всех своих активов с учетом рыночной стоимости (т.е. позволил им отражать активы по первоначальной балансовой стоимости), избавив их от необходимости немедленной рекапитализации балансов. Такая политика основана на ожиданиях властей, что снижение стоимости будет временным, и в ближайшее время произойдет разворот тенденции. Для обеспечения финансовой стабильности Банк России и правительство предоставили ликвидные средства и пополнили капитал банковского сектора, однако такие «вливания» были предоставлены лишь отдельным банкам, а не всей системе.

Россия вновь оказалась под воздействием сразу нескольких кризисов — структурного, циклического и падения цен на нефть и введение финансовых санкций. Каждую из этих проблем можно решить в рамках ответственной экономической политики, но, если накладывать их друг на друга это создает серьезные трудности, поскольку требуется принимать не просто различные, но и противоположные меры. Экономика страны вступает в период долгосрочного стагнационного депрессивного роста, который, если все оставить как есть, при всех самых благоприятных изменениях на сырьевых рынках

приведет к дальнейшему отставанию России от средних темпов роста не только мировой экономики, но и развитых стран мира.

Не имеет значения в какую сторону будет нацелен вектор развития экономики страны, не стоит забывать о том, что цены на нефть не будут повышаться в краткосрочной, а возможно и в среднесрочной перспективе. Даже при условии положительного роста цен на нефть, данный фактор не сильно улучшит экономическое положение страны. На это есть несколько причин:

— В стране снижается экспорт нефти, так как страны-импортеры отказываются от российской нефти, покупая нефть у стран ОПЕК по демпинговым ценам.

— РФ наращивает обороты добычи сырой нефти, что является нецелесообразным решением, так как, снижается количество покупателей нефти.

— Снижается потребление нефти у Китая, который ранее был одним из основных потребителей.

Низкое качество продукции, производимое внутри страны на данном этапе, показывает, что импортозамещение не справляется с возросшим спросом на рынке, вследствие обесценивания национальной валюты и оттока иностранных инвестиций; так же падает уровень производства, который не позволяет покрыть разницу в спросе, возникшую из-за санкций. Несмотря на это, в кризисных условиях страна начала стремительно развивать свое внутреннее производство, следовательно, появляются новые перспективы для молодых рабочих и, собственно говоря, новые рабочие места. Кроме того, отечественное производство всевозможных товаров для внутреннего потребления делает государство более независимым и самостоятельным.

Так же одним из основных факторов, который оказывает существенное давление на экономику, является режим санкций. Основным рупором в этой ситуации является конфликт на востоке Украины. Если конфликт удастся урегулировать, то это будет поводом для конструктивного диалога с западными партнерами, и сокращению санкций. Однако, если произойдет эскалация конфликта, то санкции могут быть ужесточены. В этой ситуации прогнозировать, что-либо сложно.

Литература:

1. Доклад об экономике России No. 33 апрель 2015 г. 63стр.
2. Банк России [Электронный ресурс] — <http://www.cbr.ru/>
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] — <http://www.gks.ru/>
4. РБК [Электронный ресурс] — www.rbc.ru/

Информационные технологии в экономике. Использование Internet в бизнесе. Электронная коммерция (e-commerce), виртуальные магазины

Олифиренко Анна Сергеевна, магистрант
Донской государственный технический университет

В статье рассмотрены основные перспективы развития электронной коммерции и достоинства использования информационных технологий в бизнесе. Проведен подробный анализ элементов электронной коммерции. Проведен анализ объёма розничной онлайн-торговли за 2015 год на аналогичный период 2014 г. На основе проведенного анализа и учитывая достоинства и рост объёма онлайн-торговли, несмотря на экономическую ситуацию в России за последний год, следует, что выгода использования электронных услуг очевидна и потребность в них как для покупателей, так и для продавцов возрастает с каждым годом.

Ключевые слова: безналичный расчет, инфраструктура, информационный центр, инфляция, коммерческая организация, платежная система, риск, торговая площадка, электронная коммерция.

«Информационные технологии в экономике, Использование Internet в бизнесе. Электронная коммерция (e-commerce), виртуальные магазины»

Еще несколько лет назад сеть Internet использовалась в основном для обмена почтовыми сообщениями пересылки файлов. Сейчас современные технологии превратили Internet в развитую инфраструктуру, которая охватывает все основные информационные центры, мировые библиотеки, базы данных научной и правовой информации, многие государственные и коммерческие организации, биржи и банки. Сегодня Internet может рассматриваться как огромный рынок, способный охватить в потенциале практически все население Земли. Именно поэтому производители программных и аппаратных решений, торговые и финансовые организации активно развивают различные виды и методы ведения коммерческой деятельности в Internet — электронной коммерции.

Сегодня под термином «электронная коммерция» понимается прежде всего предоставление товаров и платных услуг через глобальные информационные сети.

Появление Интернета значительно удешевило ведение электронной коммерции за счет низкой себестоимости передачи информации и привело к возникновению ее новых форм.

Системы электронной коммерции позволяют покупателю не общаться с продавцом, не тратить время на хождение по магазинам, а также иметь более полную информацию о товарах. Продавец получает возможность быстрее реагировать на изменение спроса, анализировать поведение покупателей, экономить средства на персонале, аренде помещений и других издержках.

Электронная коммерция является важнейшим составным элементом электронного бизнеса. Под электронной коммерцией подразумевают любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена или контакта.

Термин электронная коммерция (e-коммерция) — появился в результате реализации коммерческих проектов в глобальной компьютерной сети Internet, в настоящее

время он охватывает довольно большую совокупность элементов, основные из которых это:

1. электронные системы платежа и цифровые деньги (digital cash);
2. электронные магазины;
3. электронные аукционы;
4. электронные биржи;
5. реклама в Internet;
6. предоставление банковских услуг через Internet.

— Покупки в интернет. Интернет-магазины

Виртуальных магазинов в Интернет насчитывается уже несколько тысяч. Найти подходящий виртуальный магазин легко.

— Программы. Большая часть программного обеспечения, собранного в Интернет-коллекциях на специальных программных сайтах, не доступна нигде, кроме Сети. Следовательно, покупать понравившуюся программу нужно только там, в режиме online.

— Информация. Быть может, вы захотите подписаться на электронный вариант газеты или журнала? Ведь далеко не все издания выложены в бесплатный доступ — большая часть требует оплаты. Возможно, вас также заинтересует один из платных списков рассылки — их в Интернет не меньше, чем бесплатных.

— Товары. С помощью Интернет вы можете заказать в одном из тысяч онлайн-магазинов, разбросанных по разным странам и континентам, редкую книгу или компакт-диск, видеофильм или запчасти для редкого автомобиля и многое другое.

— Услуги. Забронировать авиабилет в нужную страну, заказать номер в гостиницу, доставку цветов ко дню рождения подружки и др.

В последнее время в России широко распространилась мода на заказы товаров по Интернету. Заказывают все — от маек до компьютеров, а это значит, электронная коммерция становится очень выгодной торговой площадкой для бизнеса.

За последний год экономическая ситуация в России ухудшилась, резкое ослабление курса рубля и ускорение

инфляции привели к сокращению спроса на потребительском рынке. Вместе с тем объём розничной онлайн-торговли продолжает расти. Так, общий объём продаж на Яндекс.Маркете с января по октябрь 2015 года составил 72,5 миллиарда рублей — на 23,6% больше, чем за аналогичный период 2014 года. Это исследование рассказывает о том, как устроен рынок интернет-торговли в России и что изменилось на нём за последний год. Основные данные получены по итогам опроса российских онлайн-покупателей, проведённого Яндекс.Маркетом и компанией GiK Rus в сентябре-октябре 2015 года.

В России большинство онлайн-покупателей заказывают мелкую бытовую технику, одежду и обувь, косметику; за рубежом — одежду и обувь, детские товары, мобильные устройства (мобильники и планшеты). В китайских магазинах чаще, чем в среднем, покупают мобильные устройства, в магазинах других стран — косметику. С прошлого года стало меньше людей, которые покупали на европейских и американских сайтах одежду, автозапчасти и мелкую бытовую технику, тогда как число покупателей в китайских магазинах выросло практически во всех категориях товаров.

— Торговые площадки

Международные торговые площадки служат посредниками для заключения сделок между производителями и покупателями из разных стран мира. Самыми крупными международными торговыми площадками являются китайские. Они появились из-за необходимости связать дешёвых китайских производителей с заказчиками из других стран. Все торговые площадки предназначены для поиска партнеров или товаров. Иногда они предоставляют возможность заказывать и покупать в режиме онлайн. В основном площадки зарабатывают на абонентской плате за популярные аккаунты, которые предоставляют доступ к базе возможных партнеров, либо на плате за регистрацию в системе.

Крупнейшие торговые площадки:

Alibaba.com

Эта китайская торговая площадка является крупнейшей в мире. Появилась она в 1999 году и сегодня объединяет группу сайтов в разных доменных зонах. Имеется также русская локализация: russian.alibaba.com, но только в виде каталога компаний. Каждый месяц на сайт площадки заходят до 2 700 000 посетителей. Всего там зарегистрировано 36 000 000 компаний из 240 стран.

Tradekey.com

Эта торговая площадка появилась в 2006 году. Ее главные офисы находятся в Пакистане и Саудовской Аравии. В месяц их просматривают 22 миллиона человек. Данная площадка зарабатывает на «серебряных» и «золотых» аккаунтах. В месяц на сайт заходят 1 100 000 посетителей. Свои аккаунты здесь имеют 2498 806 компаний из 220 стран.

Популярность Интернет-торговли с каждым днем растет. Интернет-торговля — динамичный рынок, рост которого ежегодно составляет до 35%

Интернет-магазин может обеспечить вашей фирме дополнительный источник продаж при минимальных затратах на сбыт продукции. Экономия на аренде торговых площадей, зарплате сотрудникам, организационных расходах. При умелой раскрутке интернет-магазина также становится эффективным средством рекламы фирмы.

Электронная коммерция становится важной составляющей жизни современного развитого общества. Простота осуществления заказов, скорость поиска необходимых товаров и услуг, широкий выбор предоставляемой продукции — вот тот небольшой перечень преимуществ электронных продаж по сравнению с традиционной покупкой в магазинах, ради которого им все больше и больше отдается предпочтение.

Выгода использования электронных денег:

— Экономия время, сил и денег. Оплата электронными деньгами происходит очень быстро, практически за несколько секунд, и при этом не нужно даже выходить из дома.

— Нет ограничения во времени и пространстве: электронные платежные системы работают круглосуточно, без выходных и перерывов. Сервисы оплаты доступны всегда, и все платежные операции производятся в автоматическом режиме.

— Самостоятельный выбор платежной системы (или даже не одной).

— Электронные деньги легко конвертируются из одной валюты в другую при помощи обменных пунктов в интернете.

— Правильно пользуясь электронными платежными системами, исключаются риски. Защита их такова, что деньги невозможно украсть или как-то подделать.

Литература:

1. Берченко, Н. Н., Березовская И. Б. Самоучитель по работе в Internet и каталог ресурсов. — Киев: Ириша: BHV, 2015.
2. Дьяконов, В. П. Internet. Настольная книга пользователя. — М.: Солон-Р, 2014.
3. Крейнак, Д., Хебрейкен Д. Интернет: Энцикл. / Пер. с англ. Е. Клейменовой. — СПб.: Питер, 2014.
4. Леонтьев, В. П. Новейшая энциклопедия персонального компьютера 2002. — М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2014.
5. CRN/RE («ИТ-бизнес») — единственное в России издание, посвященное бизнесу в сфере информационных технологий. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.crn.ru/>
6. Электронные деньги: прошлое и настоящее. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL <http://www.russianlaw.net/law/law.htm>
7. Википедия энциклопедия [электронный источник] — Режим доступа. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

8. Мировая экономика [электронный источник] -Режим доступа—URL—<http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/vidy-konkurencii.html>
9. Официальный сайт Центрального Банка РФ, в режиме свободного доступа: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru/statistics>
10. Электронные деньги: прошлое и настоящее. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL <http://www.russianlaw.net/law/law.htm>
11. Энциклопедия программиста [электронный источник] — Режим доступа — <http://www.grandars.ru/student/>

Направления совершенствования системы государственного управления инновационным развитием нефтегазового комплекса

Прасолова Татьяна Юрьевна, кандидат экономических наук, главный бухгалтер
ООО «РСУ-6» (Пермский край)

Бутакова Мария Эдуардовна, студент
Пермский государственный национальный исследовательский университет

Рассмотрены и классифицированы проблемы нефтегазового комплекса, предложен вариант их решения через инновационное развитие. Проведен анализ результатов деятельности предприятий НГК и сделан вывод о наличии ресурсов для увеличения финансирования инновационной деятельности и ее активизации. Обоснована необходимость усиления государственного управления инновационными процессами в НГК и предложены направления совершенствования системы для преодоления корпоративной замкнутости и более эффективного использования потенциала отрасли.

Особое положение нефтегазового комплекса (НГК), являющегося основой топливно-энергетического комплекса (ТЭК), в экономике России предполагает необходимость системного решения широкого круга проблем, обусловленных внешними и внутренними условиями функционирования предприятий НГК, для дальнейшего развития отрасли. Анализ проблематики состояния предприятий НГК свидетельствует о приоритетности инновационного развития в силу объективных причин. В последнее время в России активно формируется национальная инновационная система и у предприятий НГК есть практически уникальный шанс выстроить свою инновационную стратегию и оказать влияние на процесс формирования общей инновационной стратегии страны. Решение проблем НГК даст не только импульс к развитию ряда сопряженных отраслей, но и обеспечит энергетическую безопасность России, упрочит позиции на мировом рынке углеводородов, будет способствовать повышению уровня жизни граждан, причем не только от перераспределения природной ренты, но и от создания рабочих мест и повышения производительности труда. Проблемы, существующие в НГК на современном этапе целесообразно распределить по источникам в приведенном ниже виде.

Внешние:

1. Внешнеполитические: влияние на экономику мерами политики
 - а. Технологические санкции: запрет на импорт технологий и оборудования

- б. Финансовые санкции: изоляция от западного рынка финансов

- с. Персональные санкции

2. Институциональные: характеристика контролирующей, регулирующей, распределяющей и стимулирующей законодательной базы

- а. Неурегулированность конфликта интересов бизнеса как недропользователя и общества как конституционного владельца ресурсов

- б. Нестабильность и несовершенство системы налогообложения

- с. Недостаточная проработка вопросов недропользования

- д. Недостаточная проработка вопросов лицензионного регулирования

- е. Сложность, затратность и трудоемкость процедуры патентования

- ф. Отсутствие контроля над эффективностью использования природных ресурсов

3. Ресурсные: наличие и доступность запасов углеводородов

- а. Объективное сокращение геологических запасов в целом

- б. Выработка самых доступных и качественных запасов, оставшиеся ресурсы более низкого качества

4. Внешнеэкономические конъюнктурные: условия, заданные ситуацией на мировом рынке

- а. Замедление темпов роста экономик стран-импортеров сырой нефти

- б. Превышение спроса на первичные энергоресурсы предложением на мировом рынке
- с. Рост конкуренции среди поставщиков
- д. Падение мировых цен на сырую нефть
- е. Рост мирового энергопотребления
- ф. Высокий растущий спрос на продукты нефтепереработки (их производство в РФ на низком уровне)
- 5. Культурные: имидж отрасли
 - а. Негативное отношение к «проклятию нефтяной иглы»
 - б. Положительный имидж ВИЭ, попытки найти замену современному моторному топливу
 - с. Сформированный образ эксплуататора, присваивающего общественное достояние
- 6. Территориальные: характеристика географических условий
 - а. Обширная территория охвата
 - б. Разница климатических условий
 - с. Межкультурные отличия
 - д. Отдаленность центров потребления от центров добычи
- 7. Экологические: характеристика взаимодействия с окружающей средой
 - а. Отрасль по своей сути агрессивна по отношению к окружающей среде
 - б. Высокая степень опасности производства
 - с. Большая вероятность и серьезные последствия аварий
- Внутренние:
 - 1. Культурные: модели поведения фирм
 - а. Корпоративная закрытость
 - б. Слабые связи с представителями МСП как внешними разработчиками
 - 2. Территориальные: влияние обширных территорий
 - а. Сложность и затратность систем логистики
 - б. Необходимость отладки качественных систем дистанционной коммуникации
 - с. Сложность сочетания централизации и децентрализации
 - 3. Технические: материальные внеоборотные активы
 - а. Зависимость от импорта основного оборудования в высокотехнологичных направлениях
 - б. Физический износ оборудования
 - с. Утрата контроля над сервисом
 - 4. Технологические: нематериальные внеоборотные активы
 - а. Зависимость от импорта технологий
 - б. Моральный износ оборудования
 - с. Утрата контроля над сервисом
 - 5. Инфраструктурные: «доступ к трубе»
 - а. Зависимость от тарифов и условий операторов транспортных систем
 - б. Зависимость от пропускной способности систем
 - 6. Кадровые: влияние человеческого фактора
 - а. Конфликт интересов бизнеса и общества при принятии решения об использовании (потреблении или реинвестировании/капитализации прибыли)

- б. Старение и выбытие опытных квалифицированных кадров (особенно технического направления)
- с. Меньшая гибкость и мобильность опытных кадров «старой закалки»
- д. Дефицит достаточно компетентных молодых специалистов

Часть вышеуказанных проблем невозможно решить на данном этапе, и они должны восприниматься как объективная реальность, например политическое санкционное давление, огромные территории со сложными климатическими условиями, истощение запасов легкой нефти на традиционных месторождениях. Часть проблем должна решаться государством путем совершенствования законодательства и нормативной базы, причем, по нашему мнению, пожелания и рекомендации представителей НГК нужно учитывать, но подходить к ним критически. Нельзя забывать, что отличительной чертой НГК является использование российских недр, которые, согласно Конституции, принадлежат всему народу. Соблюдение интересов граждан России, а не только собственников и акционеров компаний НГК является прямой обязанностью государства. В России в силу специфики исторического развития, доля акционеров в общем населении очень невелика, в отличие от США и стран запада, и интересы акционеров представляют собой интересы очень незначительного числа граждан страны и зарубежных инвесторов. Отчетность нефтегазовых компаний свидетельствует о наличии чистой прибыли и регулярных дивидендных выплат акционерам, что с точки зрения компании и акционеров является положительным моментом, а с точки зрения остальных граждан — присвоением нефтегазовых доходов, которые должны распределяться между членами общества, или идти на развитие технологической базы НГК через инвестиции. Возможно, имеет смысл создание механизма, аналогичного норвежскому, при котором не вложенные в инновационное развитие предприятия средства будут считаться подлежащими перечислению в бюджет или государственный фонд инновационного развития, что окажет стимулирующее воздействие на инновационную деятельность. Анализ основных показателей ПАО «ЛУКОЙЛ», приведенных в таблице 1 [17], показывает, что при консолидированной выручке 5,8 триллионов рублей, налоговые выплаты составили 1,2 триллиона, а чистая прибыль — 0,3 триллиона рублей, то есть соотношение выплат государству и чистая прибыль 4 к 1, а налоговая нагрузка составила около 20%, что объясняется наличием и активным использованием механизма льгот, предусмотренных действующим налоговым законодательством. Не секрет, что в настоящее время, около 400 месторождений с особыми условиями (около 27% добычи) имеют различные льготы, ряд экспертов отмечают, что налоговый кодекс стал похож на справочник промысловой геологии, а льготы носят имя пролоббировавшей их компании.

Этот вывод подтверждается приведенными в отчете ПАО «ЛУКОЙЛ» [18] данными о нетто-цене барреля

Таблица 1

Основные операционные и финансовые показатели ПАО «ЛУКОЙЛ»

Показатель	2015	2014	Отклонение, %
Операционные показатели			
Добыча углеводородов с учетом доли в зависимых компаниях, млн. барр. н.э.	858	844	2,8
В том числе добыча нефти и жидких углеводородов с учетом доли в зависимых компаниях, млн. барр.	749	727	3,1
В том числе добыча нефти с учетом доли в зависимых компаниях, млн. барр.	100,7	97,2	3,6
В том числе добыча товарного газа с учетом доли в зависимых компаниях, млн. м ³ .	20251	19968	1,4
Среднесуточная добыча углеводородов с учетом доли в зависимых компаниях, млн. барр. н.э./сутки	2379	2314	2,8
Производство нефтепродуктов Группой, млн. тонн	60,9	64,12	(5,0)
Затраты на добычу углеводородов, млрд. руб.	217,2	173,8	24,9
Затраты на геологоразведочные работы, млрд. руб.	29,2	12,2	139
Налог на добычу полезных ископаемых в РФ, млрд. руб.	470	421	11,6
Удельные затраты на добычу углеводородов, руб./бар. н.э.	257,74	213,7	21
Удельные затраты на добычу углеводородов, \$/бар. н.э.	4,25	5,56	(24)
Доказанные запасы углеводородов с учетом доли в зависимых компаниях, млн. барр. н.э.	16558	17585	(5,8)
Финансовые показатели			
Выручка от реализации, млрд. руб.	5749	5505	4,4
EBITDA, млрд. руб.	769	798	(3,7)
Скорректированный показатель EBITDA, млрд. руб. ⁸	946,4	890,2	6,3
Налоги (кроме налога на прибыль), акцизы и экспортные пошлины, млрд. руб.	(1098,1)	(1275,1)	(13,9)
Чистая прибыль, относящаяся к акционерам ПАО «ЛУКОЙЛ», млрд. руб.	291	396	(26,4)

нефти при стоимости на рынке 50 долларов за баррель. Так на месторождениях Западной Сибири нетто-цена составляет 21 доллар, в Тимано-Печоре — 48 долларов, на Северном Каспии 46 долларов, в среднем по компании за 2015 год — 42 доллара за баррель.

EBITDA сегмента добычи в 2015 году достигла 489 миллиардов рублей, следовательно, при общей добыче 858 миллионов баррелей (116 миллионов тонн) на каждую тонну приходится 4215 рублей прибыли. Причем все работники предприятия, включая топ-менеджеров, получили за свой труд высокую заработную плату и комплекс социальных выплат и услуг. Очевидно, что предприятия НГК имеют ресурсы, необходимые для инновационного развития, но, так как инновационная деятельность неизбежно связана с высокими рисками, необходимо применение мер давления со стороны государства не только по отношению к компаниям с государственным участием, но и ко всем предприятиям отрасли. В настоящее время, помимо обязательных налоговых платежей, предприятия НГК несут дополнительную добровольно-принудительную общественную нагрузку через программы софинансирования социальных и научно-образовательных программ, различных проектов, имеющих общенациональное значение. Сотрудниче-

ство «ЛУКОЙЛа» и «Сколково», и создание на базе последнего крупнейшего исследовательского центра, должно способствовать инновационному развитию отрасли в целом и многим смежным предприятиям. В настоящий момент на большинстве предприятий НГК отмечается отсутствие системы близкого взаимодействия с внешними участниками инновационного процесса, отрасль обладает признаками корпоративной закрытости. В частности, ПАО «ЛУКОЙЛ» при ведении огромной научно-исследовательской работы в отношении поиска собственных решений и разработок на базе ООО «ЛУКОЙЛ-Инжиниринг» и научных центров с привлечением ВУЗов, недостаточно взаимодействует с внешними малыми и средними отечественными инновационными предприятиями. Отмечается ригидность относительно внедрения отечественных разработок, созданных силами МСП. Низкий спрос на продукты инновационных МСП не позволяет в полной мере раскрыть их потенциал, способный, по мнению экспертов, вывести технологический уклад отрасли на качественно новый уровень. Например, технология плазменно-импульсного воздействия на пласт для повышения нефтеотдачи (ПИВ), как выявлено, решающая многие актуальные «узкие места» многих нефтедобывающих компаний, была разработана

ещё в 2003 году российской фирмой «Новас». Путь этой технологии полностью соответствует схеме разомкнутости инновационной системы России, при которой перспективные инновационные разработки на стадии стартапов уходят за рубеж. При практической невозможности продвижения новой перспективной технологии на отечественном рынке руководство «Новас» в 2012 году учредило американскую компанию Propell Technologies с эксклюзивными правами на использование ПИВ. На рынке США метод легко вышел на рынок, где, в отличие от российского, велика доля МСП, завершил свою трансформацию в коммерциализированную инновацию и вернулся в Россию «под чужим флагом» как импортная технология. В том же году ПИВ было опробовано ООО «ЛУКОЙЛ — Западная Сибирь» и, показав высокие результаты, запланировано к промышленному внедрению. То есть, пока отечественная технология в течение почти 10 лет пробивалась на рынок, интереса к ней не было, но стоило ей получить ярлык западной, как появился спрос.

Очевидно, что таким образом российские компании теряют значительное преимущество на мировом рынке, продлевая сроки поиска решений и даря преимущество от первичного внедрения инновационных решений зарубежным конкурентам.

Возможно, в какой-то мере закрытость и замкнутость на внутренних разработках служит безопасности и независимости структуры ВИНК и интенсифицирует внутреннее развитие, но положительный эффект полностью перекрывается ущербом от упущенных возможностей. В любом случае невозможно в рамках одной, пусть даже крупнейшей, компании сконцентрировать ресурсы, особенно человеческие, способные гарантировать лучший результат. Более того, инновационная деятельность объективно сопряжена с высокими рисками. Единичное принятие дополнительных рисков в и без того высокорискованной сфере промышленности является существенным сдерживающим фактором. В то же время, модель «открытых инноваций» Генри Чесбро в условиях российского НГК неприменима, так как отрасль является стратегической для страны и чрезмерное раскрытие информации может угрожать безопасности и суверенитету государства, а частичное раскрытие не имеет смысла, так как не позволит должным образом исследовать проблему и, следовательно, найти оптимальное решение.

Учитывая весь комплекс проблем и наличие формальных и неформальных отношений между государством и бизнесом, а так же необходимость активного участия науки в инновационном процессе при специфике информационного доступа, считаем целесообразным создание единого государственного нефтегазового центра, совмещающего в своей деятельности целый ряд функций, выполнение которых послужило бы развитию всего НГК, повысило его эффективность, и, соответственно, повысило общее благосостояние граждан. Предлагаем закрепить за центром выполнение следующих функций:

- Выполнение геолого-разведочных работ по поиску новых месторождений и для уточнения состояния старых месторождений, с применением новых высокотехнологичных способов и информационных технологий,

- Создание единой информационной базы по имеющимся запасам, с полной характеристикой и предполагаемыми технологиями добычи, используя информационные технологии,

- Проведение оценки месторождений для формирования условий лицензионных соглашений и предполагаемых способов добычи, с учетом экологических рисков и мер по их предотвращению,

- Создание единой патентной и лицензионной базы по отрасли с обработкой информации по перспективным направлениям на определенных месторождениях,

- Создание информационного ресурса по расчету предполагаемой (нормативной) величины инвестиций по имеющимся месторождениям и нормативной себестоимости добычи нефти для автоматического определения рентабельных месторождений при текущих ценах на нефть,

- Оказание содействия на базе информационных ресурсов в оптимизации схем транспортировки углеводородов,

- Проведение экспертизы разработки месторождений,

- Осуществление контроля над деятельностью предприятий НГК по соблюдению технологий, эффективному использованию природных ресурсов, предотвращению экологического ущерба,

- Сбор отчетности по состоянию месторождений и скважин, формирование единой базы данных,

- Выработка рекомендаций и инициатив в ходе реализации «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года»

- Содействие государственно-частному партнерству.

В качестве подразделения создать единый центр для осуществления координации и определения перспективных направлений научно-исследовательской деятельности и научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ всех компаний отрасли, с целью экономии временных и финансовых ресурсов при проведении параллельных исследований, либо выбора лучшего из них и распространение опыта между российскими предприятиями. В условиях внешнего давления нужно объединить ресурсы и добиться инновационного технологического прорыва в области добычи трудноизвлекаемых запасов углеводородного сырья и высоковязкой нефти. Для решения этой задачи нужно создание технологической платформы.

Так же на базе подразделения обеспечить:

- Создание единой информационной базы по проблемам, требующим решения и имеющимся вариантам, (единый портал инноваций)

- Организацию информационных площадок для обмена мнениями исследователей и новаторов.

Наличие полного объема информации и государственный статус центра позволят выработать целостную инновационную политику развития НГК и обеспечить взаимодействие всех элементов комплекса в целях повышения общей эффективности российской экономики. Данное условие позволяет реализовать комплекс целей, направленных на реализацию инновационного потенциала страны с опорой на НГК:

- Сбор и систематизация данных о проблемах и создание открытой для российских участников информационной платформы

- Распределение ответственности за решение конкретных задач между субъектами исследований,

- Обеспечение применения в первую очередь отечественного передового опыта и НИОКР,

- Преодоление корпоративной закрытости и формирование культуры общения с внешними игроками

- Формирование культуры равноправных партнерских отношений с другими игроками.

Таким образом, стратегия государства, направленная на реализацию экономического инновационного потенциала страны, создание необходимой для этого государственной системы управления и координации, позволит провести структурную перестройку экономики с одновременным развитием НГК, являющегося стратегической отраслью России.

Литература:

1. Закон РФ «О недрах» № 2395—1 от 21.02.1992, редакция от 13.07.2015 (с изменениями и дополнениями, вступающими в силу с 01.01.2016). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc-LAW_343/ (Дата обращения 11.05.2016)
2. Конституция Российской Федерации, редакция от 30.12.2008. URL: <http://www.constitution.ru> (Дата обращения 10.05.2016)
3. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-п. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc-LAW_82134 (Дата обращения 11.05.2016)
4. Налоговый кодекс РФ. ГАРАНТ. РУ: URL: <http://base.garant.ru/10900200/> (Дата обращения 10.05.2016)
5. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. No 2227-п) ГАРАНТ.РУ: URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/#ixzz3K7eOYK6z> (Дата обращения 12.05.2016)
6. Экономическое развитие и инновационная экономика. Государственная программа РФ от 29 марта 2013 г. N 467-п. ГАРАНТ. РУ: URL: <http://base.garant.ru/70350078/#ixzz3K7dsoTzt> (Дата обращения 12.05.2016)
7. Энергетическая стратегия России на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 13.11.2009 г. № 1715-п. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc-LAW_94054/ (Дата обращения 11.05.2016)
8. Национальный доклад об инновациях в России 2015. // PBK. 2016. URL.: https://www.rusventure.ru/ru/programm/analytic/docs/NROI_RVC.pdf. (Дата обращения 12.05.2016)
9. Руководство Осло // ОЭСР, Евростат. М.: ЦИСН, 2006.
10. Гаврилов, Л. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе. М.: Юрайт, 2014.
11. Земцов, С. Специфика российских фирм как субъектов инновационной деятельности. URL: http://www.iep.ru/files/Gaidarovskij_Forum2015/zemtsov-16.01.15.pdf (Дата обращения 13.05.2016)
12. Мэтьюз Дж. Инновационный цикл в крупных компаниях // МШУ СКОЛКОВО. Открытые инновации для крупных компаний, 2011, URL: <http://innovation.gov.ru/sites/default/files/documents/2014/25366/3964.pdf> (Дата обращения 11.05.2016)
13. Черняев, М. В. Повышение эффективности функционирования нефтегазового комплекса как основа обеспечения энергетической безопасности России. Диссертация на соискание ученой степени к. э. н. Москва, 2014.
14. Юлмухаметов, Д. Коэффициент извлечения нефти. Часть 1. // 22 век. 03.11.2015. URL: 22century.ru/docs/oil_extraction_coefficient (Дата обращения 10.05.2016)
15. H. Chesbrough. Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, 2003.
16. H. Chesbrough. Open Business Models. How to Thrive in the New Innovation Landscape, 2006.
17. Консолидированная финансовая отчетность ПАО «ЛУКОЙЛ» на 31.12.2015. URL: <http://www.lukoil.ru/df.asp?id=149> (Дата обращения 12.05.2016)
18. Финансовые результаты 2015 г. Презентация ПАО «ЛУКОЙЛ». URL: <http://www.lukoil.ru/df.asp?id=150> (Дата обращения 12.05.2016).

Анализ развития малого предпринимательства

Решитова Алиме Алимовна, студент

Керченский государственный морской технологический университет

Достаточно большое количество вопросов возникает по поводу актуальности развития малого бизнеса в России. В настоящее время малое предпринимательство активно развивается во всех странах мира, роль данных предприятий в экономике достаточно велика, это: производство продукции, услуг, уменьшение социальной нестабильности, создание новых рабочих мест, сокращение безработицы, получение людьми возможности организации своего дела.

Становление и развитие предпринимательства считается главным условием развития конкурентоспособной рыночной среды экономики. Предпринимательство самостоятельно осуществляемая на собственный риск работа, нацеленная на постоянное получение выгоды от использования капитала, реализации товаров, выполнения работ или оказания услуг лицам, зарегистрированными в данном качестве в установленном порядке.

В настоящее время в мировой экономике главным источником подъема производительности изготовления, насыщения рынка важными товарами, услугами и увеличения уровня жизни населения считается становление развития малого предпринимательства.

Малое предпринимательство гарантирует нужную мобильность в критериях рынка, делает основательную специализацию и кооперацию, без которого невозможна его высокая эффективность. Он способен не только быстро наполнять ниши, возникающие в потребительской сфере, но и относительно быстро окупаться, создавать атмосферу конкуренции, ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Частная собственность — это укрепление права контроля экономических ресурсов и жизненных благ за отдельными людьми или группами. Частная собственность подразумевает конкретное отторжение от иных лиц, не имеющих отношение к количеству владельцев, права контроля над определенными объектами — капиталом, территорией, доходом, конечными продуктами и т.д. В свою очередь они становятся персонифицированными и имеют определенных владельцев.

Использование частной собственности считается одним из базисных составляющих смешанной финансовой системы. Важная доля денежных средств располагается в личном владении. Частная собственность на капитал, произведенные продукты, полученную прибыль считается необходимым условием поддержки системы свободного предпринимательства.

Предпринимательство считается стержнем социально-экономической системы, основанной на началах частной собственности и конкуренции. Предприниматель-собственник, — центральная фигура в торговом обороте, он главное ключевое действующее лицо рынка, гарант прочности гражданского общества.

Мировой опыт свидетельствует что, малое предпринимательство в цивилизованных формах считается необходимым условием оздоровления не только экономики, но и всей социальной жизни. Процесс формирования малого предпринимательства во всевозможных сферах социальной жизни в РФ идет пока не просто.

Однако малое предпринимательство также содержит и определенные дефекты. Так, сравнительно маленький капитал уменьшает рамки изготовления, ограничивает вероятность использования дополнительных ресурсов. В свою очередь это ведет еще к конкретной финансовой неустойчивости небольших компаний, содействует их банкротству и разорению. Все, выше перечисленное, требует разработки мер для поддержания малого предпринимательства в масштабе всей страны и на региональном уровне в качестве большого шага к экономическому и социальному процветанию общества.

Ведущими методами при прогнозировании развития малого предпринимательства в критериях неполной информации считаются: метод экспертных оценок, метод экстраполяции, способы экономико-математического моделирования, линейного и выпуклого программирования. В практике прогнозирования в нашей стране и за рубежом метод экспертных оценок обширно используется для целей научно-обоснованного предвидения. Суть способа экспертных оценок заключается в проведении специалистами интуитивно-логического анализа проблем с количественной оценкой суждений и формальной обработкой итогов. Во всевозможных секторах экономики, объединениях и на предприятиях срабатывают постоянные или же кратковременные экспертные комиссии, создающие заключения по различным формализуемым проблемам. Область использования метода экспертных оценок очень широка.

Специалисты рассматривают воздействие перемен внешней среды (прогнозного фона) на характеристику развития малого предпринимательства в баллах. По степени влияния каждому фактору присваивается весовое значение, отражающее его значимость. Значение в баллах присваиваются в зависимости от перемен внешней среды в положительную или же негативную сторону. Образец балльной оценки воздействия прогнозного фона приведён в нижеследующей таблице. За основу взят способ факторной оценки воздействия наружной среды на работу компаний [4].

Таблица 1

Экспертная оценка влияния факторов внешней среды на развитие малого предпринимательства в регионе

№ п/п	Факторы	Весовое значение фактора (Φ_i)	Критерии оценки	Коэффициент (K_{jzi}) значимости критерия
1	Влияние инфляции	0,2	Значительная Средняя Низкая	0,15 0,4 0,45
2	Уровень доходов населения	0,2	Снижение Стабилизация Рост	0,15 0,36 0,49
3	Налоговая политика государства	0,17	Значительное Среднее Незначительное	0,13 0,3 0,57
4	Воздействие снижения уровня занятости	0,11	Позитивное Нейтральное Негативное	0,49 0,41 0,10
5	Темпы экономического роста	0,14	Высокие Стабильные Низкие	0,49 0,40 0,11
6	Уровень предпринимательской активности в регионе	0,08	Высокий Средний Низкий	0,56 0,32 0,12
7	Социально-демографическая ситуация	0,05	Благоприятная Нейтральная Неблагоприятная	0,71 0,16 0,13
8	Политические условия	0,05	Благоприятные Нейтральные Неблагоприятные	0,59 0,2 0,21

Для определения комплексного влияния внешней среды на предприятие рассчитывается интегральный показатель оценки состояния внешней среды по формуле:

$$K = \sum \Phi_i \times K_{jzi}, \quad (1)$$

Где Φ_i — весовое значение i -го фактора;

K_{jzi} — коэффициент значимости j -го критерия i -тому фактору.

По расчётам минимальная комплексная оценка характера влияния внешней среды на развитие предпринимательства составляет 0,1033, максимальная — 0,4652. Согласно формуле американского статистика Герберта Стерджеса, получаем 4 группы однородных оценок характера влияния внешней среды (таблица 2).

Таблица 2

Шкала оценок влияния внешней среды на развитие малого предпринимательства в регионе

№ п/п	Интервалы значений комплексной оценки внешней среды	Характеристика влияния внешней среды
1	0, 1033—0, 2151	Неустойчивое состояние внешней среды. События неожиданные и совершенно новые. Будущее предсказуемо частично или непредсказуемо вовсе.
2	0,2152—0, 3270	Неустойчивое состояние внешней среды. Неождаанные события, но имеющие аналоги в прошлом. Предсказуемы серьёзные проблемы и новые возможности (частично по слабым сигналам).
3	0,3271—0, 4389	Благоприятное состояние внешней среды. События привычны, распознаваемы в пределах тренда, сложившегося на основании прогноза. Будущее чаще всего предсказуемо в пределах экстраполяции.
4	более 0,4389	Устойчивое состояние внешней среды. События привычны, распознаваемы в пределах тренда, сложившегося на основании прогноза. Будущее предсказуемо в пределах экстраполяции.

Главным, из количества формализованных способов, пользуют метод экстраполяции, суть которого заключается в исследовании динамики конфигурации финансового состояния в прогнозном периоде и перенесении выявленной закономерности на грядущие периоды. Обязательным условием использования экстраполяции в прогнозировании считается стабильность наблюдаемых тенденций в изменении факторов прогнозного фона, под которым понимают совокупность внешних предметов, явлений и процессов, оказывающих на итоги мониторинга значительное воздействие. Точность этих мониторингов в значительной мере определяется правильностью определения причины прогнозирования и прогнозного горизонта — максимального периода, на который составляется прогноз.

Данный способ прогнозирования обладает определенными плюсами, среди которых малозначительна трудоёмкость вычислительного метода, универсальные расчетные схемы. Кроме множества преимуществ этот метод содержит некоторое количество значительных дефектов. Все фактические исследования считаются итогом закономерности и случайности, значит, основываться на ретроспективном обзоре, не всегда оправдано. К тому же, нет возможности оценить правомерность применения среднего прироста в каждом случае, этот расклад не позволяет образовать интервал, в которые попадает прогнозируемая величина. В связи с данным способ экстраполяции не выделяет четких итогов на долгий этап мониторинга. Такой способ дает положительные итоги только на ближайшую перспективу прогнозирования при условии стойкости обрзовавшегося тренда. Для увеличения точности экстраполяции применяются всевозможные способы. Один из них состоит, в том, чтобы экстраполируемую линию из-

менения курса корректировать с учетом реального опыта развития отрасли-аналога или же объекта, опережающего в своем развитии прогнозируемый объект.

Динамичность внешней среды постоянно увеличивается, вследствие этого отказ от прогнозирования равносильно отказу от борьбы за выживание. Присутствие прогнозной информации о вероятном состоянии внешней среды дает возможность своевременно подготовиться к будущим переменам, избежать разрушительных результатов для развития малого предпринимательства.

Рыночная экономика в Российской Федерации набирает всё большую силу. В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования.

Для действенной предпринимательской работы стоит большое количество правовых, организационных, бюрократических, политических, финансовых, культурологических задач. На пути устранения этих проблем первоочередной задачей является переход от программ «поддержки» к разработке и вступлению в воздействие программ развития малого бизнеса как на федеральном уровне, так на уровне субъектов Федерации. Эти программы должны предопределять конкретные отчетливые количественные ориентиры, сроки их достижения, предусматривать источники и порядок применения ресурсов для этого, к тому же систему мотивации и обязанность за выполнение для представителей государства, этим способом задается динамика становления, формируется управленческий механизм, направленный не на безграничное поддержание самого процесса, а на достижение итога в строго поставленные сроки.

Литература:

1. Электронный портал федеральный проект развития предпринимательства в России «Бизнес нация» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://bnation.ru/>
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
3. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие / Л. Е. Басовский. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 260 с.
4. Политематический журнал научных публикаций [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.journal-discussion.ru/publication.php?id=102>

Оценка реализации принципов построения бюджетной системы РФ

Строкова Анастасия Александровна, студент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассмотрены основополагающие принципы построения бюджетной системы РФ, соблюдение которых способствует повышению её устойчивости. Проведён анализ реализации данных принципов на современном этапе развития экономики.

Ключевые слова: бюджетная система, единство, самостоятельность, принцип, бюджетное законодательство

Assessment of realization principles creation of the budgetary Russian Federation system

Strokova Anastasia, 2nd year student

Financial University under the Government of the Russian Federation

The article describes the basic principles of the budget system, compliance with which enhances its stability. The analysis of the implementation these principles at the present stage of economic development.

Keywords: budget system, unity, independence, principle, budget legislation

В мировой практике большинства государств, принципы бюджетной системы считаются настолько важными, что предусматриваются в конституциях или аналогичных основных законах. Считается, что это повышает их значимость по сравнению с отражением в специальных нормативно-правовых актах, связанных с функционированием бюджетной системы, её организацией. В Российской Федерации принципы бюджетной системы, как известно, отражены в Бюджетном кодексе.

Таким образом, в соответствии с Бюджетным кодексом установлены 13 основополагающих принципов бюджетной системы РФ, большинство из которых, так или иначе, соблюдаются [1]. Но с точки зрения построения бюджетной системы будут рассмотрены только два из них, которые к тому же являются противоречивыми, это принципы:

- единства бюджетной системы;
- самостоятельности бюджетной системы.

Необходимо сразу отметить, что по определению принцип любой системы — это единство, то есть любая система она едина и поэтому выделение принципа единства дополнительно является «масло масляным». Но если посмотреть на содержание данного принципа, то можно отметить, что он не означает организационного единства бюджетной системы Российской Федерации (далее БС РФ), так как отсутствует вхождение одних бюджетов в другие. Но данный принцип означает единое правовое пространство, в рамках которого функционируют все бюджеты, которые входят в состав БС РФ.

Так, в реальной практике формирования БС РФ взяло верх централизованное начало, обоснованное данным принципом единства бюджетной системы. Сказывается это в концентрации основных государственных доходов в федеральном бюджете, следствием чего является значительная финансовая зависимость бюджетов субъектов Российской Федерации от федерального бюджета.

Что касается принципа самостоятельности бюджетов, то нужно отметить, что данный принцип не совсем правильно назван, так как стоит говорить не столько о самостоятельности бюджета, сколько об самостоятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления в решении тех вопросов, которые находятся в их компетенции, где финансовой базой деятельности будут являться соответствующие бюджеты. Данный принцип назван так ещё в 1991 году, когда он впервые появился в законе РСФСР от 10.10.91 № 1734—1 «Об ос-

новах бюджетного устройства и бюджетного процесса в РСФСР» дальше в такой же формулировке он попал и в Бюджетный кодекс РФ [2].

Но если посмотреть то, каким образом он трактуется в нашем бюджетном законодательстве можно сделать вывод, что он не содержит реальных механизмов достижения бюджетной самостоятельности и достаточно аморфно представлен в Бюджетном кодексе РФ.

Не секрет, что одним из основных направлений модернизации нашей страны является развитие местного самоуправления и повышение финансовой самостоятельности муниципальных образований, так как это является фундаментальным звеном бюджетной системы.

Анализируя реализацию принципа финансовой самостоятельности местного самоуправления на практике, позволяет сделать вывод о том, что он практически не соблюдается. Проводимые в России реформы налогового и бюджетного законодательства фактически привели к ослаблению собственной доходной базы местных бюджетов при одновременном перекладывании на них значительных расходов. Главной проблемой муниципальных финансов в России является проблема пополнения доходной части местных бюджетов и ее соответствия расходам муниципальных образований. Ведь именно муниципальные доходы служат финансовой базой местного самоуправления для решения муниципальными образованиями вопросов местного значения.

При тщательном рассмотрении основных принципов построения бюджетной системы можно обнаружить противоречия между принципами единства бюджетной системы (статья 29) и самостоятельности бюджетов (статья 31). С одной стороны, субъекты заинтересованы в самостоятельности, с другой — многие субъекты и муниципальные образования не способны без внешней поддержки собственными силами обеспечить свою деятельность [4]. В результате повышается уровень централизации бюджетной системы и зависимость нижестоящих бюджетов от вышестоящих, что не соответствует критерию взаимосвязи и преемственности между законодательными нормами.

Резюмируя выше сказанное, принцип единства современной БС РФ по содержанию значительно отличается от принципа единства бюджетной системы в условиях административно-командной системы управления экономикой, который означал консолидацию всех бюджетов в едином

бюджете и утверждение его в форме закона. В отличие от такой модели современная БС РФ может быть представлена в виде «разобранной матрешки», все составные части которой находятся в распоряжении разных органов государственной власти и органов местного самоуправления и утверждаются отдельными законами (решениями) о соответствующем бюджете.

Категория «сбалансированность бюджета» является комплексной и значительно более широкой, чем то, что закреплено в ст. 33 Бюджетного кодекса РФ [3]. Итак, для гарантии самостоятельности на долгосрочную перспективу баланс должен достигаться не только равенством доходов и расходов, но также ответственной дол-

говой политикой, эффективной моделью межбюджетного взаимодействия и совершенствованием инструментария бюджетного риск-менеджмента.

Рассмотрев выполнение на практике данных принципов, можно сделать вывод, что она не соблюдаются в полном объеме. Однако, политика органов государственной власти свидетельствует о работе в направлении повышения самостоятельности и ухода от реципиентного состояния регионов, так же разрабатываются методики по повышению эффективности реализации принципов. Деятельность, направленная на совершенствование БС РФ, позволяет надеяться на устранение проблем существующих на данном этапе.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: официальный текст по сост. на 30.03.2016 г. — М.: Издательство «Омега-Л», 2016.
2. Закон РСФСР от 10.10.1991 N 1734—1 (ред. от 31.07.1995, с изм. от 10.07.1996) «Об основах бюджетного устройства и бюджетного процесса в РСФСР»
3. Галухин, А. В. Сбалансированность бюджета как условие обеспечения его устойчивости / Галухин А. В. // Вопросы территориального развития вып. 1 (21), 2015
4. Куркина, Е. А. Бюджетное законодательство Российской Федерации, оценка его качества / Куркина Е. А. // Журнал российского права. — 2015. — № 2 — с. 37—48.

5. ОБЩЕСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Экономико-управленческое образование в школе

Лобышева Ирина Сергеевна, учитель математики, руководитель МО математического цикла
МБОУ СОШ № 51 г. Улан-Удэ

Описание разработки

Изучение экономической теории с развитием предпринимательских способностей и владением современными ИКТ может помочь в будущем преуспеть в бизнесе. Экономика может помочь в будущем более рационально планировать семейный бюджет. Главное, чтобы сформировалось экономическое мышление: умение видеть проблему, анализировать её, принимать рациональные решения. Английский экономист Джоан Робинсон в свое время сказала: *«Смысл изучения экономической теории не в том, чтобы получить набор ответов на экономические вопросы, а в том, чтобы научиться, не попадаясь на удочку к экономистам».*

Внедрение и реализация в образовательном пространстве школы современного социально-экономического управленческого компонента обучения и формирование способности учащихся сориентироваться в выборе профессии, получить необходимую подготовку для поступления в профессиональные лицеи, техникумы, училища и ВУЗы экономической направленности с уже сформированным механизмом формирования профессиональной и ИКТ-компетентностей.

Для проекта необходимо подготовить программную, методическую и материально-техническую базу к реализации внедрения экономико-управленческого образования в школе; подвести итоги и анализ деятельности школы, провести диагностические обследования готовности к переходу на очередной этап развития, спрогнозировать и ориентировать деятельность школы на социальный запрос, определить системность, гибкость, логичность и последовательность программ, построить стратегию учебно-воспитательного процесса, обеспечить контролируемость программы, установить интегрирующие и консолидирующие направленности по отношению к школьному сообществу. Создать новые условия общего образования в условиях внедрения и реализации предпрофильного и профильного экономического образования с ИКТ.

Как итог — создать центр экономики и управления (ЦЭУ) на базе школы, который: управляет непрерывным экономическим предпрофильным и профильным образованием со 2-го по 11 классы; осуществляет внеклассную работу по предмету; организует совместно с Комитетом

по образованию г. Улан-Удэ и РАО «Ассоциация педагогов исследователей» при БГУ научно-практическую онлайн-конференцию по экономике «Путь Гермеса» для учащихся 9–11 классов школ города и республики; совершенствует материально-техническую базу ЦЭУ; обеспечивает информационную и методическую поддержку преподавания предмета экономики и сопровождающих его информационных и образовательных курсов; изучает передовой опыт освоения новейших программ и технологий в преподавании экономических дисциплин; развивает сетевое взаимодействие по внедрению экономического образовательного компонента в образовательные учреждения города, Республики и РФ; расширяет социальное партнерство школы с учреждениями социально-экономического и управленческого характера; развивает сетевое взаимодействие по внедрению экономического образовательного компонента в образовательные учреждения; отслеживает и анализирует развитие мировой экономики с последующим отражением этой информации для общественности; организует дистанционное обучение предметам экономического профиля на базе МБОУ СОШ № 51; отслеживает механизмы работы и мониторинг результатов экономико-управленческого образования. Подведение итогов по реализации программы развития школы и проекта «Экономико-управленческого образования школе как одно из средств формирования ИКТ-компетентности учащихся в профессиональной ориентации».

Рекомендаций для педагога по использованию ресурса

Пройдя все наши этапы от сбора информации по социальному запросу до получения готового продукта, Вы получите центр экономики и управления (ЦЭУ) на базе школы с широким использованием средств ИКТ при решении профессиональных задач, а может сможете развить его в нечто большее. Желаю успеха!

Пояснительная записка

Истоки экономической мысли уходят своими корнями в глубокую древность. Уже первобытные люди владели началами экономических знаний, имели некоторые представления об отношениях, складывающихся между

членами первобытной общины по поводу производства, распределения, обмена и потребления жизненных благ. *«Если заставить человека отказаться от потребления, он откажется производить»*, говорил Давид Рикардо. Действительно, с момента своего появления, человек выступал одновременно в двух неразрывных ролях: производителя товаров и их потребителя.

Разобраться в секретах устройства экономики люди пытались еще во времена Древней Греции. Во всяком случае, вопросы экономики занимали не малое место в трудах Аристотеля (384–322 г.г. до н.э.), одного из самых выдающихся философов в истории человечества, создателя социологии — науки о человеческом обществе и воспитателя знаменитого императора Александра Македонского.

Именно он ввел этот термин в научный оборот, составив его из двух греческих слов: *«ойкос»* — дом, хозяйство и *«номос»* — закон. *«Экономика»* в переводе с древнегреческого — это *«законы ведения домашнего хозяйства»* — замкнутого рабовладельческого домовладения. Придумал же он этот термин для того, чтобы разграничить два вида богатств, которые, по его мнению, встречаются в человеческом обществе: товары и деньги.

Является ли экономика практической наукой? Стоит ли затрачивать время и труд на её изучение? Полвека назад Джон Мейнард Кейнс — несомненно, самый влиятельный экономист нашего столетия — дал убедительный ответ на этот вопрос: *«Идеи экономистов и политических мыслителей — и когда они правы, и когда ошибаются — имеют гораздо большее значение, чем принято думать. В действительности именно они и правят миром. Люди практики, которые считают себя совершенно неподверженными интеллектуальным влияниям, обычно являются рабами какого-нибудь экономиста прошлого»*.

Как и любая другая наука, экономика использует свои методы исследований. *Форм и способов* получения научных знаний много, и большинство из них используют ученые-экономисты. Это:

1. Наблюдения (статистические) объекта.
2. Обработка полученного материала посредством синтеза и анализа, индукции и дедукции, системного подхода.
3. Проведение экспериментов.
4. Разработка моделей в логических и математических формах.

Изучение экономической теории может помочь в будущем преуспеть в бизнесе. Однако, для успешного занятия бизнесом недостаточно только теоретических знаний, необходимы еще предпринимательские способности. Используя знания и умения, полученные на уроках экономики, можно надёжнее защитить свои деньги от инфляции. Экономика может помочь в будущем более рационально планировать семейный бюджет. После изучения экономической теории в школе вовсе не обязательно становиться профессиональным экономистом. Главное,

чтобы сформировалось экономическое мышление: умение видеть проблему, анализировать её, принимать рациональные решения. Эти умения понадобятся людям любой профессии и даже простым потребителям, каковыми мы все являемся. Английский экономист Джоан Робинсон в свое время сказала: *«Смысл изучения экономической теории не в том, чтобы получить набор ответов на экономические вопросы, а в том, чтобы научиться, не попадаться на удочку к экономистам»*.

В школьном образовании экономика должна занимать достойное положение и конечно, предлагаться учащимся и родителям как профильный предмет. В нашей школе к этому предмету востребованное отношение, как у родителей, так и у детей. Экономический профиль внедрен с 2001 года. На сегодняшний день это предмет изучается со 2-го по 11 класс, а также сопутствующие дисциплины экономико-управленческого характера в профильных 10–11 классах. Это менеджмент, риторика, культура деловой речи, правоведение, информационное управление, психология управления.

Поэтому, *внедрение и реализация экономико-управленческого образования в нашей школе, это проект уже работающий и имеющий положительные результаты в течение нескольких лет*. Ежегодно от 15% до 40% выпускников школы поступают на факультеты профессиональных и высших учебных заведений экономико-управленческого характера. В зоне ближайшего развития школы мы продолжаем строить планы по улучшению качества экономико-управленческого образования учащихся.

Цель проекта понятна всем участникам учебного процесса, т.е. и родителям, и детям, и педагогическому коллективу. Это **внедрение и реализация в образовательном пространстве школы современный социально-экономический управленческий компонент обучения и формирование способности учащихся сориентироваться в выборе профессии, получить необходимую подготовку для поступления в профессиональные лицей, техникумы, училища и ВУЗы экономической направленности и развитой ИКТ-компетентностью**.

Основными **задачами проекта** являются:

- организовать работу по подготовке и проведению мероприятий, повышающих статус экономического и управленческого образовательного профиля;
- обеспечить информационную и методическую поддержку преподавания предмета экономики и сопровождающих его ИКТ-образовательных курсов;
- изучить передовой опыт освоения новейших программ и ИКТ-технологий в преподавании экономических дисциплин;
- развить сетевое взаимодействие по внедрению экономического образовательного компонента в образовательные учреждения города, Республики и РФ;
- расширить социальное партнерство школы с учреждениями социально-экономического и управленческого характера;

- создать Центр экономики и управление (ЦЭУ) на базе школы;
- использовать и активно внедрять в работу ЦЭУ современные средства массовой информации, Интернет и информационные технологии;
- отслеживать и анализировать развитие мировой экономики с последующим отражением этой информации для общественности;
- организовать дистанционное обучение предметам экономического профиля на базе МБОУ СОШ № 51;
- отслеживать механизмы работы и мониторинг результатов экономическо-управленческого образования.

2. Система экономико-управленческого образования в школе

Сегодня мы живем в мире быстро меняющихся реалий. В нем становится, не так важен набор основ фундаментальных наук, традиционно преподаваемый в отечественной школе, как умения осваиваться в постоянно меняющихся условиях. Для школы не так важно, какой объем знаний она передает школьникам, а важно, как она учит познавать и самосовершенствоваться. Поэтому, часто задаваемый вопрос о необходимости преподавания экономики в школе или ее перспективах, как школьного предмета, стоит связывать с тем насколько этот новый школьный предмет будет отвечать требованиям экономического воспитания, формированию новой экономической культуры, развивать умения пользоваться инструментами экономического выбора, знакомить с миром перспективных профессий.

К сожалению, школа вынуждена решать вопрос организации экономического образования школьников, согласно со своими возможностями: материальными, кадровыми и другими, не имея возможности считаться с социальным заказом.

Вероятно, следует выделить основные *подходы* к преподаванию экономики в школе, в которых можно увидеть и *сопутствующие проблемы*:

1. Отсутствие каких-то ни было возможностей организовать преподавание новой учебной дисциплины, не включая экономику в учебные планы.
2. Растворение основ экономических знаний в других учебных дисциплинах: географии, истории, граждановедении, технологии, обществоведении, информатики, математики, хотя введение экономики, как самостоятельного предмета, могло бы облегчить усвоение школьниками содержания этих предметов и усилить междисциплинарные связи предметов обществоведческого цикла.
3. Научнообразный (академический) подход, больше походящий на знакомство с экономическим словарем,

в рамках которого происходит подмена экономического воспитания заучиванием экономической терминологии. Часто таким подходом страдают преподаватели вузов, приглашаемые в школу для проведения уроков по экономике. Привыкшие иметь дело с профессионально ориентированной аудиторией, они сталкиваются с отсутствием у большинства учащихся мотивации к овладению институтским курсом экономических знаний и неприменимостью, так широко, в школе лекционных способов обучения. Ставя перед собой узкие цели передачи наукообразной информации или «натаскивания» учащихся для поступления в конкретный вуз, они не решают проблемы экономического воспитания школьников.

4. Профессионально-ориентированный подход, делает акцент на преподавание бизнес-ориентированных дисциплин, однако концентрация только на этом подходе, чревато излишним насыщением рынка труда в будущем менеджерами, экономистами, «предпринимателями по диплому» и т.д. Хотелось бы отметить, что некая преподавательская эйфория в уверенности сделать каждого ученика предпринимателем, грозит крахом необоснованно воспитанных надежд, ибо даже решив очень трудную задачу воспитания экономически активного и предприимчивого поколения потенциальных предпринимателей, не обеспечит им тот набор случайностей или обстоятельств, которые часто независимо от воли или образованности человека делают его успешным бизнесменом. При этом узкая ориентированность экономического-бизнес воспитания закрывает перед бывшим учеником другие возможности самореализации на рынке труда, подчас более перспективные для его индивидуального набора личностных качеств. Поэтому наша задача найти «золотую середину» в реализации программ экономико-управленческого характера с применением ИКТ-технологий на базе школы. Для этого необходимо отработать систему поэтапной работы реализации экономико-управленческих образовательных программ.

Реализация предпрофильного и профильного экономико-управленческого образования отражена в учебном плане школы. Учебный план создан на основе документов:

1. Государственные стандарты образования.
2. Базисный учебный план РФ.
3. Устав школы.
4. Программа развития «Школы экономики и управления».
5. «Концепция модернизации российского образования».

Программы профильного и предпрофильного образования по экономике предполагают следующие *образовательные программы*:

Профессиональная ориентация программ	Степень обучения	Предмет	Количество часов в неделю
Предпрофиль	Начальная школа (2–4 кл.)	Экономика	1 час
Предпрофиль	Средняя школа (5–9 кл.)	Экономика	1 час

Профиль	Старшая школа (10–11 кл.)	Экономика	1 час
		Менеджмент	1 час
		Культура деловой речи	1 час
		Информационное управление	1 час
		Психология управления	1 час
		Правоведение	1 час
		Математика	6 часов
		Английский язык	3 часа
		Информатика	2 часа

Основные этапы проекта реализации экономико-управленческих программ с использованием ИКТ-технологий в образовательном пространстве школы:

1. Подготовительный, 2001–2003 г.

Цель: подготовить программную, методическую и материально-техническую базу к реализации внедрения экономико-управленческого образования в школе.

Основные задачи: подведение итогов и анализ деятельности школы, проведение диагностических исследований готовности к переходу на очередной этап развития, прогнозирование и ориентирование деятельности школы на социальный запрос, определение системности, гибкости, логичности и последовательности программ, построение стратегии учебно-воспитательного процесса, обеспечение контролируемости программы, установление интегрирующих и консолидирующих направленностей по отношению к школьному сообществу.

2. Основной, 2004–2009 г.г.

Цель: создание новых условий общего образования в условиях внедрения и реализации предпрофильного и профильного экономического образования.

Задачи: по выявленному запросу родительской обществу внедрить экономическое образование в школьный процесс обучения, создать условия для включения в учебный план и образовательное пространство школы предмета экономики со 2-го по 11 классы и сопутствующие экономико-управленческие дисциплины в предпрофильных и профильных классах, реализовать программу внеклассной работы по экономике.

3. Дополнительный — расширение социального партнерства, 2010–2016 г.г.

Цель: достижение новых условий общего образования в условиях внедрения и реализации предпрофильного и профильного экономического образования в рамках развития социального партнерства.

Задачи: создать центр экономики и управления (ЦЭУ) на базе школы, который:

1. управляет непрерывным экономическим предпрофильным и профильным образованием со 2-го по 11 классы;

2. осуществляет внеклассную работу по предмету;

3. организует совместно с Комитетом по образованию г. Улан-Удэ и РАО «Ассоциация педагогов исследователей» при БГУ научно-практическую конференцию по

экономике «Путь Гермеса» для учащихся 9–11 классов школ города и республики;

4. совершенствует материально-техническую базу ЦЭУ;

5. обеспечивает информационную и методическую поддержку преподавания предмета экономики и сопровождающих его образовательных курсов;

6. изучает передовой опыт освоения новейших программ и технологий в преподавании экономических дисциплин;

7. развивает сетевое взаимодействие по внедрению экономического образовательного компонента в образовательные учреждения города, Республики и РФ;

8. расширяет социальное партнерство школы с учреждениями социально-экономического и управленческого характера;

9. развивает сетевое взаимодействие по внедрению экономического образовательного компонента в образовательные учреждения;

10. отслеживает и анализирует развитие мировой экономики с последующим отражением этой информации для общественности;

11. организует дистанционное обучение предметам экономического профиля на базе МБОУ СОШ № 51;

12. отслеживает механизмы работы и мониторинг результатов экономическо-управленческого образования.

3. (2017 г.) — экспертиза, анализ и подведение итогов.

Цель и задачи: подведение итогов по реализации программы развития школы и проекта «Экономико-управленческого образования школе как одно из средств формирования ИКТ-компетентности учащихся в профессиональной ориентации». Полное аналитическое выявление достижений и проблемных вопросов в образовательном пространстве школы.

Понятно, что система управления экономико-управленческим образованием концентрируется в одном звене. Это Центр экономики и управления «Новые люди нового времени», который несет всю основную нагрузку по решению почти всех задач по реализации проекта.

По данной структуре можно обозначить основные механизмы реализации экономико-управленческих программ в образовательном пространстве школы:

Способы реализации творческой и исследовательской деятельности учащихся по экономике и управлению



Социальная активность школы

В рамках расширения образовательного пространства, школа сотрудничает с различными образовательными учреждениями города и республики.

Социальные партнеры проекта:

Учреждение	Предмет сотрудничества
Бурятский государственный университет	Информационно-методическая поддержка образовательного пространства школы. Научно-исследовательская деятельность. Кадровое и ресурсное обеспечение и др.
МОУ «Иволгинская общеобразовательная школа»	Реализация программы включенного обучения экономике. Совместные мероприятия по обмену опытом.
Малая академия наук (МАН)	Поддержка и организация научно-практических конференций — как школы, так и МАН.
Комитет по образованию г. Улан-Удэ	Учредитель НПК по экономике «Путь Гермеса»

24 октября 2007 г. в нашей школе прошел совместный педагогический семинар на тему: «Реализация экспериментальных образовательных программ и повышение эффективности функционирования школы экономики и управления в условиях разноуровневого и многопрофильного образования», где была представлена МБОУ СОШ № 51.

А в феврале 2008 г. наши педагоги посетили Иволгинскую школу. Посетили уроки, посмотрели программу

празднования бурятского национального праздника «Сагаалган», наметили планы дальнейшей работы:

1. Учащиеся Иволгинской школы приглашены на первую НПК по экономике «Путь Гермеса» 27.04.2008 г.

2. Решено подготовить программу включенного обучения по экономике с 9 по 11 классы, а Иволгинской школе — создать условия для реализации этой программы.



НПК по экономике «Путь Гермеса»

24 апреля 2008 г. на базе школы прошла первая научно-практическая конференция по экономике «Путь Гермеса» для школ РАО АПИ при БГУ и города. В конференции участвовали как школьники города, так и школ Республики, входящие в состав Университетского образовательного комплекса БГУ. МБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 51» работающая в направлении профильного экономического образования, являлась **главным организатором мероприятия** совместно с информационно — методическим образовательным центром (ИМОЦ) и «Ассоциацией педагогов исследователей» Бурятского государственного университета. Учредителем Конференции является комитет по образованию г. Улан-Удэ. Участники Конференции имели возможность показать свои знания в трёх секциях: «Рынок, предпринимательство, конкуренция», «Менеджмент. Психология управления фирмой» и «Налоги, бюджет, экономическое развитие». Председателями и членами экспертных комиссий на секциях приглашены методисты ИМОЦ, отличники — студенты БГУ, **представители гражданской и родительской ответственности — экономисты, специалисты по кредитам и ТОФУ Госстатистики РБ.**

В этом году состоялась уже 9 Международная научно-практическая конференция по экономике «Путь Гермеса», второй год приезжают гости из Монголии.

Внеклассная работа ЦЭУ

Внеклассная работа центра экономики и управления (ЦЭУ) строится на проведении текущих мероприятий. Это неделя налоговых знаний, турнир по экономике, олимпиада по экономике и др.



Перспективы развития проекта экономико-управленческого образования в школе

1. Закрепление и углубление всех поставленных задач дополнительного этапа проекта направленного на расширение социального партнерства.

2. Создание экспериментальной площадки факультета экономики и управления Бурятского Государственного университета на базе школы (программа на данный момент находится на стадии рассмотрения и утверждения всех заинтересованных сторон).

3. Реализовать программу включенного обучения по экономике и затем организовать дистанционное экономико-управленческое образование на базе МБОУ СОШ № 51.

Источники финансирования проекта экономико-управленческого образования.

Реализация проекта в течение нескольких лет требует финансовых затрат на разработку и реализацию образовательных программ, привлечение информационных источников, создание материально-технической базы Центра экономики и управления, решение кадровых проблем, организацию и проведение научно-практических конференций, а также внеклассных мероприятий и др.

Источники финансирования проекта:

1. Комитет по образованию города Улан-Удэ.
2. Попечительский Совет школы.
3. Спонсорская поддержка депутатов (Гранат В.А. и Ирильдеев В.Г.)

6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

Реклама инновационной деятельности стартапов с помощью краудфандинга

Буров Владимир Викторович, кандидат экономических наук, доцент, профессор
Институт международного права и экономики имени А. С. Грибоедова (г. Москва)

В статье рассмотрена проблема рекламы инновационной деятельности стартапов. В качестве одного из способов решения этой проблемы предлагается использовать краудфандинг. Рассмотрены основные задачи рекламы инновационной деятельности стартапов и показано, как краудфандинг способствует решению этих задач. Рассмотрен практический пример применения краудфандинга для решения задач рекламы инновационной деятельности стартапа.

Ключевые слова: краудфандинг, реклама, стартапы, инновации, Planeta, Boomstarter

Advertisement of startup innovation activity problem is considered in this article. Crowdfunding is viewed as one of the possibilities to solve this problem. Main advertisement tasks of innovation startup activity are viewed. Explanation of how crowdfunding helps to solve these problems is given. Actual example of crowdfunding applied to the advertisement tasks of innovation startup activity is considered.

Key words: Crowdfunding, advertisement, startup, innovation, Planeta, Boomstarter

Целью стратегии инновационного развития российской экономики до 2020 года и на дальнейшую перспективу является перевод отечественной экономики на инновационный путь развития, который характеризуется указанными в стратегии значениями целевых показателей. Поставленная цель обусловлена глобальными вызовами, которые возникают перед отечественной экономикой в 21 веке: усиление конкурентной борьбы за квалифицированную рабочую силу, инвестиции, знания и технологии, изменение климата, старение населения и другие вызовы [7, с. 2–3]. Вместе с тем важно не только достичь указанной в стратегии цели, но и оставаться на этом пути развития достаточно длительное время. Иначе говоря, обеспечить устойчивое движение экономики по инновационному пути развития. Для этого необходимо поддерживать инновационную активность на высоком уровне и осуществлять так называемые «непрерывные инновации» (от англ. continuous innovation). Важную роль в непрерывной генерации инноваций играют инновационные стартапы. Достаточно обратить внимание на крупнейшие современные компании «Google», «Facebook», «Twitter», которые не более 10–20 лет назад находились в стадии стартапа, а сейчас их технологии определяют

нормы общения и повседневные привычки миллиардов людей на земле.

Актуальные проблемы стартапов

Лишь 5% от общего числа стартапов становятся инновационными компаниями [8]. Это связано с большим количеством трудностей, которые необходимо преодолеть стартапу для осуществления перехода в стадию инновационной компании. Основываясь на определении инновационной деятельности¹, мы выделили проблемы не научно-технического характера, которые препятствуют становлению стартапа в инновационную компанию:

- Финансирование инновационной деятельности;
- Маркетинг инновационной деятельности;
- Реклама инновационной деятельности.

Проблеме финансирования инновационной деятельности стартапа посвящены статьи [3], [4], проблеме маркетинга стартапов статья [1]. В предложенной статье будет рассмотрена проблема рекламы инновационной деятельности стартапов и возможности для её решения с использованием феномена коллективного финансирования или «краудфандинга» [5, с. 190].

¹ Инновационной деятельностью являются все научные, технологические, организационные, финансовые и коммерческие действия, реально приводящие к осуществлению инноваций или задуманные с этой целью. Некоторые виды инновационной деятельности являются инновационными сами по себе, другие не обладают этим свойством, но тоже необходимы для осуществления инноваций. Инновационная деятельность включает также исследования и разработки, не связанные напрямую с подготовкой какой-либо конкретной инновации” [6, с. 31]

Реклама инновационной деятельности стартапов

Согласно В. Ланкину [9] *реклама призвана донести предложение или сообщение, при этом преследуя определенную цель или даже ряд целей, исходя из которых можно вывести как минимум две ее важнейшие функции:*

1. *Реклама должна информировать;*
2. *реклама должна убеждать.*

Отталкиваясь от этих функций, можно определить задачи, которые помогает решать эффективная реклама:

1. *Создание осведомленности;*
2. *создание или развитие положительных мнений;*
3. *позиционирование продукта на рынке;*
4. *создание спроса;*
5. *вывод новых товаров на рынок.*

Следует отметить, что задачи рекламы инновационной деятельности стартапа концептуально схожи с задачами рекламы деятельности устоявшейся компании. Тем не менее необходимо учитывать особенности бизнеса инновационного стартапа — существенную ограниченность в средствах, а также укороченный и динамичный жизненный цикл. Для преодоления ограниченности в средствах Ю. Проскурина, В. Спесивцев и Ю. Усова в работе «Механизм информационной поддержки стартапов в регионе» [2, с. 79] предлагают обращаться к бесплатным способам рекламы бизнеса в интернете и представляют механизм поддержки и рекламы стартапов в сети интернет. Механизм работает в трех плоскостях и состоит из пяти этапов. Результатом работы данного механизма является информационная поддержка стартапа, влекущая за собой покупателей и заказчиков. Мы полагаем, что бесплатные способы рекламы инновационной деятельности стартапов обладают большим потенциалом, если в качестве сайтов

использовать не статичные порталы с контентом, а, например, краудфандинговые площадки.

Проблему ускоренного внедрения маркетинговых и рекламных инноваций в связи с укороченностью жизненного цикла продукта стартапа рассматривают М. Иншаков и А. Орлова [1, с. 72]. Авторы обращают внимание на то, что более быстрое внедрение позволит обеспечить превосходство продукта инновационного стартапа над аналогами конкурентов. Достичь этого возможно с помощью современных каналов рекламного и маркетингового продвижения в сети Интернет. В качестве одного из основных способов продвижения предлагается использовать маркетинг социальных медиа (SMM, social media marketing), который является наиболее развивающимся и перспективным способом интернет-продвижения деятельности инновационных стартапов. Эволюцией социальных сетей и электронной коммерции стал феномен *краудфандинга* или коллективного финансирования, который позволяет привлекать внимание и средства широкой аудитории с помощью специализированных сайтов-площадок в сети Интернет. Примерами таких площадок за рубежом являются «Kickstarter» и «Indiegogo», а в России «Planeta» и «Boomstarter». Краудфандинг обладает большим потенциалом для решения проблемы рекламы инновационной деятельности стартапов.

Использование краудфандинга для рекламы инновационной деятельности стартапов

Как краудфандинг способствует решению перечисленных задач рекламы инновационной деятельности стартапов? Для этого кратко рассмотрим нефинансовые модели краудфандинга, представленные на краудфандинговых площадках

Таблица 1

Модели краудфандинга без финансовой отдачи (составлена автором)

Модель краудфандинга	Описание
Благотворительная	Унаследовав идею интернет-благотворительности, эта модель была доступна и ранее, но только для крупных организаций, которые длительный период времени занимаются этим видом деятельности и находятся у всех на слуху. В случае краудфандинга, инициатор кампании даёт обещание выполнить социально значимые для общества поступки (помощь пожилым людям, организация субботника и прочее) и привлекает на это средства среди большого числа сочувствующих людей.
Вознаграждающая	За участие в кампании по такой модели дарители получают вознаграждение. Зачастую вознаграждения являются несущественными и носят скорее символический характер (встреча с командой стартапа, открытка, письмо, музыкальный диск). Дарители участвуют в таких кампаниях из личного интереса, чтобы поддержать начинания, которые на их взгляд достойны воплощения. Далее мы будем приводить пример краудфандинговой кампании стартапа «Atlas Biomed» который разрабатывает программу индивидуальной диеты на основе биохимического анализа. Дарители находят эту разработку интересной и хотят материально поддержать стартап, а в качестве вознаграждения получают возможность участвовать в тестировании диеты.

Предпродажная	Вознаграждающая модель нашла своё развитие в предпродажной модели краудфандинга. Дарители также получают вознаграждение за участие в кампании. При этом присутствуют некие целевые суммы, при достижении которых инициаторы компании обязуются реализовать в продукте стартапа новые потребительские свойства. Это мотивирует дарителей на распространение информации о сделанном дарении и привлекает больше людей к участию в краудфандинговой кампании.
---------------	--

Теперь рассмотрим, как краудфандинг по указанным моделям способствует решению рассмотренных задач рекламы инновационной деятельности стартапов.

Создание осведомленности

Краудфандинг сегодня является модным и прогрессивным экономическим явлением. У краудфандинговых площадок большая посещаемость. Так согласно оценке *alexa.com* ежедневно площадку Planeta посещают более 50 тысяч пользователей [10]. Успешные кампании привлекают внимание популярных СМИ, которые также распространяют информацию о продукте стартапа и его инновационной деятельности. Всё это способствует созданию осведомлённости о существовании стартапа, его продуктах и инновационной деятельности.

Создание или развитие положительных мнений

Во время проведения краудфандинговой кампании стартап ведёт активную работу с сообществом дарителей (дарители — участники кампании, которые вносят денежные дарения инициаторам краудфандинговой кампании). Основными элементами этой работы являются общение в социальных сетях и взаимодействие с пользователями на странице краудфандинговой кампании, в процессе которого и формируется положительное мнение. У дарителей возникают вопросы о стартапе, его продукте, его инновационной деятельности. Структура информационных блоков кампании разработана таким образом, чтобы в максимально понятной и интуитивной форме рассказать дарителю о том начинании, в которое он отдаёт свои денежные средства. А если у дарителя останутся вопросы, то он сможет прямо на странице кампании задать эти вопросы членам команды стартапа.

Позиционирование продукта на рынке

Краудфандинговая кампания также позволяет позиционировать продукт на рынке. Инициаторы кампании выбирают категорию проекта, которая на их взгляд наиболее точно отражает суть разрабатываемого продукта или услуги. А посетители краудфандинговой площадки ищут проекты как раз по указанным категориям. То есть выбирают кампании по своим интересам. На данный момент на отечественных площадках представлен очень широкий список категорий проектов, от анимации, до науки и технологий. Если же стартап не нашёл подходящую для

своего проекта категорию, то он всегда может поместить её в «другое».

Создание спроса

За счёт системы вознаграждений в предпродажной и вознаграждающей моделях краудфандинга стартап может гибко подходить к формированию ценовых диапазонов на свой продукт до момента вывода продукта на основной рынок. То есть даритель, участвуя в краудфандинговой кампании, фактически определяет цену, которую он готов «заплатить», а также формирует платежеспособный спрос на продукт инновационного стартапа.

Вывод новых товаров на рынок

Краудфандинговые кампании можно расценивать как тестовые площадки для отработки продуктовых идей. Этим могут пользоваться не только инновационные стартапы. По успешности кампании можно косвенно судить о сформированности рынка и о спросе потребителя на продукт инновационного стартапа. Такое предварительное тестирование является неоценимым инструментом при выводе нового товара на рынок, поскольку позволяет с небольшими затратами оценить целесообразность вывода нового товара на рынок. Если не прибегать к предварительному тестированию, то риск коммерчески неудачного запуска проекта остаётся неучтённым, что является серьёзной ошибкой для любого бизнеса.

Краудфандинг действительно позволяет совершенствовать рекламу инновационного продукта стартапа. Для того чтобы проверить теоретические выводы рассмотрим конкретный пример использования краудфандинга для рекламы инновационной деятельности стартапа.

Реклама инновационной деятельности стартапа на примере стартапа «Atlas Biomed»

Рассмотрим краудфандинговую кампанию стартапа «Atlas Biomed», которая проводилась на отечественной краудфандинговой площадке «Boomstarter» с января по февраль 2016 года [11]. Кампания строилась вокруг инновационного продукта стартапа — индивидуальной диеты, которая разрабатывается на основе анализа биохимических показателей человека. Разработка стартапа представляется очень перспективной и современной, поскольку сегодня здоровый образ жизни и правильное питание становятся приоритетами все большего числа

людей, а значит в будущем у таких продуктов будет емкий рынок сбыта.

Краудфандинговая кампания проводилась по вознаграждающей модели и была очень успешной. Заявленная цель в 500 тысяч рублей была превышена почти в 3 раза — удалось привлечь 1,35 млн. рублей. Участниками кампании стали 278 человек. «Atlas Biomed» разработал понятную систему вознаграждений — за минимальное вознаграждение 5000 рублей даритель получает возможность протестировать диету на себе.

Стартап с высокой степенью ответственности отнесся к созданию материалов краудфандинговой кампании: представил качественное видео с описанием проекта, разместил подробную информацию о команде стартапа и предлагаемом продукте. Более того «Atlas Biomed» проводил интенсивную работу с аудиторией, постоянно наполняя страницу кампании новыми материалами и новостями проекта. Участники команды стартапа в контексте краудфандинговой кампании выступали на радио, телевидении и на конференциях, то есть поддерживали постоянный информационный фон вокруг своего продукта. Такой комплексный подход к решению задач рекламы инновационной деятельности стартапа принёс ожидаемый результат. Помимо того, что стартапу удалось привлечь заявленную сумму денежных средств, были решены задачи создания осведомлённости, позиционирования продукта на рынке и предварительного тестирования перед выводом продукта на рынок.

Достигнутые результаты позволяют считать, что реклама инновационной деятельности стартапа с помощью

краудфандинга позволяет совершенствовать деятельность стартапа в этом направлении и способствует становлению стартапа «Atlas Biomed» как инновационной компании.

Выводы

Для реализации поставленных в стратегии инновационного развития РФ целей и для дальнейшего устойчивого движения по модели инновационного развития экономики необходимо обеспечивать инновационную активность высокой на постоянном уровне. Важную роль в таком обеспечении играют стартапы. Тем не менее на пути становления стартапа и его трансформации в инновационную компанию существует множество проблем. Среди них не последнее место занимает проблема рекламы инновационной деятельности стартапа. Для её решения некоторые авторы предлагают использовать бесплатные возможности интернет-продвижения. Однако кроме бюджетных ограничений у стартапа есть ещё временные рамки — жизненный цикл продукта инновационного стартапа укорочен. Поэтому необходимо прибегать к современным способам интернет-продвижения, позволяющим быстро добиваться необходимых результатов. Одним из таких способов является маркетинг социальных медиа. Объединяя его с возможностями, которые предлагают краудфандинговые площадки, можно добиться эффективного решения задач рекламы инновационной деятельности стартапов и способствовать становлению стартапа как инновационной компании.

Литература:

1. Орлова, А. А., Иншаков М. О. Инновационные Стартапы В России: Проблемы Создания И Маркетингового Продвижения // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2014. № 1.
2. Проскурина, И. Ю., Спесивцев В. А., Усова Ю. П. Механизм информационной поддержки стартапов в регионе // Социально-экономические явления и процессы. 2015. № 2 (10).
3. Седельников, С. Р. Краудфандинг как инструмент финансирования стартапов в Российской Федерации // Проблемы современной экономики. 2015. № 4 (56). С. 154–157.
4. Седельников, С. Р. Феномен краудфандинга и его применение в современной инновационной экономике // Вестник международных научных конференций. 2015. № 10 (14). С. 9–13.
5. Чугреев, В. Л., others Краудфандинг—социальная технология коллективного финансирования: зарубежный опыт использования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2013. № 4. С. 28.
6. Organisation for Economic Co-operation and Development, Statistical Office of the European Communities L. Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition (Russian version) / Organisation for Economic Co-operation and Development, L. Statistical Office of the European Communities, S. — Petersburg: Centre for Science Research and Statistics (CSRS) of the Ministry of Education and Science, 2007.
7. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. N 2227-п) // 2011.
8. Venture Outcomes are Even More Skewed Than You Think // VC Adventure [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sethlevine.com/archives/2014/08/venture-outcomes-are-even-more-skewed-than-you-think.html> (дата обращения: 21.12.2015).
9. Маркетинг: Маркетинговые коммуникации: Функции, задачи и требования к рекламе [Электронный ресурс]. URL: http://www.aup.ru/books/m99/7_2.htm (дата обращения: 23.05.2016).
10. planeta.ru — Wolfram|Alpha [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wolframalpha.com/input/?i=planeta.ru> (дата обращения: 23.05.2016).
11. OhmyGut: исследуй свой внутренний мир // Boomstarter [Электронный ресурс]. URL: https://boomstarter.ru/projects/385566/ohmygut_issleduy_svoy_vnutrenniy_mir (дата обращения: 26.02.2016).

7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Теоретические основы и принципы организации и функционирования государственно-частного партнерства в процессе реализации жилищной политики государства

Занько Александр Иванович, директор
ОАО «БПС-Сбербанк», (г. Минск, Беларусь)

ГЧП является результатом развития и диверсификации традиционных механизмов взаимодействия хозяйственных взаимоотношений между государственной властью и частным сектором в целях разработки, планирования, финансирования, строительства и эксплуатации объектов, в том числе с целью привлечения дополнительных источников финансирования.

Анализ определений ГЧП приводится как организациями — Международным валютным фондом (МВФ), Европейским сообществом, Всемирным банком, Организацией по экономическому сотрудничеству и развитию (OECD), так и странами США, Франция, Канада, Австралия, Новая Зеландия, Индия, Бразилия, Гонг-Конг, Ирландия, и частными компаниями — компания Deloitte&Touche, компания PricewaterhouseCoopers.

Можно выделить следующие аспекты экономической категории «государственно-частное партнерство», отражаемые в определениях: формы взаимоотношений государственной и частной стороны; описание сторон; цели ГЧП; принципы ГЧП; конкретные способы реализации ГЧП.

Обобщив базовые признаки ГЧП, выделяющие его среди всего многообразия взаимоотношений между государством и бизнесом можно выделить следующие:

- стороны — государство и частный бизнес;
- взаимодействие закрепляется на юридической основе, имеет равноправный и долгосрочный характер;
- общественная направленность;
- объединение финансовых и иных ресурсов сторон, привлечение частных инвестиций;
- разделение рисков и ответственности сторон. При этом риски возлагаются на ту сторону, которая может более эффективно их покрыть, от чего выигрывает общество в целом;
- внедрение инновационных методов управления в реализации проектов и оказание государственных услуг.

Особенности ГЧП в жилищном строительстве через критерии сторон заключаются в следующем:

ГЧП может обеспечить обществу большую экономическую эффективность за счет снижения издержек

и более высокого качества предоставляемых услуг благодаря привлечению имеющихся у частного сектора опыта, технологий и компетенций;

государство рассматривает частный сектор как инвестора, позволяющего снизить нагрузку на бюджет (в том числе распределить расходы более равномерно во времени, снизив расходы текущего периода) при реализации крупных проектов, тем самым высвобождая ресурсы для решения текущих задач;

заинтересованность частной организации в минимизации издержек, внедрении эффективных решений и сокращении сроков реализации проектов снижают риск неэффективного использования государственного имущества и бюджетных средств при производстве общественных благ.

В связи с этим обозначаются следующие цели развития ГЧП:

- повышение эффективности и качества предоставления услуг в общественном секторе, а также ускорение реализации крупных инфраструктурных проектов;
- внедрение инновационных технологий и механизмов управления в государственный сектор экономики и сферу публичных услуг;
- привлечение внебюджетных источников финансирования в развитие отраслей, ответственность за которые традиционно несет государство, а также выравнивание нагрузки на бюджеты различных уровней;
- стимулирование развития экономики в целом, за счет вовлечения частной стороны в реализацию крупных долгосрочных проектов, а также развития смежных отраслей (например, строительство в случае инфраструктурных проектов, машиностроение в случае проектов в сфере энергетики, и т.д.).

Среди принципов ГЧП в жилищном строительстве, а также практики реализации проектов, выделим следующие:

- принцип равенства и свободы участников ГЧП;
- принцип стабильности соглашения и одновременно его гибкости;
- принцип ответственности сторон за выполнение условий контракта;

принцип конкурентности и прозрачности;
 принцип невмешательства государства в сферу ответственности частного партнера;
 принцип стимулирования и гарантий; принцип возмездности.

Для зарубежных девелоперских проектов характерны следующие факторы развития:

реализация исключительных финансовых технологий инвестиционно-строительных проектов;

создание долгосрочных партнерских отношений с финансовыми институтами;

умение организовать строительство самого высокого класса;

изменения представлений о качестве и функциях недвижимости;

феноменальное понимание рынка и способность использовать свои возможности;

формирование групп специалистов высокого класса.

Основные мероприятия, реализуемые в рамках разработки механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли, сводятся к следующим направлениям (рисунок 1).



Рис. 1. Основные мероприятия в рамках разработки механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли

Эффективность реализации механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли в области жилищного строительства находится в зависимости от оценки рисков, возникающих в процессе реализации механизма со следующими факторами:

макроэкономический — осуществление незапланированных изменений во внешнеэкономической конъюнктуре или механизмах государственного регулирования в строительной отрасли;

политический — отмена запланированных в рамках механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли мероприятий, обусловленная сменой политического курса;

законодательный — внесение изменений в нормативно-правовую базу, приводящих к нивелированию мероприятий, предусмотренных в рамках реализации механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли;

информационный — отсутствие информации или неправильная ее трактовка при разработке мероприятий в процессе реализации механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли;

кадровый — отсутствие достаточного количества специалистов, способных участвовать в процессе реализации мероприятий в рамках механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли.

Система управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли основывается на следующих элементах:

осуществление мероприятий на основе программно-целевого подхода;

осуществление контроля и общего мониторинга;

прозрачность осуществляемых преобразований;

ориентация на результат при стимулировании участников;

координация действий органов власти и участников.

Организационная схема управления реализацией механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли представлена на рисунке 2.

Для того чтобы государственно-частное партнерство стало эффективным средством модернизации жилищной политики, необходимо предпринимать мероприятия, способные устранить препятствия развитию ГЧП при помощи комплексной стратегии развития государственно-частного партнерства в сфере строительства жилья.

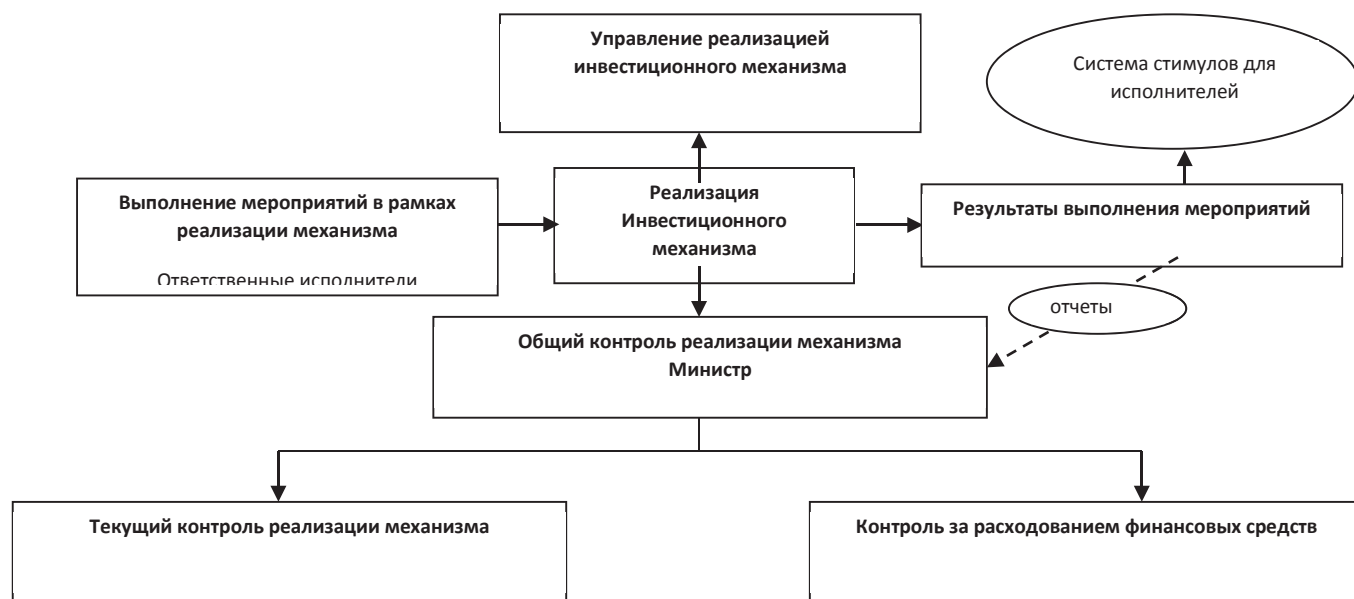


Рис. 2. Блок-схема соотношения целей, задач и мероприятий механизма управления инвестиционной деятельностью в строительной отрасли

В данной стратегии рекомендуется совершенствование законодательства в сфере ГЧП, модернизация финансовой системы, подготовка квалифицированных специалистов в сфере ГЧП.

Литература:

1. Габдуллина, Э.И. Оценка эффективности ГЧП как механизма взаимодействия власти и бизнеса // Современные проблемы науки и образования, 2012. — № 2 [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://www.science-education.ru/102-5928> (Дата обращения: 12.02.2013).
2. Гордеев, А. Механизм государственно-частного партнёрства в сфере науки: в чьей воле его запустить? [Электронный ресурс] // Режим доступа http://www.strf.m/material.aspx?CatalogId=347&d_no=14562#.VABm1H-MK1A/ (Дата обращения: 01.04.2014)
3. Грицай, С.В. Использование частно-государственного партнерства для повышения эффективности деятельности промышленного предприятия: Автореф. дис. канд. экон. наук. М., 2006. с. 13–15.
4. Дерябина, М.А Государственно-частное партнерство: теория и практика [Электронный ресурс] / М.А. Дерябина [Электронный ресурс] // Режим доступа http://www.financial-master.ru/news/5-articles/603-gosudarstvenno-chastnoe_partnerstvo_teoriya_iipraktika.html (Дата обращения: 01.04.2014)
5. Делмон, Д. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре. Практическое руководство для органов государственной власти. TheWorld Bank, 2010 [Электронный ресурс] //Режим доступа http://www.ppiaf.org/sites/ppiaf.org/files/publication/Jeff%20Delmon_PPP_russian.pdf (Дата обращения: 21.02.2014).
6. Кияницкий, С.Н. Об особенностях формирования финансового механизма инвестиционно-строительной сферы // Рыночная экономика и финансово-кредитные отношения: Ученые записки. Вып. 10. — Ростов н/Д: Рост. Гос. Строит. Ун-т, 2008. — с. 182–188.

Ключевые аспекты функционирования вертикально интегрированных нефтегазовых компаний

Новикова Елена Юрьевна, аспирант
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье рассматриваются ключевые аспекты функционирования вертикально интегрированных нефтегазовых компаний. Автор дифференцирует ключевые аспекты функционирования на внешние и внутренние,

развивая внутренние типологии по каждому направлению. По отношению к внешней среде в статье обсуждаются экономические и политические аспекты функционирования вертикально интегрированных нефтегазовых компаний, их положительные и негативные факторы влияния на внутреннюю среду. Во внутренней среде выделяются аспекты, связанные с функциональными подсистемами управления вертикально интегрированных нефтегазовых корпораций, подчеркиваются сложности построения гибкой и мобильной системы управления.

Ключевые слова: вертикальная интеграция, ВИНК, нефтегазовые компании, нефтегазовый комплекс, функционирование

Современный нефтегазовый комплекс, как на мировом, так и на российском уровне, характеризуется активными процессами вертикальной интеграции. Вертикальная интеграция представляет собой экономическое, финансовое и организационное слияние нескольких производственных единиц с различной структурой, участвующих в процессе производства, распределения и сбыта продукции на разных ступенях производственного процесса, с целью получения дополнительных конкурентных преимуществ на рынке. Ключевой задачей интеграционных образований является обеспечение между входящими в их состав звеньями того, что именуется синергией, или усилением взаимного действия. В результате использования вертикально ориентированной стратегии появились вертикально интегрированные нефтегазовые компании (ВИНК).

Формирование ВИНК, в рамках которых возможен эффективный контроль всей цепочки производства в мире и в России, стало результатом структурно-организационных изменений в нефтяном комплексе, обусловливающим выбор основных методов осуществления финансово-хозяйственной деятельности в отрасли. Процессы вертикальной интеграции для ключевых нефтедобывающих зарубежных стран и России имеют как общие тенденции, так и свою специфику. В настоящее время почти во всех нефтедобывающих странах созданы крупные ВИНК с разнообразной политикой покупки финансовых и материальных активов по нефтепереработке и сбыту на территории основных стран, являющихся потребителями нефти (Северная Америка и Западная Европа). В этом случае процессы вертикальной интеграции развивались в направлении от геологоразведки / добычи нефти к ее переработке и маркетингу. Основными предпосылками данного процесса следует считать стремление ВИНК овладеть рынком конечного спроса в условиях его достаточной насыщенности и уменьшения эффективности капиталовложений в освоение новых ресурсов газа и нефти.

Вместе с тем, деятельности ВИНК характеризуется рядом специфических аспектов, изучению которых посвящено настоящее исследование. Считаем целесообразным рассматривать ключевые аспекты функционирования ВИНК на двух уровнях — внешнем и внутреннем, каждый из которых включает в себя комплекс особенностей хозяйственной деятельности нефтегазовых компаний.

Внешние ключевые аспекты функционирования ВИНК

На внешнем уровне выделяется две группы ключевых особенностей функционирования ВИНК в современных условиях — экономические и политические.

Специфика функционирования мирового рынка нефти и конкуренции на нем в современных условиях хозяйствования предъявляет особые требования к ВИНК, действующим на этом рынке. В связи с этим, одним из путей повышения эффективности функционирования ВИНК стала «смена ориентиров от осуществления конкурентной борьбы на объединение усилий, объединение ключевых компетенций для достижения синергизма в такого рода взаимодействиях» [5, с. 14]. Следовательно, в качестве приоритетного экономического аспекта функционирования ВИНК на внешнем уровне можно считать продолжение наращивания вертикали бизнеса, необходимое для обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

Процессы глобализации и интеграции на мировом рынке газа и нефти во многом обуславливают глобальные стратегии ВИНК, модифицируют их структуру и долгосрочные приоритеты. За столетний период произошло усложнение глобальных, в том числе инвестиционных стратегий ВИНК. В своих стратегиях многие ВИНК поставили цель всемерной диверсификации собственной деятельности на основе лидерства в добыче и переработке газа, развитии газохимии. Географически диверсификация также претерпела изменения, поскольку крупнейшие ВИНК все больше стали ориентироваться на рынки Азии и Латинской Америки. Такие изменения потребовали совершенствования организационных структур компаний и внедрения в них подразделений по реализации новых видов продукции на новых рынках. В итоге при формулировке собственных стратегий крупнейшие компании позиционируют себя как энергетические, а не только нефтегазовые, что означает профильное расширение деятельности ВИНК, которое в последствии оказывает влияние и на внутренние аспекты функционирования.

Что касается политических внешних аспектов функционирования ВИНК, то они заключаются в активном государственном участии при формировании конкуренции между субъектами нефтегазового комплекса. Государство в лице органов власти федерального и регионального уровней осуществляет не только правовую и регулируемую политику, но и стратегическую, цель которой

заключается в обеспечении интересов государства на основе определения стратегических ориентиров и направлений развития крупнейших ВИНК России.

В качестве примера такого государственного участия можно рассмотреть конфликт ВИНК «Роснефть» и «ТНК-ВР». Вмешательство государства в процесс деления рынка произошло в ситуации обозначившегося конфликта между «Роснефтью» и «ТНК-ВР». Обе компании были заинтересованы в получении активов в Восточной Сибири и стремились приобрести акции «Верхнечонскнефтегаза», на балансе которого находилось Верхнечонское нефтегазоконденсатное месторождение. В ситуацию вмешалось государство, был принят закон [2], повлиявший на распределение пакета акций «Верхнечонскнефтегаза» между «Роснефтью» и «ТНК-ВР». В соответствии с Положением о Правительственной комиссии по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в Российской Федерации, утвержденным постановлением Правительства РФ от 06 июля 2008 г. № 510 [1], «ТНК-ВР» была обязана согласовать покупку акций «Верхнечонскнефтегаза» с образованной государством Правительственной комиссией по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в РФ, так как Верхнечонское месторождение являлось месторождением федерального значения. После первого обращения федеральная комиссия отказала «ТНК-ВР» в приобретении части ценных бумаг. Позже разрешение было получено. Объясняется это тем, что «ТНК-ВР» и «Роснефть» договорились о равноправном управлении «Верхнечонскнефтегазом», несмотря на то что частная ВИНК формально сохраняла блокирующий пакет акций в компании «Верхнечонскнефтегаз» — 73,98%. Таким образом, государство выступило в пользу «Роснефти», создавая административные барьеры частному инвестору.

Так, государство осуществляет распределение между определенной группой компаний наиболее крупных месторождений. При этом имеет место прямое вмешательство политико-административного руководства и корректировка законодательства. Государство занимает четкие позиции по отношению к субъектам рынка, если те находятся в состоянии конфликта: «в случае конфликта российских компаний, приоритет отдается государственной компании; в случае конфликта российской компании и иностранной, приоритет отдается российской компании» [8, с. 200].

Внутренние ключевые аспекты функционирования ВИНК

На внутреннем уровне выделяется большее количество специфических аспектов функционирования ВИНК, что обусловлено их сложной организационной структурой. В связи с этим, ВИНК сталкиваются не только с отраслевыми сложностями построения эффективной вертикали бизнеса, но и с общеэкономическими, вытекающими из сущности формы вертикальной интеграции.

К общим аспектам функционирования вертикально интегрированных нефтегазовых компаний можно отнести особенности, продиктованные структурными характеристиками исследуемых хозяйственных субъектов. Иванова В. О. называет среди них следующие:

- организационно-правовой основой вертикально-интегрированных компаний выступает открытое акционерное общество холдингового типа;
- ядро вертикально интегрированной корпорации — совокупность предприятий, являющихся последовательными стадиями одного производственного цикла и связанных между собой технологически необходимыми производственными связями;
- одним из основных естественных элементов системы являются природные ресурсы;
- в состав входят вспомогательные и обслуживающие производства, обеспечивающих развитие отраслей специализации и отчасти собственные нужды;
- управление производством и денежными потоками осуществляет материнская компания [4, с. 56].

Бушуев А. Н. подчеркивает значимость нормативного документирования структурных основ функционирования компании и называет три ключевых принципа, которые должны являться неотъемлемым элементом деятельности вертикально-интегрированных нефтегазовых компаний:

1. выделение управляющей организации, занимающейся стратегическим управлением, контролем и координацией деятельности предприятий холдинга;
2. распределение предприятий холдинга для обеспечения контроля над ними по продуктово-технологическим дивизионам, а для осуществления координации их деятельности — по технологическим процессам;
3. создание единого финансово-расчетного центра, главной задачей которого является централизованное управление финансовыми ресурсами вертикально интегрированной корпорации [3, с. 48].

Плеско М. Н. и Быков В. М., в свою очередь, называют следующие общие аспекты функционирования вертикально-интегрированных нефтегазовых компаний:

- возможность организации интенсивного информационного обмена между подразделениями, что позволяет координировать планы и графики поставок сырья, материалов, полуфабрикатов, их переработку и доставку конечной продукции потребителю;
- возможность экономии, более рационального использования площадей, мощностей, более легкого сбора информации о рынке, меньших расходов на осуществление сделок;
- гарантия продажи продукции в периоды низкого спроса;
- технологические преимущества в связи с тем, что приобретающая организация получит лучшее понимание технологии;
- возможность экономии на издержках рыночных транзакций;
- возможность существенного ускорения оборота капитала и окупаемости затрат [6, с. 52].

Специальные внутренние аспекты функционирования вертикально интегрированных корпораций относятся к определенным функциональным подсистемам — управлению человеческими ресурсами, производством, финансами и др. Эффективность организации отдельных функциональных подсистем управления во многом зависит от гибкости и мобильности управленческой системы, отсутствие которой порождает риски возникновения серьезных проблем производственного, кадрового, сбытового и иного характера.

Основная угроза снижения конкурентоспособности интегрированной структуры связана с риском изоляции ее отдельных звеньев (хозяйствующих субъектов), которые могут оказаться изолированными от конкуренции и других рыночных сил. Стоимость производства определенного вида продукции может оказаться выше рыночной из-за того, что деньги «остаются» внутри структуры. Возникновение данного риска возможно в том случае, если интегрированная структура нацелена преимущественно на внутрифирменные поставки. Тогда подразделения интегрированной структуры оказываются вынужденными покупать продукцию других предприятий, входящих в эту же структуру, которая может быть более худшей по качеству или более дорогостоящей в сравнении с продукцией, производимой сторонними конкурентами. Как отмечает Рябенко П. В., «высока величина постоянных издержек, связанных с необходимостью значительных затрат на поддержание производственных мощностей по всей вертикальной цепи, причем независимо от уровня спроса на конечную продукцию. Это делает финансовое положение компании в случае значительного сокращения спроса на их конечную продукцию особенно неустойчивым» [7, с. 42].

Dongli Zhang также подчеркивает риск снижения эффективности деятельности вертикально интегрированных

компаний, основываясь на проведенном в 2013 году эмпирическом исследовании. В частности, автором в ходе эмпирического исследования была установлена корреляционная взаимосвязь между затратами на осуществление вертикальной интеграции компаний и уровнем их операционной эффективности, демонстрирующая необходимость грамотного планирования инвестиций, поскольку они часто оказываются необоснованными (затраты на интеграцию долгое время не окупаются ее результатами) [10, с. 8]. Аналогичной точки зрения придерживаются американские ученые Alfaro L., Conconi P., Fadinger H. и Newman F., с исключением в тех случаях, когда вертикальная интеграция является ответом хозяйствующих субъектов на увеличение цен на ресурсы и сырьевые материалы, необходимые в промышленной деятельности [9].

Представленные мнения свидетельствуют о том, что функционирование вертикально интегрированных нефтегазовых компаний характеризуется сложностью в обеспечении конкурентоспособности отдельных звеньев «вертикальной цепи», необходимостью выработки целостной политики модернизации и инноватизации промышленного комплекса, внимательным учетом проблем деятельности каждого субъекта, входящего в состав структуры, на производственном уровне.

По нашему мнению, «связи» в деятельности вертикально интегрированных нефтегазовых должны являться не подсистемами, а отдельными связующими элементами. На основе проведенного анализа научной литературы, был сформирован следующий комплекс ключевых особенностей деятельности вертикально интегрированных нефтегазовых компаний, дифференцированных по функциональным подсистемам управления (см. таблицу 1).

Таблица 1

Ключевые особенности функционирования вертикально-интегрированных промышленных структур нефтегазового комплекса

Функциональные подсистемы	Особенности
Стратегическое управление	Необходимость построения стратегии управления всей структурой, ее грамотной детализации в отношении отдельных субъектов, входящих в структуру.
Бизнес-коммуникации	Необходимость построения гибкой системы внутренних бизнес-коммуникаций для эффективного взаимодействия целых субъектов структуры и отдельных сотрудников.
Инновационно-технологическая сфера	Необходимость гибкого управления инновациями, планирования модернизации используемых технологий в отдельных субъектах структуры.
Корпоративная культура	Необходимость формирования целостной корпоративной культуры, предупреждения возникновения субкультур и контркультур.
Управление человеческими ресурсами	Необходимость выработки концептуальных принципов кадрового менеджмента, соблюдению требований к персоналу, поддержке его развития в рамках всех субъектов структуры.
Управление производством	Необходимость планирования вертикальной цепи производственных процессов как четко слаженного механизма промышленной деятельности корпорации.
Управление финансами	Необходимость структурированного финансового планирования, обеспечивающего интересы всех субъектов, входящих в структуру; оценке финансовых рисков и инвестиционной привлекательности проектов отдельных субъектов структуры.

Управление рисками	Необходимость построения комплексных систем управления рисками коммерческого, промышленного, инновационного и др. характера, охватывающих все субъекты, входящие в структуру.
Управление маркетингом	Необходимость выработки общих принципов взаимодействия с потребителями, ценовой политики, каналов реализации готовой продукции.
Управление материальными ресурсами	Необходимость грамотного планирования модернизации и (или) замещения материальных ресурсов, используемых в деятельности субъектов.
Управление логистикой	Необходимость планирования мобильных логистических процессов, соответствующих иерархическим связям в вертикально-интегрированной структуре, использования специальных подходов к управлению логистикой.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что ключевые внутренние аспекты функционирования ВИНК наблюдаются в: инновационно-технологической среде (частичная или полная инноватизация производства структуры); управлении материальными ресурсами (снабжение ресурсами отдельных субъектов структуры); управлении производством (планировании производственных процессов во всей «вертикальной цепи»); бизнес-коммуникациях (необходимости построения эффективной системы бизнес-коммуникаций для эффективного взаимодействия всех субъектов ВИНК); управлении человеческими ресурсами (централизации управления и выработки единых принципов кадрового менеджмента); корпоративной культуре (построение общей корпоративной культуры, предупреждение ее распада на субкультуры); управлении маркетингом (выработка единых подходов к взаимодействию с потребителями); управлении логистикой (построение последовательных логистических процессов); управлении финансами, рисками и общей стратегией развития вертикально интегрированной промышленной структуры.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что вертикальная интеграция является

закономерным и наиболее оптимальным вариантом развития деятельности российских нефтегазовых корпораций. ВИНК обладают большим комплексом конкурентных преимуществ, они способны осуществлять глобальные инвестиции и модернизировать технико-технологическую базу разведки и добычи, реализовывать межрегиональный сбыт нефте- и газопродуктов, эффективно взаимодействовать с органами государственной власти для отстаивания корпоративных интересов. Ключевые особенности функционирования ВИНК распространяются на внешнюю и внутреннюю среду. Внешняя среда включает в себя условия экономической конкуренции и соответствующие тенденции развития нефтегазового комплекса, а также политического влияния государственных акторов на деятельность ВИНК, что имеет как благоприятные, так и негативные последствия. Внутренняя среда функционирования ВИНК специфична главным образом в части построения системы функциональных подсистем, затрагивающих все сферы деятельности, от производственной до сбытовой. Основная проблема внутренней среды функционирования ВИНК заключается в необходимости обеспечения гибкости и мобильности управленческой системы, от чего в конечном итоге зависит конкурентоспособность ВИНК и потенциал ее развития.

Литература:

1. О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 29 апреля 2008 года № 57-ФЗ // Российская Газета. 2008. URL: <http://www.rg.ru/2008/05/07/investicii-fz-dok.html> (дата обращения: 27.05.2016).
2. О Правительственной комиссии по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 6 июля 2008 г. № 510 // Система ГАРАНТ. 2014. URL: <http://base.garant.ru/12161298/#ixzz2xS7AkaJn> (дата обращения: 15.05.2016).
3. Бушуев, А. Н. Принципы построения менеджмента качества вертикально интегрированной промышленной корпорации // Информационная безопасность регионов. 2014. № 2. с. 48.
4. Иванова, В. О. Особенности менеджмента вертикально-интегрированной компании // Российское предпринимательство. 2011. № 11. с. 56.
5. Маханьков, Е. С. Новейшие факторы формирования глобальных стратегий вертикально интегрированных нефтяных компаний // Сибирский экономический вестник. 2016. № 2. С. 14.
6. Плеско, М. Н., Быков В. М. Оптимизация управленческих решений в вертикально-интегрированных компаниях // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2012. № 10. с. 52–56.

7. Рябенко, П. В. Проблемы взаимодействия дочерних предприятий в вертикально-интегрированной структуре // Вестник Российского государственного университета им. Г. В. Плеханова. 2012. № 3. с. 42.
8. Швед, А. И. Государственное администрирование нефтегазового бизнеса: политические особенности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. 2014. № 6. с. 200.
9. Alfaro, L., Conconi P., Fadinger H., Newman F. Do Prices Determine Vertical Integration? // NBER Working Paper, 2012. Vol. 19. P. 31–32.
10. Zhang, D. The Revival of Vertical Integration: Strategic Choice and Performance Influences // Journal of Management and Strategy. 2013. Vol. 4, № . 1. P. 8.

8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Изучение мирового опыта слияний и поглощений на фармацевтическом рынке

Гончарова Александра Евгеньевна, студент
Волгоградский государственный технический университет

Процессы слияний и поглощений компаний, которые происходят в экономике, способны изменять структуру рынка, влиять на процесс ценообразования на рынке. Анализ процессов слияний и поглощений на мировом фармацевтическом рынке актуален именно потому, что фармацевтический рынок является социально значимым. В данной статье рассмотрены крупнейшие сделки по слияниям и поглощениям на мировом фармацевтическом рынке в период с 2000–2015 гг.

Ключевые слова: слияния и поглощения, фармацевтический рынок, инновационные препараты, синергетический эффект.

Сферой обращения изделий медицинского назначения и лекарственных средств, является фармацевтический рынок. Фармацевтический рынок представляет собой отрегулированный механизм распределения изделий медицинского назначения и лекарственных препаратов от производителя к потребителю посредством использования розничных и оптовых поставщиков [5], [8]. Аптечные учреждения выступают в качестве розничных поставщиков, дистрибьюторы выступают в качестве оптовых поставщиков [21], [22]. Процесс оказания медицинской помощи населению представляет собой необходимость обеспечения лекарственными средствами, что является главной составляющей данного процесса. Жизненным приоритетом определяется активное развитие фармацевтического рынка [9], так как с самого начала своего существования человечество нуждается в постоянном употреблении лекарственных средств и изделий медицинского назначения, для поддержания своего здоровья на необходимом для полноценной жизни уровне.

Необходимым условием для защиты здоровья и жизни является нужда конечного потребителя в снабжении лекарственными средствами [18]. Преимущественные возможности для получения большего дохода и повышения уровня своего благосостояния, имеет тот человек, у которого хорошее здоровье. С необходимостью потребителя быть здоровым, что выражается в удовлетворении потребности лекарственных средств, прямо связана перспектива развития фармацевтического рынка. На основе механизма рыночной конкуренции фармацевтический рынок как формирующаяся экономическая система взаимодействия его основных субъектов производства и потребления удовлетворяет потребности населения, а именно обеспечивает социально значимой продукцией в поддержании своего здоровья.

Фармацевтический рынок входит в категорию социально-значимых рынков [13], так как с низкой эластичностью спроса сочетается высокая социальная приоритетность рынка фармацевтической продукции [10]. На мировом фармацевтическом рынке процессы слияний и поглощений влекут за собой необходимость увеличения разработки и вывода на рынок новых препаратов и экономии средств от объединения исследовательских усилий.

Получать доступ к дополнительным кредитным линиям, повышать капитализацию позволяют масштабные сделки по слияниям и поглощениям. Например, в 2000 году слияние «Glaxo Wellcome» и «Smith Kline Beecham» дало возможность сократить свыше 7200 торговых представителей компании во всём мире, уменьшив ежегодные расходы на маркетинг более чем на 300 млн. долларов США. При этом, приносимая прибыль предприятию одним сотрудником, повысилась на 10–20% эффективность работы торговых отделов.

Целью получить доступ к новым разработкам американского производителя стало приобретение концерном «Pfizer» компании «Pharmacia». Объединить пересекающиеся разработки «Hoechst Marion Roussel» и «Rhone-Poulenc Rorer», стало главной причиной образования «Aventis».

В первом полугодии 2014 года фармацевтическая отрасль была самой активной по сделкам M&A, на ее долю пришлось 18% всех сделок (по стоимости). Даже без слияния AstraZeneca и Pfizer сумма сделок фармацевтических компаний выросла более чем в три раза, достигнув \$317,4 млрд. Крупнейшей сделкой 2015 года, безусловно, считается соглашение между «Pfizer» и «Allergan». Это слияние назвали крупнейшим в фармацевтической отрасли и третьим по величине в истории M&A. Сумма сделки оценивалась примерно в 160 миллиардов долларов. Завершение этой сделки планируется на вторую поло-

Таблица 1

Слияния и поглощения на мировом фармацевтическом рынке в 2000–2015 годах

Год	Компания-покупатель	Объект покупки	Стоимость сделки, млрд. долларов США
2000	Glaxo	SmithKline	74
	Pfizer	Warner-Lamberts	88
2003	Pfizer	Pharmacia	61
2004	Sanofi	Aventis	66
2007	Astra-Zeneca	Medimmune	15,6
	Schering-Plough	Organon	11
	MerckKgaA	Serono	10,6
2008	Novartis	Alcon	10,4
2009	Roche	Genentech	46,8
	Pfizer	Wyeth	68
	Merck&Co	Schering-Plough	41
2012	«Bristol-Myers Squibb Co». «AstraZeneca Plc».	«Amylin Pharmaceuticals Inc».	7
	«Gilead Sciences Inc».	«Pharmasset Inc».	11,2
2014	«Actavis»	«Allergan»	66
2015	Pfizer	Allergan	160
	Teva	Allergan generics business	41

вину 2016 г. Однако это не все приобретения компании «Pfizer» в 2015 г. Другой значимой для компании сделкой стало приобретение портфеля активов другой американской компании — «Hospira». Сумма сделки составляет 17 млрд. долл. Эта сделка позволит «Pfizer» расширить продуктовый портфель за счет инъекционных генериков, в том числе предназначенных для лечения онкопатологии и экстренной помощи, а также биосимиляров. Кроме того, в 2015 г. компания «Pfizer» приобрела контрольный пакет акций частной компании «Redvax GmbH», что позволит ей получить доступ к потенциальной вакцине против вируса герпеса. Одним из наиболее крупных приобретений, о которых было объявлено в 2015 г., считается также покупка компанией «Teva Pharmaceutical» бизнеса генериков компании «Allergan» за 40,5 млрд. дол. Закрытие сделки планируется произвести в I кв. 2016 г. Ожидается, что в 2016 г. активность фармацевтических и биотехнологических компаний в M&A-сфере продолжится. Компании будут заключать соглашения с целью приобретения ключевых блокбастеров, перспективных новинок и увеличения охвата фармацевтических рынков различных стран.

Проверенный механизм фармацевтических компаний, который обеспечивает увеличение бизнеса, доступ к новым регионам сбыта — это сделки слияния и поглощения. Слияния и поглощения на фармацевтическом рынке могут быть вертикальными (объединение поставщика и потребителя) и горизонтальными (объединение двух конкурирующих компаний). Примером горизон-

тальных слияний является приобретение крупными аптечными сетями более мелких аптечных сетей в регионах. Также выделяются конгломератные слияния и поглощения — это объединение компаний, у которых практически не связаны сферы деятельности. Ранее M&A сделки были характерны прежде всего для развитых стран. Но, динамичный рост фармацевтической промышленности на развивающихся рынках, а именно в Китае, России и Индии привел к значительному росту поглощений со стороны компаний «Большой Фармы», которые всегда нуждаются в новых технологиях и разработках.

Таким образом, в результате изучения мирового опыта слияний и поглощений на фармацевтическом рынке, автором статьи было установлено, существует несколько причин, которые побуждают компании поглощать другие или объединяться с ними. К ним относят синергетические эффекты (это ситуации, в которых «эффективность совместного использования активов нескольких компаний выше суммарной эффективности их использования по отдельности, а капитализированная стоимость образовавшейся в результате слияния компании превосходит сумму стоимостей компаний, участвовавших в слиянии»). В основном выделяются на мировом фармацевтическом рынке процессы слияний и поглощений, такие как: процесс слияния с конкурирующей компанией, процесс поглощения конкурирующей компании, расширение, выпускаемого ассортимента за счет открытия новых направлений деятельности.

Литература:

1. Бельских, И.Е. Особенности регулирования цен на фармацевтическом рынке / И.Е. Бельских, С.В. Кулагина // Международный бухгалтерский учет. — 2011. — № 14. — с. 37–45.

2. Бельских, И. Е. Реклама лекарственных препаратов в фармацевтическом маркетинге / И. Е. Бельских, С. В. Кулагина // Маркетинг в России и за рубежом. — 2010. — № 4. — с. 74–80.
3. Бельских, И. Е. Особенности российского фармацевтического рынка / И. Е. Бельских, С. В. Кулагина // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2010. — Т. 10. — № 13 (73). — с. 56–66.
4. Гранкина, С. Ю. Использование контроллинга в системе управления организацией // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2010. — № 1 (33). — с. 192–198.
5. Евстратов, А. В. Основные направления деятельности субъектов фармацевтического рынка Российской Федерации / А. В. Евстратов, В. С. Игнатьева // Экономика: теория и практика. — 2016. — № 1 (41). — с. 35–40.
6. Евстратов, А. В. Основные направления процесса импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации / А. В. Евстратов, Г. А. Рябова // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2016. — № 1 (135). — с. 49–54.
7. Евстратов, А. В. Исследование процессов слияний и поглощений компаний на мировом фармацевтическом рынке / А. В. Евстратов // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2016. — № 3 (137). — с. 32–37.
8. Евстратов, А. В. Процесс импортозамещения на фармацевтическом рынке РФ: возможности и перспектива / А. В. Евстратов, Г. А. Рябова // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2016. — № 1 (180). — с. 64–69.
9. Евстратов, А. В. Структурные параметры развития фармацевтического рынка Российской Федерации: закономерности формирования и основные тенденции / А. В. Евстратов // Экономика: теория и практика. — 2014. — № 4 (36). — с. 39–46.
10. Евстратов, А. В. Основные субъекты фармацевтического рынка Российской Федерации и их роль в повышении эффективности его функционирования / А. В. Евстратов, В. С. Игнатьева // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2015. — № 9 (131). — с. 94–99.
11. Евстратов, А. В. Региональная специфика формирования фармацевтических кластеров в современной России / А. В. Евстратов // Известия Волгоградского государственного технического университета. — Волгоград, 2011. Т. 11. № 4 (77). — с. 210–215.
12. Евстратов, А. В. Структурные параметры фармацевтического рынка Российской Федерации в 2001–2014 годах: закономерности формирования и тенденции развития / А. В. Евстратов // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2015. — № 3 (158). — с. 31–43.
13. Евстратов, А. В. Слияния и поглощения компаний на мировом фармацевтическом рынке / А. В. Евстратов // Известия Волгоградского государственного технического университета. — Волгоград, 2010. Т. 10. № 13. — с. 135–138.
14. Измайлов, А. М. Особенности конкуренции и проблемы отечественного фармацевтического рынка / А. М. Измайлов // Актуальные вопросы экономических наук. — 2012. — № 25–2. — с. 233–237.
15. Измайлов, А. М. Модель управления конкурентоспособностью фармацевтического предприятия / А. М. Измайлов // Российский академический журнал. — 2014. — Т. 27. — № 1. — с. 36–39.
16. Косякова, И. В. Интернационализация мировой экономики и реализация концепции устойчивого развития / И. В. Косякова // Проблемы экономики. — 2007. — № 1. — с. 146–152.
17. Косякова, И. В. Исследование современных принципов и тенденций развития менеджмента / И. В. Косякова, Г. И. Яковлев // Вестник Самарского государственного университета. — 2014. — № 6 (117). — с. 48–55.
18. Кунев, С. В. Формирование инвестиционной привлекательности фармацевтического производителя на основе инструментов маркетинга: системный подход / С. В. Кунев, Л. В. Кунева // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1–1. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17205>.
19. Кунев, С. В. Продвижение фармацевтической продукции: проблемы современных моделей и инструментов / С. В. Кунев, Л. В. Кунева, Е. Н. Мальченков // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 6. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16283>.
20. Кунев, С. В. Проблемы и пути развития российской фармацевтической отрасли в условиях внешнеэкономических ограничений / С. В. Кунев, Л. В. Кунева // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 6. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15317>.
21. Матвеева, О. П. Управление ассортиментом товаров аптечных организаций: теоретический аспект / О. П. Матвеева, С. Ю. Шлячкова // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. — 2007. — № 2. — с. 68–81.
22. Матвеева, О. П. Управление ассортиментом товаров аптечной организации: маркетинговый аспект: монография / О. П. Матвеева, С. Ю. Шлячкова. — Белгород: Кооперативное образование. — 2007. — 211 с.

23. Папанова, С. Ю. Определение ключевых аспектов эффективного менеджмента аптечной организации в условиях серьезных преобразований российского фармацевтического рынка / С. Ю. Папанова // Белгородский экономический вестник. — 2015. — № 1 (77). — с. 79–86.
24. Пушкарев, О. Н. Оптимизация структуры аптечной сети / О. Н. Пушкарев, А. В. Евстратов // Вестник экономики, права и социологии. — 2016. — № 1. — с. 62–66.
25. Тюренок, И. Н. Товаропроводящая система волгоградского фармацевтического рынка / И. Н. Тюренок, А. В. Евстратов // Новая Аптека. — 2003. — № 5. — с. 18.
26. Чебыкина, М. В. Конкурентная стратегия: этапы разработки, принципы формирования / М. В. Чебыкина // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: гуманитарные науки. — 2013. — № 9–10. — с. 78–79.
27. Чебыкина, М. В. Анализ современной модели конкуренции / М. В. Чебыкина // Известия высших учебных заведений. — 2013. — № 2 (16). — с. 90–94.
28. Шлячкова, С. Ю. Маркетинговые аспекты управления ассортиментом товаров аптечных организаций/ автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Белгородский университет потребительской кооперации. — Белгород. — 2007.

Dutch Disease: the Case of Russia

Letnikava Anastasiya, student of MA in International Economics
Berlin School of Economics and Law (Germany)

The present paper aims to discover whether Russia is suffering from Dutch Disease. It reviews the theoretical background of this phenomenon and its negative effects on the country's economy. The paper presents the evidences and signs of Dutch Disease in Russia and analyzes the possible recommendations towards reducing the adverse effects on the economy.

Key words: Dutch Disease, resource wealth, real exchange rate.

In spite of the wealth and opportunities brought by the significant endowments of natural resources for the country, this does not necessarily result in country's good economic performance. This phenomenon, named the "resource curse", describes the situation when resource-rich countries show slower economic growth than certain resource-poor countries.

The first point to be mentioned is that natural resource wealth differs from other kinds of wealth. Firstly, except for extraction of natural resources, this type of wealth is not produced and, therefore, it is an independent process which takes place without a lot of linkages to other industries and political processes. Secondly, most natural resources are nonrenewable, therefore, extracting and exporting them should be regarded as depletion of wealth rather than a source of income [4, p. 4]. Among factors contributing to the resource curse are the unequal expertise between governments and international companies while contracts value negotiation; the high volatility of the received income; the problems with government spending of the increased tax revenues as well as corruption and weakened institutions [4, p. 12].

Dutch Disease, among other described above factors, is one of the source of the "resource curse". The phenomenon of Dutch Disease suggests that the increased natural resources export revenues result in the decrease in manufacturing sector. The classic model of Dutch disease was presented by

Corden and Neary in 1982. In the study they examine the situation of a boom in natural resource (or energy) sector in the economy. The study suggests that the economy has non-tradable and tradable sectors, whereas the tradable sector is divided into two sub-sectors: extractive (energy) sector and manufacturing sector [2, p. 425]. When the extractive sector is booming, it puts under pressure the manufacturing sector of the economy, resulting in "de-industrialization".

As a result of the energy sector boom two negative effects may occur, namely "resource movement effect" and "spending effect" [2, p. 427]. The first effect, the resource movement effect, is the transfer of mobile resources from tradable manufacturing and non-tradable sectors into the energy sector. Increased output and, therefore, increased demand for labour in energy sector result in the increase in marginal product of mobile factors and, as a consequence, make the resource flow from two other sectors into the energy sector. The second effect, the spending effect, might have major impact if the first effect is restricted due to a limited number of labour resources involved in energy sector. Because of higher income in energy sector, the spending is increased either by employees and owners of the energy sector or by government spending via increased tax revenues. The increased demand results in price increase of non-traded goods compared to not changeable price of tradable goods (which price is set internationally). This situation brings real

appreciation of domestic currency [2, p. 427; 3, p. 5]. Moreover the costs of production in other sectors of the economy increase because of the risen resource price on the domestic market. Therefore, the described above effects undermines the competitiveness of the domestic manufacturing sector to make it difficult to export and compete with import. As a result of these effects, the economic environment gives the priority to energy sector and non-tradable sector at the expense of export sectors [4, p. 5].

These shifts may have other adverse effects via a number of channels. Readjustment of capital and retraining of workers put additional costs on the economy. Moreover, the shift towards the energy sector can result in the rise of inequality as the income in this sector is less equally distributed than in manufacturing or agricultural sectors [4, p. 6].

Bjornland, H.C. and Thorsrud, L.A. (2014) point out a limitation of the traditional Dutch Disease hypothesis. That is the assumption that the productivity is exogenous. However, countries with natural resource endowments may have significant productivity spillovers to other economic sectors. For example, sophisticated technology used in energy sector can have positive knowledge or learning-by-doing spillovers to the rest of the economy [1, p. 6]. The positive examples of high growth rate in Norway and Australia prove the importance of the possible spillover effects.

To sum up the theoretical background, the boom in the natural resource sector in the economy results in a structural shift in the economy. These shifts can have a number of adverse effects which make it difficult for other sectors to recover when the energy sector slows down. The boom in the resource sector leads to real exchange appreciation, factor relocation and “de-industrialization” through the resource movement effect and spending effect. The excessive dependence on exports of one good (natural resources) can lead to decrease of country’s welfare in the long-run.

Russia in the modern world is one of the world’s main producers of natural resources. The increased share of oil and gas exports in the country’s output rises concerns over the presence of Dutch Disease in Russia. The paper describes the number of evidences that prove the presence of Dutch Disease in the economy.

Russia’s economy transformation from planned to market economy was characterized by deep economic crisis and volatility. With the collapse of the Soviet Union the single industrial economic complex was broken and Russia’s economy lost part of the industrial sector. However, the situation changed in the 2000s. During this period the primary driving force of country’s economic development became the extraction and export of natural resources. According to figure 1 the crude oil production in Russia has been on the rise ever since 2000s.

It can be observed from the figure 2 that the crude oil production growth rate is positively correlated with the county’s real GDP growth rate. Increased oil prices around 2000s increased the productivity in this sector and fueled the production growth rate.

At the same time, according to the figure 2, the economy is highly dependent on such an external factor as volatile natural resources prices. For instance, the collapse of prices in 2009 resulted in the sharp decline and deep recession for the Russian economy. The recovery of oil price notwithstanding, the growth rate haven’t recovered to the previous level yet. Such a dependence on natural resource prices makes it difficult to show good economic performance when the oil prices are low. Moreover, the government spending depends highly on natural resources tax revenues which can result in decreased spending when oil prices are low.

The figure 3 shows the increasing dependency of Russian economy on natural resources. It can be observed that the share of manufacturing sector in country’s merchan-

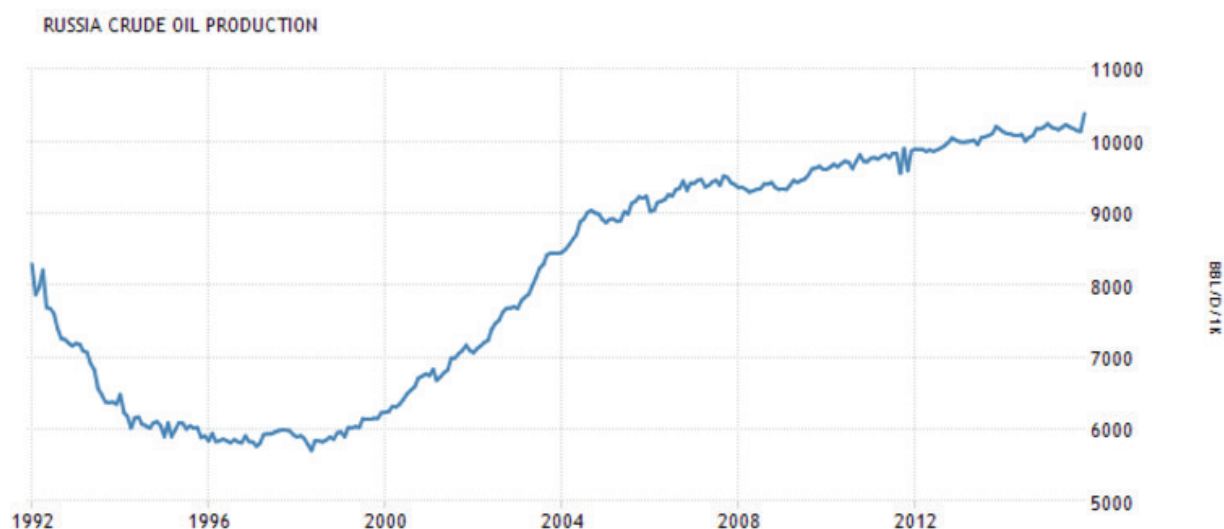


Figure 1: Russia crude oil production
Source: U.S. energy information administration (2016)

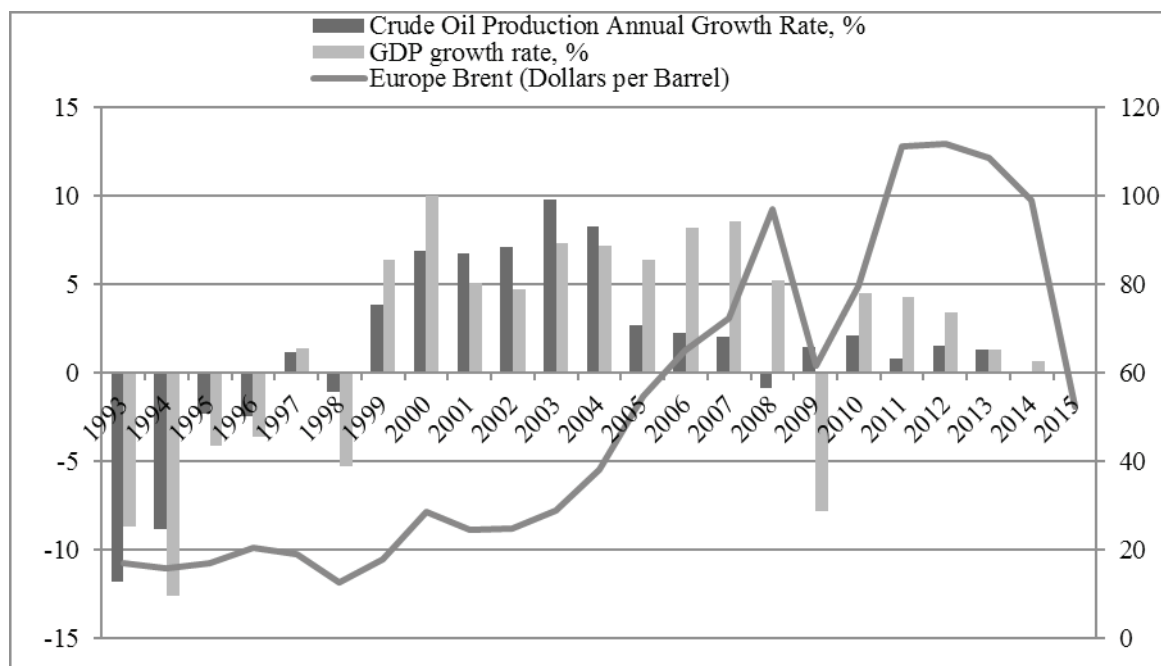


Figure 2: Russia crude oil production growth rate and GDP growth rate (left axis) and Europe Brent (right axis)

Source: U.S. energy information administration (2016), World Bank database (2016)

dise exports has been declining whereas the share of fuel exports has been growing since 1998. The fuel exports sector increased from 29% in 1998 to 71% in 2013. The share of manufacturing exports shrunk from 28% in 1998 to 16,5% in 2013. Notable that the highest share of manufactures exports in 1998 corresponds to the lowest share of fuel exports.

Thus, from economic structure it is clear that Russian economy relies highly on the natural resource sector which constitutes a significant part of the country's real GDP. As

a consequence, the country is highly vulnerable to external shocks such as the volatile oil prices.

According to the Dutch disease hypothesis, the increased inflow of foreign currency into the country results in the appreciation of the local currency. These developments apply to the Russian case. From the figure 4 it can be observed that there is positive correlation between the real exchange rate of Russian ruble and the oil price. According to Mironov and Petronevich, the econometric study shows that a rise in ex-

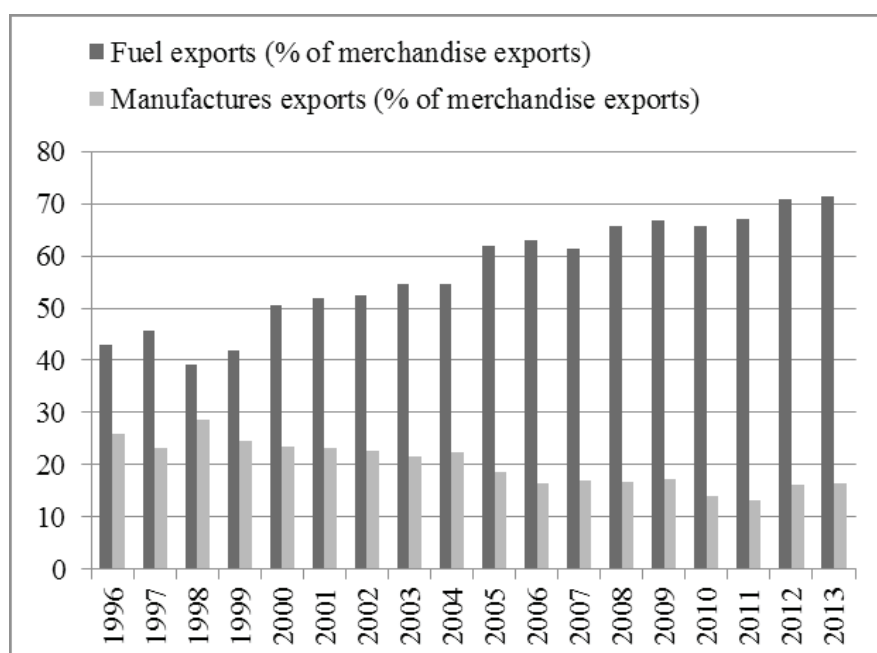


Figure 3: Russia's fuel and manufacture exports as a percent of merchandise exports

Source: World Bank database (2016)

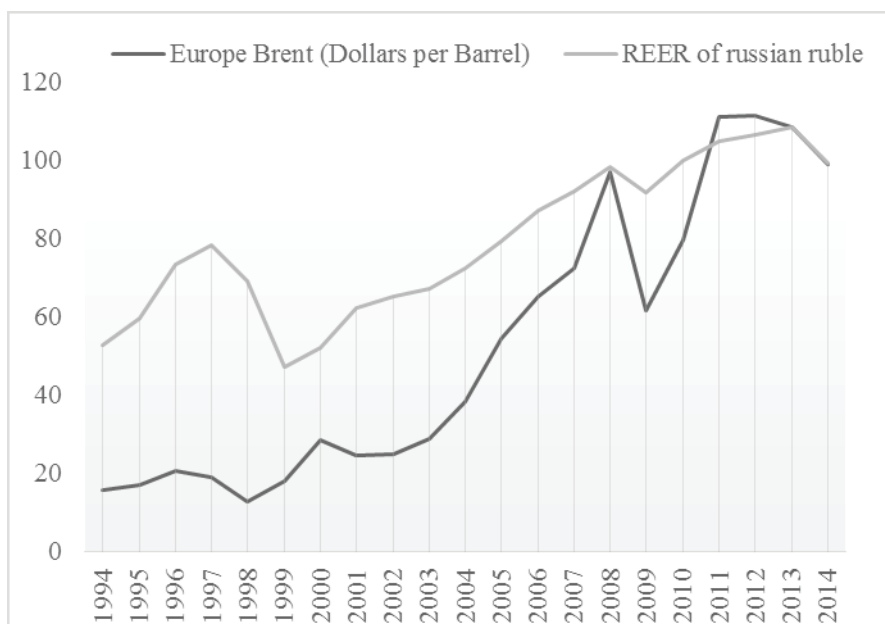


Figure 4: Russia's real exchange rate and the oil price dynamics

Source: U.S. energy information administration (2016), World Bank database (2016)

port revenues by 1% results in appreciation of the real effective exchange rate by 0.2%. Thus, the real exchange rate presents a channel through which natural resource prices affect economic structure [7, p. 33].

The government budget of Russia relies highly on the tax revenues from natural resource sector. The figure 5 illustrates that tax revenues from gas and oil sector account for almost a half of the federal budget, reaching the peak in 2014 as of 51% of the budget. The decrease in oil price in 2015 resulted in a decrease in the share of gas and oil revenues to 43% and the decline of the whole value of federal budget. That proves the dependence of Russian government budget on the volatile natural resource prices. This, in turn, may undermine the government's financial support for the

long-term projects when the budget shrinks due to decreased resource prices. Thus, it can become hard to implement the country's industrial policy.

Recommendations

The current growth model based on the high dependence on natural resources can have severe consequences for the economy, especially when the nonrenewable resources dry up. Therefore, it is essential to develop and implement an effective industrial policy. Given the findings of the presence of Dutch Disease in Russian economy presented in the previous section, the country is unlikely to catch up with developed countries and may become a resource exporting

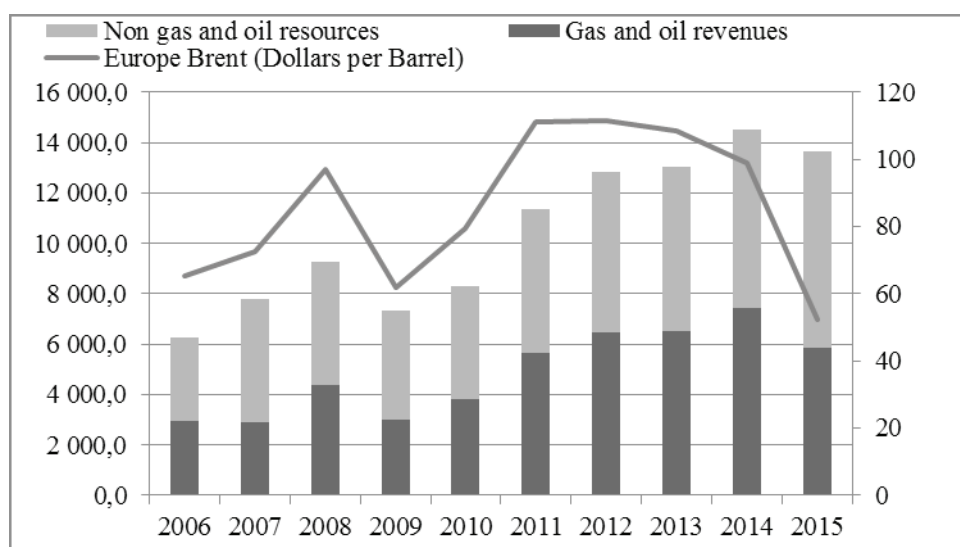


Figure 5: Russia's federal budget composition, billions of rubles

Source: Ministry of finance of the Russian Federation (2016), U.S. energy information administration (2016)

economy. That stresses the necessity of providing effective industrial policy.

To minimize the negative effects of Dutch Disease the two options can be applied: either the constraining the real exchange rate appreciation (or even sometimes depreciation) or increasing the competitiveness of the affected non-natural resource sectors via increased productivity. As the improvement in sector's competitiveness takes time, this could serve as the long-term goal, while in the short-run the depreciation of the currency can be the way out.

As a way of slowing the real exchange rate appreciation can serve sterilization of natural resource sector revenues that reduces the spending effect. This means that the country does not bring all the revenue into the country at once, instead the government saves revenue abroad in funds and controls the necessary inflow in the economy. These funds can provide stable revenue inflow and pass the wealth to future generations. Such a fund was founded in 2004 in Russia — the Stabilization Fund of the Russian Federation. Another way to constrain the appreciation is the increased savings that reduce additional capital inflows. This can be achieved by reduced taxes but can only be done with the budget surplus.

To increase the competitiveness of the affected other sectors the investment could be done in infrastructure projects or education. At the same time J. Sachs points out the obstacle that the government might be inclined to spend too much money in a short time period [4, p. 17]. Another way to increase the competitiveness might be depreciation of domestic currency. However, while the overvalued exchange rate leads to lower level of growth, the undervalued exchange rate may not have positive impact on the country's growth (only under certain conditions, Marshall-Lerner condition) [5, p. 3].

Until now the industrial policy in Russia didn't have much real results. Although the declared for over ten years aim of

industrial policy was the reduction of natural resources sector and support of the processing industries, the economic reality seems to be different. Figure 6 provides evidence for that by showing the increase of extraction sector's share in gross value added, whereas the share of processing sector has a downturn trend [8, p. 16].

Only recently there has been a change in the industrial policy agenda towards development of new sectors, as well as innovation policy supporting the development of new skills and fields of knowledge [8, p. 21]. However, poor quality of institutions, dominance of existing interest groups, ineffective feedback channels serve as an impediment towards the implementation of effective industrial policy.

To sum up, the study shows a number of symptoms or evidences of Dutch Disease in Russian economy. The typical symptoms identified in Russia are the real exchange rate appreciation; reduction in manufacturing output, dependence of real GDP and government budget on oil prices.

From economic structure it is clear that Russian economy relies highly on the natural resource sector which constitutes a significant part of the country's real GDP. As a consequence, the country is highly vulnerable to external shocks such as the volatile oil prices. As described in the Dutch Disease hypothesis, there is a decline in the manufacturing sector exports as a percent of the whole merchandise sector, whereas the share of fuel exports is not only significant but also increasing. Thus the appreciated domestic currency makes the national manufacturing sector less competitive. Moreover, the federal budget relies heavily on the revenues from natural resource sector, thus, public spending is vulnerable to the volatile resource prices.

The current growth model based on the high dependence on natural resources can have severe consequences for the economy, especially when the nonrenewable resources dry up. Therefore, it is essential to develop and implement an effective industrial policy. Given the fact that implementa-

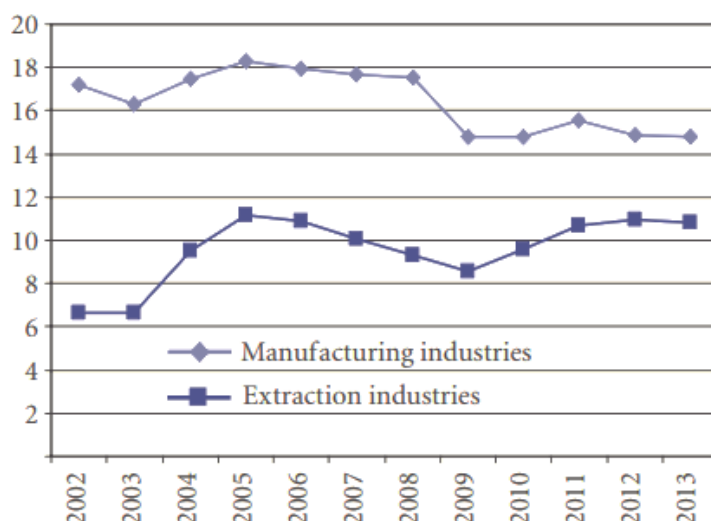


Figure 6: Share of extraction and processing sectors in gross value added (%)

Source: Simachev Y., Kuzyk M., Kuznetsov B., Pogrebnyak E. (2014): 16

tion of industrial policy will take time, the second way to reduce the Dutch Disease effects might be depreciation of the ruble. This will (under certain circumstances) increase the price competitiveness of domestic non-energy sectors.

References:

1. Bjornland, H.C. and Thorsrud, L.A. (2014): "Boom or gloom? Examining the Dutch disease in two-speed economies", Working Paper 12/2014, Norges bank
2. Corden, W.M. and Neary, J.P. (1982): "Booming sector and De-industrialization in a Small Open Economy", The Economic Journal, Vol. 92, No. 368, pp. 825–848
3. Covi, G. (2013): "A case study of an advanced Dutch disease: The Russian oil", IMEF Ca Foscari University of Venice, MPRA Paper No. 46670, online at <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/46670/>
4. Humphreys M., Sachs J., and Stiglitz J. (2007): "Escaping the Resource Curse", New York, Columbia University Press
5. Magud, M. and Sosa, S. (2013): "When and why to worry about real exchange", Journal of International Commerce, Economics and Policy, Vol. 4, No. 2 (2013)
6. Ministry of finance of the Russian Federation (2016): Federal budget, online at <http://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/index.php>
7. Mironov, V.V., Petronevich, A.V. (2015): Discovering the signs of Dutch disease in Russia, Bank of Finland, BOFIT Institute for Economies in Transition, BOFIT Online 2015 No.3.
8. Simachev Y., Kuzyk M., Kuznetsov B., Pogrebnyak E. (2014): "Russia on the Path Towards a New Technology-Industrial Policy: Exciting Prospects and Fatal Traps". ForesightRussia, vol. 8, no 4, pp. 6–23
9. U.S. energy information administration (2016): International energy outlook, online at <http://www.eia.gov/forecasts/ieo/>
10. World Bank database (2016), Indicators, online at <http://data.worldbank.org/indicator>

9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Финансово-оздоровительная стратегия предприятия в условиях экономического кризиса

Букова Анна Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Черепанова Полина Сергеевна, студент

Московский государственный университет леса

В данной статье изучается финансовый антикризисный менеджмент как часть стратегического управления предприятием. Цель работы — поиск различных вариантов финансового оздоровления организации в период экономической нестабильности. В работе рассмотрены способы оценки несостоятельности предприятия, а также подходы к выявлению проблем управления в исследуемой области. В результате предложены эффективные антикризисные методы и инструменты решения экономических проблем, объединенные в финансово-оздоровительные стратегии.

Ключевые слова: финансовое оздоровление, финансовая стратегия, антикризисное управление финансами, стратегический менеджмент

В связи с частыми столкновениями с экономической кризисной ситуацией на микроуровне, организации стали обращать внимание не только на общую текущую финансовую деятельность, но и на создание адаптированной к изменениям основы для эффективного управления финансовой деятельностью в дальнейшем.

Эксперты пришли к мнению, что самым результативным и лучшим инструментом по борьбе с финансовой несостоятельностью в кризисное время является грамотно составленная стратегия. Известно, что финансовая стратегия и ее инструменты предназначены для увеличения благосостояния собственников и максимизации рыночной стоимости компании. Грамотное управление денежными потоками и активами позволяет предприятию уверенно стоять на ногах и быть конкурентоспособным. Исходя из этого, можно сделать вывод, что роль стратегического менеджмента в управлении организацией безусловно растет.

Помимо общего стратегического менеджмента предприниматели начали осознавать необходимость дополнительного типа управления в сложные для компании дни, получившего название «антикризисный». Связь антикризисного управления и стратегии довольно просто объяснить: именно стратегия предупреждает, прогнозирует риски, а так же помогает предприятию достойно выйти из трудной ситуации с минимальными потерями.

Финансовая стратегия образуется по такому же принципу, что и общая стратегия организации. В ней отражаются позиционирование, цели функционирования, принципы взаимодействия объектов и субъектов, способы приспособления к изменениям. Однако имеет смысл вы-

делять дополнительные факторы, которые влияют на результативность и эффективность стратегии [6]:

Первое, на что необходимо обратить внимание, — срок формирования стратегии. Этот этап помогает определить цели и оценить степень проработки финансовых планов.

Второе — определение главной цели, которая будет согласована с общей стратегией предприятия. Главная цель достигается при условии, если предприятие имеет необходимый объем финансовых ресурсов, а так же оптимальную платежеспособность и ликвидность. Для того, чтобы стратегия была более эффективной, необходимо проводить декомпозицию главной цели — расчленять ее на составляющие (подцели): прибыль, величину и рентабельность собственного капитала, структуру активов, финансовые риски.

Третье — каждая цель должна быть четко сформулирована и выражена в конкретных абсолютных и относительных показателях.

Финансовая стратегия является генеральным планом действий по работе с денежными средствами. Любая подобная стратегия должна содержать в себе [1]:

1. Анализ и оценку финансово-экономического состояния компании;
2. Формирование учетной и налоговой политики;
3. Управление основным капиталом и амортизационную политику;
4. Управление оборотными активами и кредиторской задолженностью;
5. Управление заемными средствами;
6. Управление настоящими издержками, сбытом и прибылью;
7. Дивидендную и инвестиционную политику;

8. Оценку достижений компании и ее рыночной стоимости.

Для того, чтобы создать и запустить в действие финансовую антикризисную программу, важно определить действующее экономическое состояние предприятия. На практике организация находится на одной из трех экономических стадий:

1. Стабильная фаза — предусматривает профилактические меры по выявлению финансовых угроз.

2. Неустойчивая фаза — включает антикризисное регулирование: принимаются первые меры по стабили-

зации, улучшению финансовой ситуации и предотвращению углубления проблемы.

3. Кризисная фаза — на данном этапе необходим комплекс мер, направленных на уменьшение ущерба и поддержание жизнедеятельности организации.

Бесспорно, невозможно определить экономическое состояние предприятия на текущее время без использования специальных схем оценки предприятия. Перечислим и охарактеризуем следующие методы финансово-экономического анализа [3, 51]:

Таблица 1

Методы оценки финансового состояния организации

Методы	Виды оценок
Анализ финансового состояния	Оценка платежеспособности и кредитоспособности Оценка ликвидности Оценка финансовой устойчивости
Анализ финансовых результатов	Анализ уровня изменения показателей прибыли, рентабельности и деловой активности
Анализ потока денежных средств	Анализ потока денежных средств Оценка достаточности денежных средств для настоящей и будущей деятельности
Анализ инвестиционной деятельности	Оценка эффективности инвестиционных проектов

Капанадзе Г.Д. в своей работе предлагает следующие методы оценки финансовой устойчивости [2]:

1. Метод оценки чистых активов;

2. Коэффициентный метод, который включает расчет и анализ динамики коэффициентов структуры капитала и покрытия обязательств;

3. Метод оценки обеспеченности собственными оборотными средствами, где рассматривается соотношение запасов и источников их финансирования, а также используется расчет трехкомпонентного показателя $S (\Phi_n)$ для определения типа финансовой устойчивости;

4. Анализ и оценку динамики структуры активов с позиции создания предпосылок для обеспечения финансовой устойчивости.

При этом ключевой составляющей оценки предприятия является стоимость, при этом понятие «стоимость» рассматривается как стоимость в использовании (потребительская) и стоимость в обмене (рыночная). Стоимостная оценка может быть реализована с помощью ряда основных подходов [3, 140]:

1. Сравнительный подход — определение стоимости объекта через сопоставление с аналогами. Более популярными методами являются: метод рынка капиталов и метод сделок;

2. Имущественный подход — происходит через анализ активов предприятия. Методы: восстановительной стоимости, расчет стоимости замещения, расчет ликвидационной стоимости;

3. Доходный подход — определение текущей стоимости будущих доходов от объекта. Часто используемые

методы: капитализация доходов и дисконтирование денежного потока.

Широкий спектр ранее упомянутых способов оценки финансовой устойчивости позволяет находить слабые места в управлении финансами организации при экономической нестабильности. Выявленные уязвимости служат основой для создания программы по финансовому оздоровлению предприятия.

Основные цели предприятия при подготовке и реализации стратегии финансового оздоровления определяют общие методы финансового оздоровления:

1. Санация — предоставление от физических и юридических лиц средств, которые должны быть направлены для урегулирования отношений с кредиторами;

2. Реструктуризация бизнеса — происходит через продажу, сдачу в аренду неиспользуемых средств предприятия и т.д.

3. Ликвидация предприятия и уход с рынка

Финансовое оздоровление предприятия в целом представляет собой комплекс процедур, предназначенный неплатежеспособному предприятию для восстановления платежеспособности и покрытия долговых обязательств. Приведем некоторые из процедур [5, 86]:

1. Назначение арбитражным судом руководителя организации со стороны;

2. Выставление конкурс для инвестирования;

3. Привлечение займов под гарантии;

4. Тростовое управление предприятием-должником;

5. Реструктуризация предприятия;

6. Изменение профиля производства;

7. Закрытие нерентабельных производств;
8. Взыскание задолженности;
9. Продажа, выставление на аукцион части имущества, полного предприятия должника и т.д.

Говоря об использовании отдельного и единственного инструмента или процедуры для достижения цели разработанной стратегии, невозможно утверждать, что

программа оздоровления будет эффективной. Для продуктивной борьбы с финансовой неустойчивостью, как правило, предприятия используют блоки инструментов, которые создают целые стратегии. Более структурировано система инструментов представлена в исследовании Д.И. Ряховского и Н.Г. Акуловой [5, 87], что позволяет в таблице 2 сформулировать антикризисных стратегии.

Таблица 2

Стратегии финансового оздоровления предприятия

Цель стратегии	Содержание инструментов
Стратегия концентрации финансовых ресурсов для технологического и организационного обновления производства	
Увеличение объема финансово-инвестиционных ресурсов	Обновление основных средств через лизинга; Покупка основных средств, бывших в употреблении; Приобретение имущества; привлечение сторонних инвесторов; Получение кредита для приобретения основных, оборотных средств; Реорганизация в виде слияния; Франчайзинг интеллектуального капитала
Повышение эффективности использования ресурсов	Продажа, передача в аренду, неиспользуемых основных средств (реструктуризация); Переоценка основных средств из-за изменения рыночной стоимости; Внедрение управленческого учета и внутреннего контроля для усиления эффективности использования основных средств; Продажа труднореализуемой продукции со скидкой; Продажа неиспользуемых запасов; Продажа дебиторской задолженности
Стратегия оптимизации структуры источников финансирования	
Прирост собственного капитала	Оптимизация ценовой, налоговой политики; Сокращение постоянных и переменных затрат; Дополнительная эмиссия акций; Целевое финансирование; Финансирования под уступку прав требования; Реорганизация предприятия
Сокращение оттока собственного капитала	Ослабление инвестиционной активности предприятия; Разработка дивидендной политики; Отказ от программ, финансируемых за счет прибыли; Формальное преобразование краткосрочного кредита в долгосрочный; Упрощение организационной структуры
Стратегия повышения платежеспособности и ликвидности предприятия	
Рост положительного денежного потока	Ликвидация портфеля краткосрочных финансовых вложений; Оптимизация кредитной политики; Снижение страховых запасов; Продажа труднореализуемых запасов со скидкой; Реализация высоколиквидной части долгосрочных вложений; Налоговый и бюджетный кредит; Создание непрофильных услуг — обучение, консалтинг и т.д.
Снижение объема отрицательного денежного потока	Продление срока краткосрочных кредитов; Преобразование краткосрочных финансовых кредитов в долгосрочные; Увеличение срока товарного кредита; Отсрочка расчетов кредиторской задолженности; Обмен требований кредиторов на акции в уставном капитале и др.

Стратегия оптимизации финансовых результатов деятельности предприятия	
Рост выручки (сокращение затрат) предприятия	Списание неиспользования оборудования для исключения из налогооблагаемой базы; Коммерческой концессия; Выпуск облигаций; Сдача имущества в аренду; продажа излишних запасов, готовой продукции передача их для погашения долга; Увеличение выпуска высокорентабельной продукции; Применение системы скидок клиентам, Применение прогрессивных методов управления издержками: ABC-метод, TQM-метод, управление знаниями и т.д.
Ускорение оборачиваемости запасов и средств в расчетах	Перевод долга учредителю; Превращение долга в заемное обязательство; Инвестиционный, налоговый кредит; Финансирование под уступку денежного требования; Внедрение бюджетирования и др.

Таким образом, очень важно во время экономической нестабильности комплексно и своевременно реагировать на изменения, которые пагубно влияют на организацию. Финансовое оздоровление предприятия является важной составляющей антикризисного управления и носит стратегический характер. Разнообразие инструментов и методов

финансового оздоровления облегчает болезненный выход предприятия из кризисной ситуации. Необходимо помнить, что создание стратегии, планирование — задачи, которые необходимо решать до появления экономического кризиса, иначе единственное, что ждет предприятие — банкротство, ликвидация предприятия и уход с рынка.

Литература:

1. Белашев, В. Как разработать финансовую стратегию/ Белашев В. — URL: <http://fd.ru/articles/24458-kak-razrabotat-finansovuyu-strategiyu#ixzz47Vi5JKZF> (дата обращения: 07.05.2015)
2. Капаназе, Г.Д. Оценка финансовой устойчивости: методы и проблемы их применения / Капаназе Г.Д. // Российское предпринимательство. — 2013. — № 4 (226). — с. 52–58. — URL: <https://creativeconomy.ru/articles/28124/> (дата обращения: 01.05.2015)
3. Кован, С.Е. Теория антикризисного управления предприятием: учебное пособие/ Кован С.Е. — М.: КНОРУС, 2009. — 160 с.
4. Покрытан, П.А. Теория антикризисного управления: учебно-практическое пособие / Покрытан П.А. — М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2007. — 325 с.
5. Ряховский, Д.И. Современные инструменты реализации антикризисных стратегий предприятий/ Ряховский Д.И., Акулова Н.Г. // Проблемы современной экономики. — 2014. — № 1 (49). — с. 85–91. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-instrumenty-realizatsii-antikrizisnyh-strategiy-predpriyatij> (дата обращения: 15.05.2015)
6. Финансовая стратегия. — URL: http://alfaseminar.ru/finansovaya_strategiya (дата обращения: 15.05.2015)

Паевые инвестиционные фонды как институты коллективного инвестирования в Российской Федерации

Глебов Александр Алексеевич, аспирант

Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»

В 2014–2015 гг. в банковском секторе наблюдается интересная тенденция в изменении продуктовых линеек банковских и финансовых групп в сторону повышения интереса своих клиентов к инвестиционным продуктам. В свою очередь клиенты банков все охотнее становятся инвесторами, в том числе и коллективными. Так, с на-

чала 2010 года объем привлеченных средств во все типы ПИФов вырос на 71 %, что в абсолютном выражении составляет 143,76 млрд. руб.

Паевые инвестиционные фонды — форма коллективного инвестирования, наиболее популярный в мире способ получения доходов от инвестирования. Средства

инвесторов передаются в управление управляющей компании (УК), которая и занимается инвестированием в интересах пайщиков (инвесторов).

Инвестиционный пай является бездокументарной именной ценной бумагой, которая удостоверяет право ее владельца на долю в имуществе паевого фонда. Соответ-

ственно пай можно купить, продать, обменять, заложить, передавать по наследству. Инвесторы получают доход от прироста стоимости пая, которая переоценивается в зависимости от динамики ценных бумаг, из которых состоит инвестиционный портфель ПИФа.

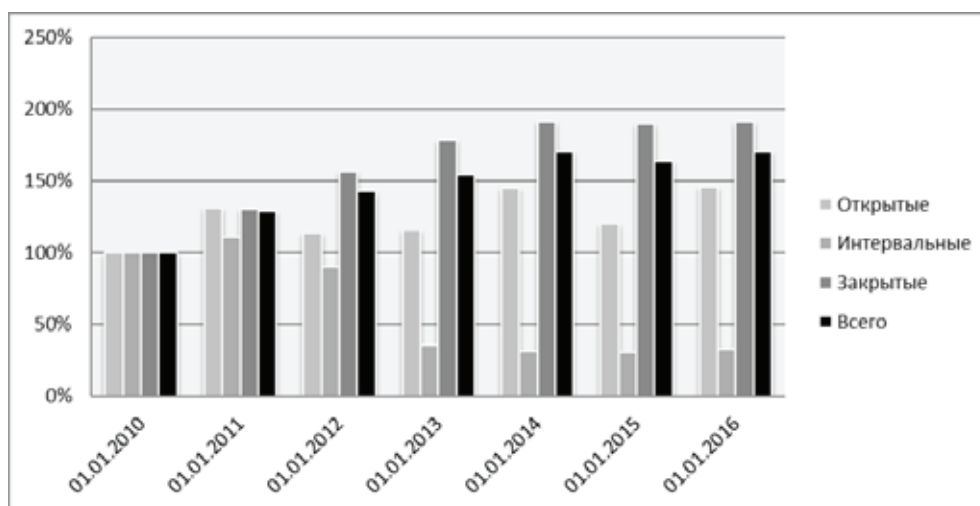


Рис. 1. Динамика роста стоимости чистых активов паевых фондов [4]

Существует три типа ПИФов. Как известно, каждый из них отличается тем, что создается для решения конкретных задач, и достижению поставленных целей. Например, закрытый тип фонда ПИФ как правило создают с целью аккумуляции денежных средств для масштабных проектов, таких как строительство, либо частных, либо в рамках государственно-частного партнерства.

В свою очередь открытые ПИФов отличаются повышенной ликвидностью пая по сравнению с остальными

типами. Возможно, именно поэтому в условиях кризиса интерес со стороны инвесторов прикован именно к данному типу фондов, и в значительно меньшей степени интерес для фондов интервального характера. За 2015 г. в ПИФы было инвестировано свыше 23,92 млрд. руб. В тоже время с началом 2016 г. интерес к инвестированию не угас, и за два месяца нового года (январь и февраль) совокупно было привлечено более 3,3 млрд. руб.

Рассмотрим основные отличительные особенности ПИФов в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика основных способов инвестирования в России

Характеристика	Депозит в банке	Самостоятельное инвестирование	ИДУ	ПИФ
Доход	Минимальный	Зависит от личной квалификации инвестора	Зависит от личной квалификации управляющего	Средний
Риск	Минимальный	Зависит от личной квалификации	Зависит от личной квалификации	Средний
Квалификация инвестора	Не требуется	Профессиональная	Общие представления	Общие представления
Налогообложение	Сумма начисленных % по рублевым вкладам, превышающая ставку рефинансирования (ключевую ставку) + 5 %, облагается для резидентов 30 %	Доход от ценных бумаг за вычетом расходов на их приобретение — 13 % (для резидентов)		

Ликвидность	Высокая	Зависит от объекта и сумм инвестирования	Зависит от объекта и сумм инвестирования	Высокая, для открытых фондов
Расходы	Минимальные	Комиссия брокеру, бирже + плата за терминал	Комиссия брокеру, бирже + вознаграждение управляющего (25%)	Надбавки + скидки + вознаграждение УК, депозитарию, регистратору, аудитору (суммарно в пределах 7–10%)

Приведенные особенности позволяют сделать вывод о возможных причинах, по которым ПИФы пользуются популярностью у широкого круга клиентов финансовых учреждений. Еще одним фактором, который стоит упомянуть это то, что в самих финансовых группах наблюдается изменение продуктовой политики в пользу акцентирования на инвестиционных продуктах для своих клиентов.

Одной из возможных причин этого может являться повышенная доходность для финансовых учреждений в привлечении денежных средств таким способом. Как известно, существуют несколько вариантов привлечения денежных средств в банк. Наиболее традиционным из них является депозит, или вклад. На привлеченные средства таким образом банк обязан производить отчисления в Агентство страхования вкладов. При этом, согласно ч. 10 ст. 36 Федерального закона от 23.12.2003 № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» и п.12 Порядка уплаты страховых взносов, возможны дифференцированные коэффициенты при расчете суммы отчисления. Существуют три варианта, а именно 0.10%, 0.12% и 0.25% от средней хронологической сумм остатков на счетах по учету вкладов за расчетный период.

Рассмотрим такую гипотетическую ситуацию. В коммерческом банке на 01.01.2016 гг. остатки подлежащих страхованию денежных средств физических лиц, размещенных во вклады составляли 100 млн. руб. При этом менеджмент банка принял решение за 1 квартал увеличить на 40% данный показатель баланса. Благодаря грамотной продуктовой политики, агрессивной маркетинговой политики, а так же профессионализму сотрудников банка стало возможно каждый день удерживать положительное сальдо по вкладам в размере 500 т. руб. Таким образом, поставленная задача была выполнена и на 01.04.2016 остатки составляли 145,5 млн. руб. Произведем расчет суммы отчислений в АСВ в соответствии с ФЗ от 23.12.2003 № 177 из расчета базовой ставки (0.10%). Получим, что сумма страхового взноса в фонд обязательного страхования вкладов за расчетный период составит 122,75 млн. руб. Сюда можно прибавить так же процент, под который были привлечены данные средства. Согласно информации ЦБ максимальная процентная ставка (по вкладам в российских рублях) десяти кредитных организаций, при-

влекающих наибольший объем депозитов физических лиц на 01.01.2016 (на момент привлечения) составляет 10%.

В классической модели коммерческого банка привлеченные средства посредством вклада направляются на кредитование, в том числе и на межбанковский кредит. Как правило, МКБ на срок overnight составляют 3–5% годовых. Без условно при приведенном выше примере, так называемых «дорогих денег» финансовой группе необходимо будет сформировать продуктовую линейку таким образом, чтобы она не только перекрывала данные затраты, но и приносила прибыль.

В текущей экономической ситуации банкам становится не выгодно, а зачастую и нерентабельно заниматься кредитованием в целом. Так, в РФ на 01.01.2016 общая задолженность населения по кредитам (в том числе и просроченная) составляет 10634035 млн. рублей. В расчете на каждого жителя страны получим задолженность перед банками 72500 рублей приблизительно. Для примера, в Ростовской области по данным Росстата аналогичные показатели составляют 266258 млн. рублей и 62860 рублей приблизительно. При среднемесячной зарплатой наемных работников в Ростовской области в 22,23 т. руб [3]. Данная финансовая нагрузка является негативным фактором, значительно тормозящим развитие рынка кредитования.

При вложении аналогичной суммы в ПИФ финансовая группа, а именно такая модель бизнеса преимущественно сформировалась на рынке, когда банк привлекает денежные средства, а УК занимается их инвестированием, получает сильное конкурентное преимущество за счет того, что имеет возможность дополнительно вливать денежные средства в фонд. Подсчитайте сами, деятельность УК связана с определенными затратами, а доход — это вознаграждение (комиссия за управление активами). Как правило это 2–3%. Исходя из этого можно отметить, что для рентабельности УК должна иметь стоимость чистых активов под своим управлением не менее предполагаемых затрат, с учетом указанной доходности. Чаше всего, точка безубыточности наступает при СЧА в 100 млн. руб. [2].

Возвращаясь к нашей гипотетической ситуации, получаем, что менеджменту банка следует нарастить инвестиционную часть активов финансовой группы, благодаря чему будут снижены затраты и риски для банка.

Таким образом, отметим что однозначно определить значение данной тенденции для экономики и банковского сектора в частности трудно. Так, с одной стороны аккумулируются свободные денежные средства, которые воз-

можно пустить на развитие экономики. В тоже время, данные средства не способствуют развитию торговли, т.к. не выполняют свою основную функцию — покупательную.

Литература:

1. ФЗ 177 от 23.12.2003 «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации»
2. Эрдман, Г. В. Как обыграть рынок, инвестируя в ПИФы М.: НТ Пресс, 2005. — 96с. стр 67
3. Электронная газета Коммерсант. Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2967652>
4. Электронный сайт Банка России. Режим доступа: <http://www.cbr.ru>.

Реализация субъектами малого и среднего предпринимательства преимущественного права на выкуп арендуемого имущества: спорить или не спорить?

Горохова Татьяна Григорьевна, магистрант
Вятский государственный университет

04 июля 2008 года Государственной Думой Российской Федерации был принят Федеральный закон № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее — Закон № 159-ФЗ), предоставивший субъектам малого и среднего предпринимательства, арендующим в течение определенного срока муниципальное или государственное имущество, и соответствующим установленным законом требованиям, преимущественное право выкупа без проведения процедуры торгов, соответственно, муниципального или государственного имущества [3].

Надо сказать, что указанным преимущественным правом арендаторы имущества активно пользуются, в большей части благодаря предоставленной Законом № 159-ФЗ возможности выкупать арендуемое имущество в рассрочку, с условием о начислении процентов в размере 1/3 ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации.

Так, сама процедура выкупа, как правило, выглядит следующим образом:

1) арендатор, относящийся к категории субъектов малого и среднего предпринимательства [2], который по состоянию на 1 июля 2015 года арендует в течение 2 и более

лет муниципальное или государственное недвижимое имущество, не включенное в утвержденный перечень имущества, предназначенного для передачи во владение и (или) в пользование субъектам малого и среднего предпринимательства¹, и у которого отсутствует задолженность по арендной плате за такое имущество, неустойкам (штрафам, пеням), направляет в уполномоченный орган заявление о реализации преимущественного права на приобретение арендуемого имущества²;

2) уполномоченный орган рассматривает поступившее заявление и принимает решение об отказе в реализации преимущественного права выкупа арендуемого имущества либо о соответствии субъекта малого и среднего предпринимательства установленным требованиям;

3) в случае несогласия с отказом в реализации преимущественного права выкупа арендуемого имущества субъект малого и среднего предпринимательства вправе его оспорить в установленном законом порядке;

4) при принятии положительного решения ч.3 ст. 9 Закона № 159-ФЗ установлены сроки совершения юридически значимых действий, направленных на реализацию субъектом малого и среднего предпринимательства преимущественного права на выкуп арендуемого имущества, а именно:

а) двухмесячный срок на заключение договора на проведение оценки рыночной стоимости арендуемого имущества;

¹ В случае, если арендуемое имущество включено в вышеуказанный перечень, такое имущество по состоянию на 1 июля 2015 года должно находиться в аренде у субъекта малого и среднего предпринимательства непрерывно в течение 3 и более лет, а само имущество должно быть включено в перечень в течение пяти и более лет до дня подачи заявления о реализации преимущественного права выкупа.

² Законом № 159-ФЗ предоставлена возможность самому уполномоченному органу направлять субъектам малого и среднего предпринимательства, соответствующим установленным требованиям, предложения о заключении договора купли-продажи арендуемого имущества (при условии, что оно не включено в перечень имущества, предназначенного для передачи во владение и (или) в пользование субъектам малого и среднего предпринимательства).

б) двухнедельный срок на принятие решения об условиях приватизации арендуемого имущества с даты принятия отчета о его оценке;

в) десятидневный срок на направление заявителю проекта договора купли-продажи арендуемого имущества с даты принятия решения об условиях приватизации арендуемого имущества.

5) в случае согласия субъекта малого и среднего предпринимательства на заключение договора на предложенных условиях договор заключается в тридцатидневный срок со дня получения проекта договора купли-продажи;

6) в случае несогласия с предложенной ценой арендуемого имущества за субъектом малого и среднего предпринимательства сохраняется право оспаривать рыночную стоимость выкупаемого имущества в установленном порядке, при этом на время оспаривания стоимости имущества тридцатидневный срок на заключение договора купли-продажи подлежит приостановлению.

Таким образом, Законом № 159-ФЗ субъектам малого и среднего предпринимательства, не согласным с ценой выкупаемого имущества, предоставлено право оспаривать достоверность величины его рыночной стоимости. При этом тридцатидневный срок на заключение договора купли-продажи арендуемого имущества приостанавливается до дня вступления в законную силу решения суда.

Законы рынка очевидны: продавец хочет продать товар подороже, а покупатель — приобрести его подешевле. В связи с этим вполне очевидны причины, по которым арендаторы государственного и муниципального имущества оспаривают в судебном порядке рыночную стоимость выкупаемого имущества. Однако всегда ли экономически обоснованно с точки зрения произведенных затрат и полученных результатов оспаривать достоверность величины рыночной стоимости арендуемого имущества — это другой вопрос.

Для ответа на этот вопрос обратимся к п. 1) ч. 3 ст. 9 Закона № 159-ФЗ, в соответствии с которым уполномоченные органы обязаны обеспечить заключение договора на проведение оценки рыночной стоимости арендуемого имущества в порядке, установленном Федеральным законом «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» [6]. В свою очередь, выбор уполномоченным органом оценочной организации производится в соответствии с положениями Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [7], т.е. посредством строго регламентированной процедуры торгов, с тем чтобы исключить возможность влияния уполномоченного органа на процесс принятия оценочной организацией решения относительно рыночной стоимости выкупаемого имущества.

После проведения оценки рыночной стоимости арендуемого имущества уполномоченный орган принимает решение об условиях его приватизации, затем направляет в адрес субъекта малого и среднего предпринимательства проект договора купли-продажи арендуемого имущества.

Законом № 159-ФЗ арендатору предоставлен тридцатидневный срок на принятие решения о заключении договора купли-продажи выкупаемого имущества на предложенных условиях. Если рыночная стоимость имущества кажется арендатору завышенной, он вправе провести свою оценку рыночной стоимости выкупаемого имущества и принять решение об оспаривании достоверности величины его рыночной стоимости в судебном порядке.

Как правило, свое несогласие с рыночной стоимостью арендуемого имущества субъекты малого и среднего предпринимательства выражают посредством направления в тридцатидневный срок подписанного договора купли-продажи имущества с протоколом разногласий и приложением своего заключения об оценке рыночной стоимости выкупаемого имущества. Получив от уполномоченного органа письмо об отклонении представленного протокола разногласий, арендаторы обращаются в суд за защитой своих прав и законных интересов [5].

Анализ судебной практики по указанной категории дел показывает, что в рамках рассмотрения дела судом назначается независимая оценка рыночной стоимости выкупаемого имущества, определенная по ее результатам цена и служит основанием для принятия решения в пользу той или иной стороны в споре. Как правило, арбитражные суды принимают решения об удовлетворении исковых требований арендаторов и обязывают уполномоченные органы заключить с арендаторами договор купли-продажи по цене, заложенной в основу их требований, в том числе уточненных в процессе рассмотрения дела судом [4].

Однако следует помнить, что в соответствии с ч. 1 ст. 180 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации решение арбитражного суда первой инстанции вступает в законную силу по истечении месячного срока со дня его принятия, если не подана апелляционная жалоба. В случае подачи апелляционной жалобы решение, если оно не отменено и не изменено, вступает в законную силу со дня принятия постановления арбитражного суда апелляционной инстанции [1].

В связи с этим, договор купли-продажи муниципального имущества не будет заключен с субъектом малого и среднего предпринимательства до момента вступления судебного акта в законную силу. Особое внимание следует обратить на то обстоятельство, что до дня заключения договора купли-продажи арендатор обязан уплачивать арендные платежи и исполнять иные обязанности, предусмотренные договором аренды. Учитывая длительные сроки обжалования решений судов и рассмотрение их судом апелляционной инстанции, и принимая во внимание специфику указанных споров, процедура заключения договора купли-продажи выкупаемого имущества может быть растянута во времени.

Здесь возникает логичный вопрос: покрывает ли выигранная разница в рыночной стоимости выкупаемого имущества сумму всех произведенных арендатором затрат: проведение своей оценки рыночной стоимости, оплата представительских расходов, внесение арендной платы

и иных платежей на время оспаривания достоверности величины рыночной стоимости арендуемого имущества. Безусловно, если цена, по которой уполномоченный орган предлагал арендатору заключить договор, значительно превышает цену имущества, по которой суд обязал уполномоченный орган заключить договор купли-продажи, все расходы и издержки оправданны с экономической точки зрения и можно сделать вывод о целесообразности оспаривания рыночной стоимости выкупаемого имущества. Однако зачастую разница в указанных ценах составляет 10–30%, в связи с чем арендаторы приходят к выводу

об отсутствии экономической выгоды от оспаривания достоверности величины рыночной стоимости арендуемого имущества в судебном порядке.

На основании изложенного, принимая решение об оспаривании рыночной стоимости выкупаемого в порядке реализации норм Закона № 159-ФЗ имущества, субъектам малого и среднего предпринимательства следует провести серьезные экономические расчеты, тщательно изучить конъюнктуру рынка недвижимости, с тем чтобы избежать впоследствии необоснованных и неразумных трат.

Литература:

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 29.07.2002, № 30, ст. 3012.
2. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 30.07.2007, № 31, ст. 4006.
3. Федеральный закон от 22.07.2008 № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 28.07.2008, № 30 (ч. 1), ст. 3615.
4. Кирсанов, А. Р. Приватизация государственного и муниципального имущества на основании судебных актов // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2015. № 4. с. 56–61.
5. Стрельцова, А. Выкупная стоимость недвижимости, находящейся в государственной или муниципальной собственности // Жилищное право. 2015. № 12. с. 49–56.
6. Федеральный закон от 29.07.1998 N 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 03.08.1998, № 31, ст. 3813.
7. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // Собрание законодательства РФ, 08.04.2013, № 14, ст. 1652.

Оспаривание субъектами малого и среднего предпринимательства рыночной стоимости выкупаемого объекта недвижимости: тенденции развития

Горохова Татьяна Григорьевна, магистрант
Вятский государственный университет

29.06.2015 в Федеральный закон от 22.07.2008 № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее — Закон № 159-ФЗ) были внесены изменения, в соответствии с которыми до 1 июля 2018 года продлен срок, когда субъекты малого и среднего предпринимательства могут выкупить без проведения торгов арендуемое недвижимое имущество, ранее действие Закона № 159-ФЗ ограничивалось сроком 1 июля 2015 года [5]. Указанные изменения вступили в силу с 01 июля 2015 года.

Следует отметить, что в целом реализация преимущественного права выкупа субъектами малого и среднего

предпринимательства арендуемого имущества во многом зависит от экономической ситуации в стране и доходов арендаторов [8].

Без изменения остались положения Закона № 159-ФЗ, согласно которым обязанность проводить оценку рыночной стоимости выкупаемого арендаторами имущества возложена на уполномоченный орган.

Между тем, в случае несогласия с ценой выкупаемого имущества, предлагаемой уполномоченным органом, в соответствии с ч. 4.1. ст. 4 Закона № 159-ФЗ субъект малого и среднего предпринимательства вправе ее оспорить в судебном порядке [4].

Если арбитражным судом требования такого арендатора будут удовлетворены, на уполномоченный орган может быть возложена обязанность возместить судебные расходы, понесенные другой стороной при рассмотрении

дела (оплата представительских расходов, госпошлины, экспертизы и т.д.).

Получается, что уполномоченный орган несет двойные расходы: во-первых, расходы на проведение первоначальной оценки рыночной стоимости выкупаемого имущества на основании поступившего заявления арендатора и во-вторых, расходы на проведение судебной экспертизы для определения рыночной стоимости выкупаемого объекта недвижимости, а также судебные издержки, понесенные арендатором в виде госпошлины, оплаты представительских расходов и др.

А если принять во внимание, что зачастую разница в цене, по которой уполномоченный орган предлагал арендатору заключить договор купли-продажи, не превышает цену имущества, по которой суд обязал уполномоченный орган заключить договор купли-продажи, более чем на 10–20%, временные и денежные затраты субъектов малого и среднего предпринимательства едва ли покрывают выигранную разницу в указанных денежных суммах.

Таким образом, в невыигрышном положении оказывается как уполномоченный орган, на который возложено бремя несения «двойных» расходов, так и субъекты малого и среднего предпринимательства, в случае отсутствия экономической выгоды от оспаривания достоверности величины рыночной стоимости арендуемого имущества в судебном порядке. А в случае рассмотрения дела судом апелляционной и кассационной инстанций размер издержек только увеличивается [7].

Следует отметить, что попытки решения данной проблемы уже предприняты. По общему правилу, в соответствии со ст. 110 АПК РФ судебные расходы, понесенные лицами, участвующими в деле, в пользу которых принят судебный акт, взыскиваются арбитражным судом со стороны [2]. Между тем, согласно п. 21 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 21.01.2016 № 1 «О некоторых вопросах применения законодательства о возмещении издержек, связанных с рассмотрением дела» положения процессуального законодательства о пропорциональном возмещении (распределении) судебных издержек не подлежат применению при разрешении: иска неимущественного характера, в том числе имеющего денежную оценку требования, направленного на защиту личных неимущественных прав; иска имущественного характера, не подлежащего оценке [6].

Таким образом, учитывая тот факт, что в большинстве случаев субъекты малого и среднего предпринимательства, оспаривая рыночную стоимость выкупаемого в рамках реализации Закона № 159-ФЗ арендуемого имущества, обращаются в суд с требованием об урегулировании разногласий при заключении договоров купли-продажи имущества, положения ст. 110 АПК РФ о пропорциональном возмещении (распределении) судебных издержек не должны подлежать применению.

Более того, решение сложившейся проблемы видится следующим образом. В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной де-

ятельности в Российской Федерации» субъектами оценочной деятельности признаются физические лица, являющиеся членами одной из саморегулируемых организаций оценщиков и застраховавшие свою ответственность в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона [3].

Так, согласно Стандарту Некоммерческого партнерства «Саморегулируемая организация ассоциации российских магистров оценки» г. Москва «Требования к отчету об оценке рыночной стоимости нежилой недвижимости» (дата введения в действие — 01.01.2008) (далее — Стандарт), одним из требований, которым необходимо руководствоваться при внесении корректировок в цены аналогов, является правило о том, чтобы суммарное значение корректировки по каждому аналогу не превышало 30%.

Кроме того, в Стандарте указано, что оценщиком производится согласование (обобщение) результатов оценки, полученных с использованием сравнительного, доходного и затратного подходов. При этом значительное расхождение результатов, полученных каждым из подходов к оценке, должно сопровождаться комментариями относительно возможных причин расхождения. В качестве ориентира существенности расхождения рекомендуется принимать 15–20%-ное отклонение показателя рыночной стоимости, полученного в рамках каждого из подходов, от средней арифметической величины между показателями рыночной стоимости каждого из подходов [9].

В соответствии с Методическими рекомендациями «Оценка имущественных активов для целей залога» (оценка недвижимого, движимого имущества, акций, долей уставного/собственного капитала для целей залога), рекомендованными к применению решением Комитета Ассоциации российских банков по оценочной деятельности (протокол от «25» ноября 2011 г.), при формировании итогового вывода о стоимости важно убедиться в том, что полученные в рамках того или иного подхода результаты оценки несущественно отличаются друг от друга. В случае если результаты, полученные в рамках каждого из подходов, различаются более чем на 30%, Оценщику следует привести аргументированное обоснование данного отклонения [10].

Таким образом, 20–30%-ное отклонение показателя рыночной стоимости недвижимого имущества в оценочной деятельности является ориентиром существенности расхождения.

Кроме того, в соответствии с п. 4) ч.2 ст. 40 НК РФ налоговые органы при осуществлении контроля за полнотой исчисления налогов вправе проверять правильность применения цен по сделкам лишь при отклонении более чем на 20 процентов в сторону повышения или в сторону понижения от уровня цен, применяемых налогоплательщиком по идентичным (однородным) товарам (работам, услугам) в пределах непродолжительного периода времени [1].

На основании изложенного, учитывая многолетнюю практику апелляционного и кассационного обжалования

судебных решений, вынесенных арбитражными судами по результатам рассмотрения дел об оспаривании рыночной стоимости выкупаемого имущества, в целях минимизации судебных расходов уполномоченным органам рекомендуется разработать критерии нецелесообразности обжалования судебных актов, заложив в основу положение о том, что обжалование нецелесообразно, если цена, по которой уполномоченный орган предлагал

арендатору заключить договор купли-продажи, не превышает цену имущества, по которой суд обязал уполномоченный орган заключить договор купли-продажи, более чем на 20%. В свою очередь, думается, что арбитражным судам при рассмотрении дел указанной категории следует более активно принимать меры для примирения сторон, содействовать им в урегулировании спора мирным путем.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ // Собрание законодательства РФ, № 31, 03.08.1998, ст. 3824.
2. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 29.07.2002, № 30, ст. 3012.
3. Федеральный закон от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 03.08.1998, № 31, ст. 3813.
4. Федеральный закон от 22.07.2008 № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 28.07.2008, № 30 (ч. 1), ст. 3615.
5. Федеральный закон от 29.06.2015 № 158-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 06.07.2015, № 27, ст. 3949.
6. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 21.01.2016 № 1 «О некоторых вопросах применения законодательства о возмещении издержек, связанных с рассмотрением дела» // Российская газета, № 43, 01.03.2016.
7. Практика рассмотрения коммерческих споров: Анализ и комментарии постановлений Пленума и обзоров Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации / В. О. Калятин, Д. В. Мурзин, Л. А. Новоселова и др.; рук. проекта Л. А. Новоселова, М. А. Рожкова. М.: Статут, 2011. Вып. 17. — 293 с.
8. Стрельцова, А. Оценка недвижимости: споры, связанные с рыночной стоимостью недвижимости // Жилищное право. 2015. № 5. с. 79–88.
9. Официальный сайт НП «АРМО» <http://sroarmo.ru/>.
10. Официальный портал «Appraiser.RU. Вестник оценщика» <http://www.appraiser.ru/>.

Переход на МСФО (IFRS) 9: новые вызовы для кредитной организации

Селезнева Мария Михайловна, магистрант

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье проанализированы основные изменения, связанные с принятием МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты», в частности, касающиеся учета обесценения финансовых активов, а именно перехода от модели понесенных кредитных убытков к модели ожидаемых кредитных убытков. В этой связи были выделены основные проблемы, с которыми может столкнуться кредитная организация при реализации проекта по внедрению новых требований МСФО 9.

Ключевые слова: МСФО (IFRS) 9, МСФО (IAS) 39, финансовые инструменты, модель ожидаемых кредитных убытков, резервирование, обесценение

Окончательная версия стандарта МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» (МСФО 9) была опубликована Советом по Международным стандартам финансовой отчетности (IASB) в июле 2014 года. В России данный стан-

дарт введен в действие в августе 2015 года и обязателен к применению с 1 января 2018 года. Данный стандарт содержит требования к классификации и оценке финансовых инструментов, учету убытков от их обесценения, а также

учету хеджирования, которые были определены в рамках проекта по замене стандарта МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» (МСФО 39).

Изменения были необходимы, поскольку в период глобального финансового кризиса стали очевидными слабости модели учета обесценения финансовых активов на основе МСФО 39: оценочные резервы создавались с большим опозданием и в недостаточном объеме. В связи с этим основным отличием нового стандарта по учету финансовых инструментов является замена модели понесенных кредитных убытков моделью ожидаемых кредитных убытков: в соответствии с МСФО 39, кредитная организация обязана была учитывать только понесенные убытки, то есть потери признавались в момент их фактической реализации, соответственно, и все расчеты производились на основе исторических и текущих данных, при этом возможные будущие изменения состояния платежеспособности заемщика или состояния экономики в целом в расчетах не учитывались; согласно МСФО 9, кредитной организации также необходимо учитывать при расчете ожидаемых кредитных потерь исторические и текущие данные, но эта информация будет использоваться в качестве отправной точки для оценки состояния заемщика и оценки будущих экономических условий, то есть при оценке величины ожидаемых кредитных потерь организация должна будет использовать всю имеющуюся у нее в наличии совокупность информации: как исторической и текущей, так и надежной, подтверждаемой фактами информации на будущее, например, ВВП, уровень безработицы, стоимость барреля нефти и иной информации, которая может повлиять на состояние как отдельного заемщика, так и кредитного портфеля в целом. Кроме того, расширяется сфера применения требований по обесценению: стандарт требует отражения резервов под обесценение для всех требований, подверженных кредитному риску, которые не оцениваются по справедливой стоимости через прибыль или убыток.

Выделяются три этапа резервирования в зависимости от изменения уровня кредитного риска относительно даты первоначального признания [5]:

— Первый этап связан с первоначальным признанием актива, поскольку новая модель требует, чтобы признание ожидаемых кредитных убытков происходило непосредственно при первоначальном признании; на данном этапе ожидаемые кредитные убытки признаются на протяжении 12 месяцев. Это только часть ожидаемых кредитных убытков за весь срок, которые представляют собой ожидаемые кредитные потери, возникающие из-за возможных в течение 12 месяцев после отчетной даты дефолтов по финансовому активу, поскольку период ограничен.

— Далее на постоянной основе происходит оценка увеличения кредитного риска по финансовому инструменту. Если происходит существенное увеличение кредитного риска после первоначального признания, то ожидаемые кредитные убытки будут признаваться на протяжении срока инструмента. Цель стандарта как раз и заключается

в том, чтобы признавать ожидаемые кредитные убытки за весь срок для тех финансовых активов, кредитный риск по которым с момента первоначального признания существенно возрос.

— В случае если произошло одно или несколько событий, которые негативно влияют на получение будущих денежных потоков, генерируемых финансовым активом, то имеет место реальный кредитный убыток и актив является объективно обесцененным. В качестве подтверждения кредитного обесценения финансового актива представляются наблюдаемые данные.

Выделение трех стадий обусловлено не только расчетом ожидаемых потерь (на протяжении 12 месяцев для первого этапа и на протяжении срока инструмента для второго и третьего этапов), но и расчетом процентных доходов, который обусловлен наличием объективных признаков обесценения: так, при отсутствии данных признаков (первый и второй этапы) процентный доход рассчитывается на основе применения эффективной процентной ставки к общей стоимости актива, в случае наличия признаков обесценения (третий этап) эффективная процентная ставка применяется в отношении стоимости актива за вычетом резерва под обесценение.

При этом общее правило по тестированию финансового инструмента на обесценение, согласно международным стандартам финансовой отчетности, заключается в следующем: финансовый актив признается обесцененным в случае, когда ожидаемые от актива экономические выгоды ниже его балансовой стоимости [2]. На обесценение тестируются долговые финансовые активы двух категорий: которые учитываются по амортизированной стоимости или по справедливой стоимости через прочий совокупный доход.

В целом стоит отметить, что в отношении долговых финансовых инструментов для их классификации и оценки МСФО 9 предусмотрено три категории оценки [1]:

— Амортизированная стоимость (если характеристики договорных потоков представляют собой выплату основной суммы долга и процентов и бизнес-модель инструмента состоит в удержании с целью получения предусмотренных договором денежных потоков, то есть реализация актива бизнес-моделью не предусмотрена).

— Справедливая стоимость через прочий совокупный доход (если характеристики договорных денежных потоков также представляют собой выплату основной суммы долга и процентов и управление активом осуществляется на основе бизнес-модели, заключающейся в «удержании и продаже»).

— Справедливая стоимость через прибыль или убыток (является остаточной категорией).

Поскольку кредитный риск лежит в основе бизнеса банков, следует предполагать, что принятие ими новой модели, основанной на оценке ожидаемых убытков, существенным образом отразится на ключевых показателях результатов их деятельности. Также среди основных проблем можно выделить необходимость плотного взаимо-

действия при реализации новой модели между финансовым департаментом, кредитным, департаментом рисков и информационных технологий, наличие данных для осуществления прогнозирования, ограниченность внутренних ресурсов (рис. 1).

Основная проблема, выделенная кредитными организациями — интерпретация предложенной в МСФО 9 мо-

дели — по мнению автора, связана с расчетом ожидаемых кредитных потерь. Основная сложность, которая здесь возникает — это выбор метода расчета, которые будут соответствовать МСФО 9, так как кредитная организация должна выбрать его самостоятельно, поскольку стандарт конкретные методы расчета ожидаемых потерь не определяет.

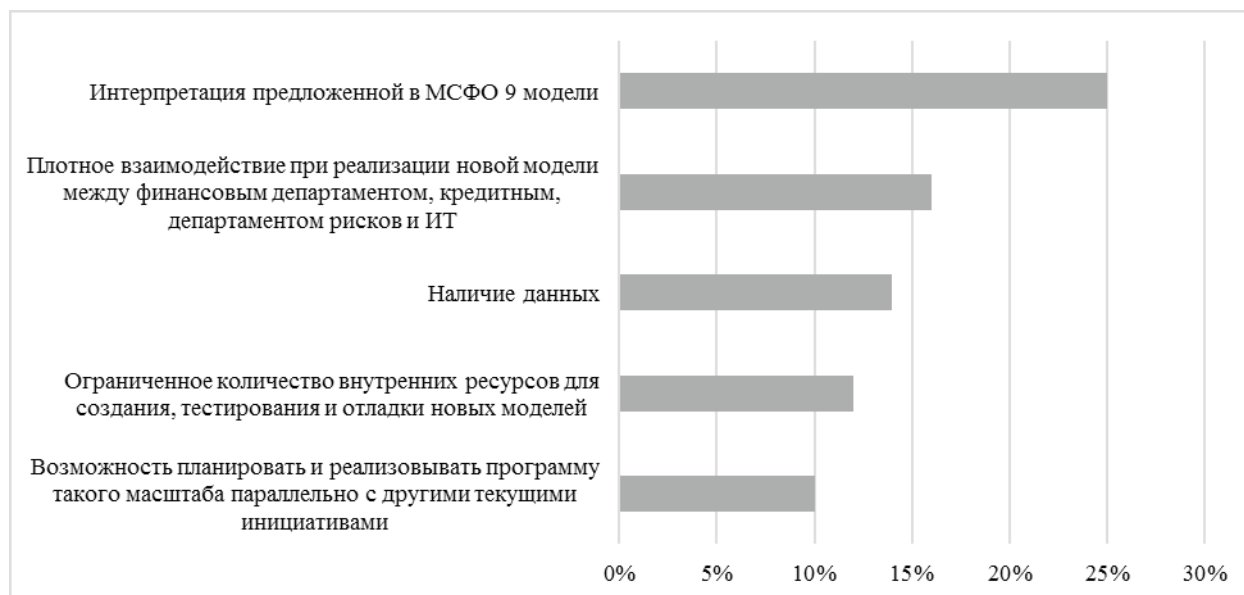


Рис. 1. Основные проблемы при реализации требований МСФО 9

Источник: составлено на основе данных Deloitte [6]

В целом, кредитные организации оценивают процедуру по переходу к модели ожидаемых кредитных убытков как достаточно затратную: размер ожидаемых бюджетов на внедрение новых правил у большинства крупнейших мировых кредитных организаций оценивается свыше 500 тысяч евро (рис. 2).

Кроме того, большинство кредитных организаций считают, что они располагают недостаточным количеством технических ресурсов для реализации проекта по вне-

дрению новых правил МСФО 9, четверть из них при этом сомневаются в том, есть ли на внешнем рынке достаточное число квалифицированных специалистов для покрытия этого дефицита [6].

Важно также отметить, что реализация новых требований окажет воздействие не только на кредитные организации, которые выступают кредиторами, но и непосредственно на самих заемщиков, поскольку переход к модели

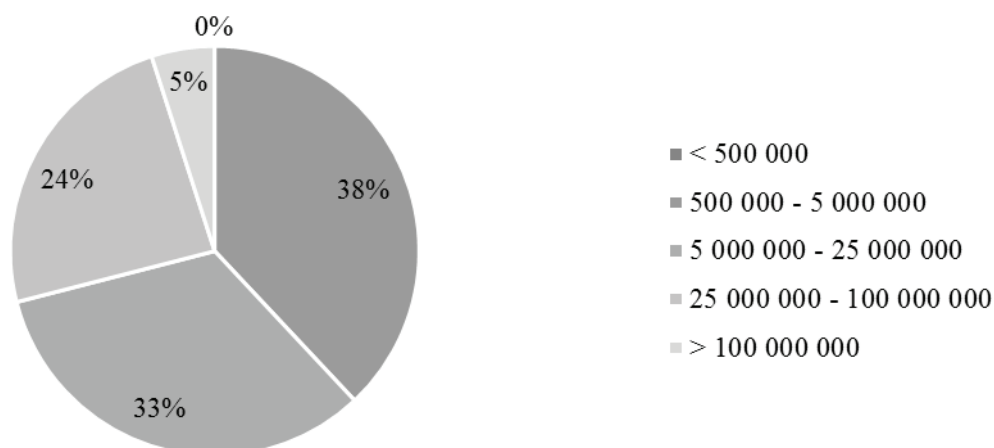


Рис. 2. Общий бюджет (включая все внутренние и внешние издержки) для реализации требований МСФО 9, в евро

Источник: составлено на основе данных Deloitte [6]

ожидаемых кредитных убытков потенциально может повлиять на ценообразование кредитных продуктов, в осо-

бенности предоставляемых корпоративным клиентам и малому и среднему бизнесу (рис. 3).



Рис. 3. Влияние перехода к модели ожидаемых кредитных убытков на ценообразование кредитных продуктов
Источник: составлено на основе данных Deloitte [6]

Подводя итог, можно сделать следующие выводы. Новый стандарт по оценке и учету финансовых инструментов МСФО 9 в значительной степени отличается от его предшественника — МСФО 39. Изменения были необходимы, поскольку мировой финансовый кризис продемонстрировал слабости модели учета обесценения финансовых активов на основе МСФО 39, которые заключались в запоздалом характере и недостаточном объеме создания оценочных резервов. В этой связи модель понесенных кредитных убытков заменяется моделью ожидаемых кредитных убытков, исходя из

которой при расчете ожидаемых кредитных потерь необходимо учитывать не только исторические и текущие данные, но и оценку будущих экономических условий, что влечет за собой определенные проблемы для кредитных организаций, такие как необходимость плотного взаимодействия при реализации новой модели между финансовым департаментом, кредитным, департаментом рисков и информационных технологий, наличие данных для осуществления прогнозирования, ограниченность внутренних ресурсов и прочие, которые и были рассмотрены в работе.

Литература:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 26.08.2015 N 133н) // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_186221/
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 36 «Обесценение активов» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193674/
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) // [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_193673/
4. Холт, Г. Новая жизнь стандарта № 9 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.accaglobal.com/russia/ru/research-and-insights/ifrs9.html>
5. Михеева, Е. МСФО (IFRS) 9. Финансовые инструменты: обесценение [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.accaglobal.com/russia/ru/research-and-insights/ifrs91.html>
6. Пятое международное исследование по вопросам применения МСФО в банках. Поиск собственного пути. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/financial-services/archive/fifth-banking-ifrs-survey.html>

Современные проблемы управления кредитными рисками

Толмачева Ирина Вильевна, кандидат экономических наук
Приднестровский государственный университет имен Т.Г. Шевченко (Молдова)

В статье рассмотрено общее понятие кредитного риска. Выявлены и проанализированы причины возникновения кредитных рисков для коммерческих банков. Акцентируется внимание на проблеме кредитоспособности предприятия, правильности формирования кредитной политики коммерческого банка. Сформулированы выводы.

Ключевые слова: кредитный риск, кредит, коммерческий банк, кредитоспособность, кредитная политика.

Постановка проблемы исследования. В условиях экономического кризиса, снижения реальных доходов населения увеличивается количество заемщиков банка, которые не могут своевременно расплатиться по своим обязательствам перед коммерческим банком. Это проблема невыполнения обязательств со стороны заемщика обозначается как реализация кредитного риска. Этот риск приносит убытки, как заемщику, так и кредитору. Возникшую ситуацию необходимо разрешать, так как эта ситуация негативно сказывается на дальнейшем экономическом развитии кредитования физических и юридических лиц. Интерес представляет изучение современных проблем управления кредитными рисками коммерческих банков.

Кредитный риск — это риск невозврата должником кредитных ресурсов коммерческому банку. Кроме того, необходимо определить, что такое риск вообще. Риск — это фактическое явление, которое несет убытки, потерю капитала или наоборот непредвиденную прибыль. Но в большинстве случаев риск несет убытки, потерю капитала и может быть приближение к банкротству.

Кредитный риск относится к одному из видов финансовых рисков, который предполагает возникновение денежных потерь в результате действия негативных факторов. [2, с.280] На наш взгляд, необходимо рассмотреть причины, ведущие к возникновению и реализации кредитных рисков. Физическое лицо, оформляя кредит в коммерческом банке, предоставляет необходимые документы, подтверждающие его личность и доходы. Работники отдела кредитования изучают и анализируют доходы с целью решения вопроса возможности выдачи кредитных ресурсов. Юридическое лицо также предоставляет ряд документов: устав предприятия, формы финансовой (бухгалтерской) отчетности, бизнес-план по использованию привлеченных средств.

Наибольшее внимание уделяется вопросам финансового состояния предприятия, непосредственно платежеспособности, финансовой устойчивости. Банк, выдавая кредитные ресурсы, должен быть уверен в возврате, не только этих ресурсов, но и получить процентные деньги. Ради именно процентных денег банк и проводит кредитные операции. В связи с распространенным процессом кредитования коммерческие банки вырабатывают кре-

дитную политику, предусматривающую оптимальность протекания этих процессов. Комплекс и системность этих действий, мер формируют процесс управления кредитованием, а значит и кредитными рисками. Для коммерческих банков одним из важнейших направлений управления является это оптимизация процесса кредитования и снижение максимально возможно кредитных рисков. Факторы, которые препятствуют оптимальному осуществлению данного управления и являются проблемами, требующие разрешения.

Кредитные риски возникают в результате каких-то событий, в случае снижения кредитоспособности клиента банка. Кредитоспособность снижается в результате ухудшения финансового состояния предприятия. Методологической основой определения кредитоспособности является использование различных методов финансового анализа, а чаще всего коэффициентного метода. [4, с.521] Коммерческий банк изначально определяет финансовое состояние, используя коэффициентный метод. Этот метод заключается в расчете определенных финансовых показателей предприятия. Коэффициентный метод включает расчет трех групп финансовых коэффициентов, таких как финансовой устойчивости, платежеспособности, рентабельности. [1, с.9] Источниками данных для реализации финансового анализа являются: бухгалтерский баланс (форма № 1), отчет о прибылях и убытках (форма № 2).

По форме № 1 бухгалтерский баланс анализируются показатели группы коэффициентов финансовой устойчивости (автономии, общей задолженности, финансового левериджа, обеспеченности собственными средствами), платежеспособности или ликвидности (текущей ликвидности, промежуточной, абсолютной ликвидности) и рентабельности (продаж, активов, имущества, хозяйственной деятельности). [3, с.550] В то же время банк не только определяет финансовое состояние клиента, но и формирует систему мониторинга за его финансовым состоянием.

Рассмотрены причины возникновения кредитного риска относительно кредитоспособности клиента. Но кроме этого также причинами реализации кредитного риска могут быть и действия работников банков и руководителей подразделения кредитования. Это может быть связано с правильностью формирования кредитной политики банка, непосредственно диверсификация кредитного

портфеля по срокам, по суммам к выдаче в зависимости от уровня доходов заемщика, от вида вложения кредитных ресурсов. Если кредиты недолгосрочные, то возможно выдача и без особого залога с учетом кредитной истории заемщика в рамках банка. Постоянный добросовестный клиент вырабатывает своим своевременным выполнением обязательств доверие со стороны банка. Кредиты более длительного характера банк должен обеспечивать механизмом защиты и недопущения кредитного риска. Такими механизмами могут быть — залог, поручительство, штраф, неустойка. В случае использования залога в кредитном договоре банк получает имущество заемщика, покрывая свои расходы по выданным кредитным ресурсам. Если в кредитном договоре действует механизм исполнения обязательств как поручительство, то в случае невозможности погашения кредитного долга перед банком погашает данную сумму третье лицо, которое взяло на себя ответственность за заемщика в случае снижения его платежеспособности. Штраф и неустойка, включенные в кредитный договор выплачивает сам заемщик. В целом видим, что банк вырабатывает различные механизмы нейтрализации кредитного риска.

В тоже время банк должен рассматривать сумму кредита и сумму доходов клиента, сумма кредита не должна превышать более 50% суммы дохода заемщика, иначе банк сам организует вероятность реализации кредитного риска. Конечно, такой подход уменьшит количество клиентов банка, но при этом вероятность реализации риска будет снижена. Если банк будет интересоваться и запрашивать документы, подтверждающие размещение кредитных ресурсов, то сможет просчитывать насколько действительно заемщик сможет получить определенную выгоду от вложения кредитных ресурсов и насколько заемщик сможет своевременно возвращать аннуитетные платежи по кредиту.

Также банк должен особое внимание уделять долгосрочным кредитам. На сегодняшний день в основном долгосрочные кредиты оформляют очень активно население под залог приобретенной недвижимости — ипотека. В данном случае банк уверен если клиент не рассчитается

по обязательствам, то банк получит залог и вернет свои потерянные ликвидные активы путем ее продажи. В такой ситуации можно отметить, что банк выработал четкий механизм снижения кредитного риска. Теряет в данной ситуации заемщик, а кредитор лишь спустя время возвращает свои денежные средства.

Как показывает мировая практика, особенно связанная с мировыми финансовыми кризисами в развитых странах, то она подтверждает реализацию кредитного риска из-за сниженного контроля и непродуманного механизма кредитования заемщиков.

Между тем банк разрабатывает механизмы исполнения обязательств со стороны заемщика, но следует также пересматривать и условия кредитования. Имеется ввиду — процентная годовая ставка по кредиту. В России эта ставка колеблется в районе 15–22%, в развитых странах 3–8%. Чем дороже кредиты, тем и выше вероятность кредитного риска. Может, следует самим банкам пересмотреть политику кредитования, направленную не только на устремление к высоким доходам, но и увеличение числа клиентов за счет более привлекательных условий. Большее количество клиентов соответственно даст больше и доходов. Стоит напомнить, что ставки кредитования банков связаны и зависят от ставки рефинансирования центрального банка государства. Если она в России на сегодняшний день составляет 11%, то и банки вынуждены увеличивать ставки.

Подводя итоги вышесказанному можно выделить основные аспекты темы исследования. Кредитный риск это один из видов финансового риска, получающий свое выражение невозвратом денежных средств заемщиком банку. Причинами такой ситуации могут быть несколько проблем управления кредитным риском, таких как: снижение кредитоспособности клиента банка, неоптимальная и нерациональная политика управления кредитным портфелем банка, отсутствие или сниженное действие механизмов исполнения обязательств заемщика, снижение контроля над финансовым состоянием заемщика

Банкам остается не только формировать оптимальную кредитную политику, но и выполнять ее содержание для достижения целей банка.

Литература:

1. Приказ Министерства экономики ПМР от 02.12.10 № 669 «Об утверждении Инструкции «По оценке финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов Приднестровской Молдавской Республики»
2. Бланк, И. А. Финансовый менеджмент: учебный курс. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2010. — 478 с.
3. Васильева, Л. С. Финансовый анализ: учебник / Л. С. Васильева, М. В. Петровская. — М.: КНОРУС, 2010. — 880 с.
4. Толмачева, И. В. Финансовые риски предприятий в современных экономических условиях. // Экономика и предпринимательство. Москва. — № 1 (ч.1), 2016. — С.519–522.

11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Проблемы кросс-культурных особенностей в международном маркетинге

Зайкина Ксения Анатольевна, магистрант

Тесленко Валерия Александровна, магистрант

Уфимский государственный авиационный технический университет

В статье рассмотрены кросс-культурные особенности различных стран при продвижении продукта на зарубежном рынке. Приведены конкретные примеры из практики компаний. Даны рекомендации по разработке концепции маркетинга.

Ключевые слова: международный маркетинг, продвижение продукта, зарубежный рынок, кросс-культурные особенности

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на сегодняшний день современная экономика не стоит на месте, за счет этого происходит усиление процесса глобализации и интеграции в мировом хозяйстве, в соответствии с этим экономики разных стран тесно взаимодействуют между собой. Меняется объем производства и потребления, а предложение становится глобальным, шаг за шагом начинает складываться глобальная потребительская культура. Вместе с этим растет поток товарных, материальных и интеллектуальных ценностей, которые переходят не только международные географические границы, но и культурные. Зачастую именно культурные границы скрывают в себе самые главные риски, так как они действуют в рамках максимальной неопределенности, которая связана с традициями, особенностями менталитета, а также духовно-нравственными основами другой национальной культуры. Таким образом, кросс-культурные различия имеют важное значение для организации, которая сотрудничает с иностранными партнерами, а также сильно воздействуют на предельную эффективность бизнеса [5].

Чтобы понять, что под собой подразумевает «международный маркетинг» нужно обратиться к определению маркетинга в целом.

Согласно Ф. Котлеру, маркетинг, это управленческий процесс, посредством которого индивиды или группы индивидов удовлетворяют свои потребности, с помощью реализации и взаимобмена товарами и потребительскими ценностями [6].

Несмотря на то, что термин «международный маркетинг» прочно вошел в лексикон российского бизнеса, официального определения в научной литературе не существует, есть различные точки зрения на определение данного термина.

По мнению Дж.Р. Эванса и Б. Бермана, международный маркетинг — это маркетинг товаров и услуг, реа-

лизуемый на международном уровне, в той стране где, находится организация [4].

В.С. Исмаилова и Э.Р. Касимова определяют сущность международного маркетинга в рассмотрении всего мира с точки зрения своего потенциального рынка [3].

Следует также отметить определение данное Герчиковой И.Н., по ее мнению, международный маркетинг, это определенный подход к принятию управленческих решений с позиции наиболее выгодного удовлетворения требований как на местном, так и на международном уровне [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что международный маркетинг, это рыночная концепция управления деятельностью компании, которая основывается на принципах разработки, производства и продвижения продуктов на международный рынок с учетом реализации интересов компании.

Особенность международного маркетинга, определяется совокупностью проблем, связанных с иностранным рынком, решить которые возможно только с помощью целого ряда тактик, методов и приемов. На наш взгляд, наиболее острыми являются проблемы кросс-культурных особенностей, так как от их своевременного решения зависит успех фирмы в той или иной стране.

Под кросс-культурными особенностями, понимают набор значимых культурных ценностей, нравственных норм и правил поведения, принятых в обществе другого государства, особенностей деловых вербальных и невербальных коммуникаций, значения, приписываемые различным символам в зависимости от той или иной национальной деловой среды, которые необходимо учитывать при ведении деловых переговоров и совместном бизнесе.

Таким образом, для успешной реализации продукта на международном рынке, в первую очередь необходимо учитывать такие культурные особенности другой страны как менталитет, правовая система, культурные ценности, традиции, обычаи, нормы поведения, особенности языка,

значение знаков, символов, а также особенности восприятия цвета.

Существует немало примеров, когда крупные компании потерпели неудачу на мировом рынке, т.к. не учли всех вышеперечисленных тонкостей на стадии разработки рекламных продуктов. Обозначим некоторые из них:

1) Культурные ценности. Основой рекламы сигарет «Marlboro» в Европе была тема свободы и независимости, что имело большой успех. В Азии же, напротив, реклама не дала ожидаемого эффекта, в связи с тем, что сцена американского запада была совершенно непонятна местным жителям, в силу различной системы ценностей (европейский индивидуализм и азиатский коллективизм).

Американская компания по производству пищевых продуктов «General Mills», провела рекламную кампанию порошка для приготовления тортов в Японии под девизом «Испечь торт так же легко, как приготовить рис», что вызвало волну негодования, так как для японца уметь правильно приготовить рис — настоящее искусство [9].

2) Традиции, обычаи и нормы поведения. Американская компания «Mattel», продавая кукол Barbie в Японии не учла одной особенности, в связи с которой продажи были очень низкими: японские девочки, в отличие от американских, принимали Барби за традиционную декоративную куклу, которая не была предназначена для переодевания.

А компания «Procter & Gamble» при показе рекламы шампуня «Wash and Go» в Польше не учла тот факт, что в данной стране большинство семей не имеют бассейна. Поэтому реклама, в которой женщина выходит из бассейна, и моет волосы в душе, не произвела нужного эффекта, так как не соответствовала потребительским требованиям данной страны [7].

3) Особенности языка. Наиболее часто встречающейся ошибкой является незнание местного языка (языков) и диалектов, в связи с чем, буквальный перевод рекламного объявления на иностранный язык не дает желаемого эффекта.

Например, знаменитая американская компания «KFC» (Kentucky Fried Chicken), открывая свой ресторан в Пекине, не учла особенностей китайского языка. В результате чего, китайцы перевели известный лозунг KFC «Так вкусно, что пальчики оближешь!» как «Мы будем откусывать ваши пальцы!»

Одна из крупнейших в мире пивоваренных компаний «Coors», выходя на испанский рынок с лозунгом «Расслабься», не предполагала, что в переводе на испанский он будет звучать как «Страдай от диареи!».

Компания «Pepsi» не оказалась исключением. Ее лозунг «Мы предлагаем вам вернуться к жизни» вызвал недоумение и панику в Китае, где его перевели как «Мы вернем ваших предков из могилы».

Таким образом, языковые различия оказывают существенное влияние на продвижение продукта на мировом рынке.

4) Различные символы и знаки имеют большое значение в маркетинге. Каждая культура по-своему интерпретирует тот или иной символ, приписывая ему особое

значение. Ошибки в распознавании этих значений могут привести к серьезным проблемам.

Так, один и тот же цвет может иметь разное значение в той или иной культуре. Например, относительно нейтральный белый цвет европейцы ассоциируют с чистотой и торжественностью, в то время как для жителей Японии, Китая и Индии — это цвет траура и смерти [4].

5) Правовая система. Не стоит забывать про различия в законодательстве в области рекламы той или иной страны. Так, например, в Германии запрещена реклама лекарственных средств, выдаваемых по рецептам врача, а также сравнительная реклама. В Саудовской Аравии не допускается показ рекламы с участием женщин. В Ираке запрещена реклама импортных товаров. Во Франции существует запрет на рекламу крепких спиртных напитков. В Бельгии существует запрет на детскую рекламу. А реклама табачных изделий запрещена в таких странах как: Германия, Бельгия, Великобритания, Франция [8].

Таким образом, каждая культура по-своему уникальна, с точки зрения менталитета, норм поведения, традиций и обычаев, пренебрежение которыми может привести к полному провалу всей маркетинговой и рекламной стратегии компании на международном рынке. Поэтому прежде чем продвигать свой продукт на мировом рынке, необходимо провести тщательный анализ культурной среды той или иной страны.

Для того чтобы избежать провала и успешно выйти на зарубежный рынок, компания должна разработать концепцию маркетинга, которая будет состоять из нескольких этапов:

1) Сбор предварительной информации и выбор предположительных рынков сбыта.

2) Выбор приоритетных стран и сбор по ним подробной информации, в том числе о культурных особенностях каждого государства, а также определение основных преимуществ, рисков, сильных, слабых сторон, а также прогнозирование предварительных результатов.

3) Определение критериев сегментирования и целей внешнеэкономической деятельности, в рамках зарубежных рынков.

4) Разработка стратегии проникновения на иностранный рынок.

5) Разработка дополнительных стратегий проникновения с учетом потенциальных угроз;

6) Разработка маркетингового плана продвижения товара.

7) Реализация и контроль стратегии [10, 2].

В заключение хотелось бы отметить, что кросс-культурные особенности, охватывает множество сфер жизни человека. Но в случае выхода на международный рынок компании нужно помнить, что несерьезное отношение к культурным различиям, может нанести серьезный удар по предприятию в целом. Уважение мировоззрения, религий и ценностей другой страны, по нашему мнению, является залогом успешной обратной связи, а также инструментом по привлечению более широкого круга потребителей.

Литература:

1. Герчикова, И. Н. Менеджмент: учебник для вузов / И. Н. Герчикова. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 512 с.
2. Зиннуров, У. Г., Исмагилова В. С. Теория и практика маркетинговых исследований. Уфа: «Восточный университет», 1999. — 148с.
3. Исмагилова, В. С. Международный маркетинг. Учебное пособие по специальности «Маркетинг» / В. С. Исмагилова, Э. Р. Касимова; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Уфимский гос. авиационный технический ун-т. Уфа: УГАТУ, 2010. 442 с.
4. Карманова, Т. И. Проблемы кросс-культурных различий в международном маркетинге // Молодой ученый. — 2014. — № 10. — с. 245–248
5. Кизим, А. А., Соболева В. В. Эффективность маркетинговых возможностей в контексте национальных культур // Теория и практика общественного развития. — 2013. — № 3. — с. 181–186
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: учебник / Ф. Котлер. — М.: Вильямс, 2015. — 496 с.
7. Ноздрева, Р. Б. Международный маркетинг: учебник / Р. Б. Ноздрева. — М.: Экономист, 2005. — 990 с.
8. Песоцкий, Е. Современная реклама: теория и практика // URL: http://polbu.ru/pesocky_advertising/ch39_all.html (дата обращения: 15.04.16)
9. Раздьяконова, Е. В. Кросс-культурные особенности разработки рекламного продукта для зарубежного рынка // Трансформация научных парадигм и коммуникативные практики в информационном социуме: сб. науч. тр. конф. г. Томск, 22–23 ноября 2012 г., — Томск: Изд-во ТПУ, 2013. — с. 58–61
10. Руднева, Л. Н. Международный маркетинг: учебное пособие. — Тюмень: ТюмГНГУ, 2001. — 144 с.

В противовес кризису: анализ рынка дискаунтеров города Красноярска

Иванова Алина Олеговна, студент;

Русакова Анастасия Андреевна, студент;

Корепанова Евгения Геннадьевна, старший преподаватель

Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева

В данной статье проведен анализ дискаунтеров города Красноярска по базовой модели маркетинга. Представлены данные о сравнении по критериям: расположение, цена, предоставляемая продукция и отношение к рекламе.

Ключевые слова: дискаунтер, цена, продукт.

В настоящее время, большая часть населения России находится около или за чертой бедности, и относится к категории малообеспеченных слоев населения. Постоянный рост инфляции приводит к увеличению цен на продукты питания, но при этом рост заработной платы не наблюдается. В связи с этим население стремится сократить расходы на еду, доля которых составляет 40–45%, а из-за нестабильности рубля затраты могут увеличиться до 70%. В такой ситуации большой спрос приобретут дискаунтеры.

Дискаунтер — это предприятие розничной торговли, деятельность которого направлена на снижение издержек обращения и цен на товары, что достигается за счет минималистского исполнения торгового зала, упрощенной выкладки товаров, снижения количества работающего персонала, ограничения ассортимента, который должен продаваться достаточно большими партиями из-за низких цен. Существуют два вида дискаунтеров: жесткий дискаунтер, который пренебрегает услугами мерчендайзеров

и маркетологов, занимаясь продажей товаров первой необходимости; мягкий дискаунтер — магазин самообслуживания, в котором представлены товары, выходящие за ассортимент потребительской корзины [1].

В связи с непростой экономической ситуацией, дискаунтеры стремительно набирают популярность и открываются по всей стране, в том числе и в Красноярске. На сегодняшний день в нашем городе насчитывается порядка трех крупных магазинов формата дискаунтер. Долгое время первым и единственным дискаунтером в Красноярске был «Светофор», но со временем сети супермаркетов «Командор» и «Красный яр» открыли собственные дискаунтеры под брендами «Хороший» и «Батон». Отметим, что вышеперечисленные дискаунтеры являются жесткими.

Изучим дискаунтеры более подробно через базовую модель маркетинга [2]. Первым элементом модели является продукт. Ассортимент в дискаунтерах колеблется от 1 до 2 тысяч товаров в то время как в супермаркетах ас-

сортимент насчитывает порядка 20 тысяч товаров. Дело в том, что супермаркеты привлекают потребителей широким ассортиментом, а дискаунтеры — низкими ценами, продавая товары, без которых не обходится ни одна семья, такие как: мясо, рыба, овощи, фрукты, хлебная продукция, молочная продукция, крупы и макаронные изделия, сахар

и кондитерские изделия, многие из которых продаются на развес [3].

Следующим элементом модели является цена. Для более детального анализа данные о ценах на социально-значимые товары в дискаунтере и в супермаркете представим в Таблице 1.

Таблица 1
Сравнение цен на некоторые продукты из потребительской корзины в дискаунтере и в супермаркете

Продукт	Дискаунтер		Супермаркет		На сколько % дороже в супермаркете
	Название и производитель	Цена	Название и производитель	Цена	
Подсолнечное масло	«Сто рецептов» Юг Руси г. Ростов	68.98 за 0.8 л (86.23 за 1 л)	«Золотая семечка» Юг Руси г. Ростов	126.25 за 1 л	46.41 %
Мука	«Алейка» Алейскзернопродукт Алтайский край г. Алейск	109.98 за 5 кг (21.99 за 1 кг)	«Макфа» ОАО Макфа Челябинская обл., пос. Рощино	96,38 за 2 кг (48.19 за 1 кг)	119.15 %
Крупа гречневая	«Ларица» Калманский комбинат Алтайский край С. Новороманово	39.98 за 650 г (61.51 за 1 кг)	«Националь» Ангстрем Г. Санкт-Петербург	104.88 за 900 г (116.53 за 1 кг)	89.45 %
Сахар-песок	Весовой Россия	49.98 за 1 кг	Весовой Россия	73.98 за 1 кг	48.02 %
Чай	«Беседа» Юнилевер Русь Г. Санкт-Петербург	28.76 за шт. (25 пак.)	«Lipton» Юнилевер Г. Санкт-Петербург	68.38 за шт. (25 пак.)	137.76 %

Проанализировав ценовую политику, можно заметить, что цены на все товары в дискаунтере намного меньше, чем в супермаркете. Прежде всего, это связано с тем, что дискаунтеры продают товары менее известных производителей, которые значительно экономят на рекламе, а, следовательно, не включают её стоимость в себестоимость товара. Так же цена сокращается за счет сокращения издержек на содержание персонала и отсутствия рекламы магазинов. Кроме этого в дискаунтерах можно заметить безопасные товары с истекающими сроками годности.

Третьим элементом в базовой модели является место расположения магазина, для анализа этих данных обратимся к Таблице 2 [4].

Изучив данные о расположении дискаунтеров, видно, что большее их количество находится в Ленинском и Кировском районах, где в основном проживает рабочий класс, имеющий средний доход. Кроме того, можно заметить, что дискаунтеры стали открывать и в Центральном районе, где расположен один из самых дорогих домов города, в котором проживают состоятельные люди, но несмотря на это, Центральный район всё же является «рай-

оном стареющего населения». Отсутствие магазинов в Октябрьском районе объясняется высокой ценой за квадратный метр, но открытие магазинов в этом районе является одной из перспектив развития дискаунтеров в Красноярске.

Помимо сравнительных таблиц, авторами было проведено наблюдение, в ходе которого удалось установить, что в период с 9:00 до 13:00 основной покупательской аудиторией являются жители пенсионного возраста, в период с 13:00 до 17:00 магазины чаще посещают школьники и студенты, в вечернее время с 17:00 и до 21:00 основными покупателями становятся рабочие люди.

Четвертый элемент базовой модели — продвижение товара, как уже говорилось выше, дискаунтеры экономят на рекламе и за счёт этого понижают цену на свои товары, так же они стараются выбирать наименее «раскрученные» марки, чтобы посетители не переплачивали за бренд.

В заключении, можно сказать что мы стали свидетелями бурной трансформации розничной торговли. Были времена ларьков и палаток, стихийных и организованных розничных рынков, затем были времена супермаркетов,

Таблица 2

Сравнение основных дискаунтеров г. Красноярск

Сравнительная характеристика	«Светофор»	«Батон»	«Хороший»
В Красноярске с...	2009 г.	2015 г.	2014 г.
Количество магазинов в городе	17 (58.62%)	7 (24.14%)	5 (17.24%)
Расположение по районам, % по городу	Количество магазинов		
Свердловский (4) 13.79%	2	1	1
Кировский (6) 20.69%	3	3	0
Ленинский (7) 24.15%	4	1	2
Центральный (2) 3.44%	2	0	0
Железнодорожный (4) 13.79%	2	1	1
Октябрьский (0) 0%	0	0	0
Советский (4) 13.79%	2	1	1
Пригород (3) (Емельяново, Березовка) 10.35%	3	0	0
Средняя торговая площадь	1000	300	1000
Ассортимент	2000	1200	1000
Количество рабочих мест на магазин	10	4	7
Цена по сравнению со среднерыночной	Ниже на 20%	Ниже на 10–50%	Ниже на 18–20%
Перспективы	500 магазинов по России к 2017 г.	30 магазинов по Красноярску за 2016 г.	Открытия в других регионах

имеющих большую долю импорта, что сделало их уязвимыми во время кризиса, но с временем изменения в покупательских настроениях заставили ритейлеров изменить подходы к ассортименту и даже форматы магазинов. Так появилась волна дискаунтеров. Супермаркеты и гипермаркеты, ранее привлекавшие покупателей более широким выбором, были вынуждены начать конкурировать

по цене с дискаунтерами, а ассортимент расширять за счет российских товаров. Но с другой стороны, присутствие магазинов формата дискаунтер возле супермаркетов и рынков не создает угрозы для существования и развития первых. Достаточно супермаркетам перестроить ассортимент, т.е. добавить то, чего нет у дискаунтера, изменить график работы, и положение выправлено. [5]

Литература:

1. «Что такое дискаунтер?» // Записки маркетолога. [Электронный ресурс]. URL: http://marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_d/disconter/ (дата обращения: (10.03.2016).
2. Одинец, Т.А., Томко С.А. Чего следует ожидать обществу от системы маркетинга в современных условиях // Актуальные проблемы авиации и космонавтики: материалы XI Междунар. науч. конф. (06–10 апреля 2015, г. Красноярск): в 2 т. / под общ. ред. Ю.Ю. Логинова; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2015. с. 325–328.
3. «Дискаунтер — наиболее перспективное развитие розничной торговли в регионах России» // Метроном-К: технологии построения и развития розничной сети магазинов. [Электронный ресурс]. URL: <http://metronomk.ru/statya-diskaunter-naiboleye-perspektivnoye-razvitiye-rozничnoy-torgovli-v-regionakh-rossii> (дата обращения: (10.03.2016).
4. «Технологии управления розничными сетями Дискаунтер — перспективное развитие розницы» // Subscribe.ru. [Электронный ресурс]. URL: <http://subscribe.ru/archive/trade.discounter/200904/06134031.html> (дата обращения: (15.03.2016)
5. Кислицина, В.В. Маркетинг: учебник для вузов. — Киров: Изд-во ВятГТУ, 2011. — 489 с.

Маркетинговые управленческие решения в гостиничном бизнесе и технология их принятия

Логутова Анна Вадимовна, магистрант
Оренбургский государственный университет

В статье рассмотрены особенности дефиниции управленческих решений на основе трудов Эдвардса, Ногина, Орловского и других авторов, проводится исследование сущности маркетинговых управленческих решений для гостиничной сферы, а также предложена технология принятия маркетинговых управленческих решений, которая характерна не только для гостеприимства, но и для организаций других отраслей деятельности. Наглядно в виде рисунков представлены основные требования, которые необходимо соблюдать для принятия эффективных решений, предлагается сфера охвата маркетинговых управленческих решений, а также технология принятия решений. Особенностью данных материалов является то, что их применение не ограничивается лишь сферой гостиничного бизнеса, а применимо к предприятиям и организациям любой отрасли деятельности.

Ключевые слова: маркетинг, управленческие решения, маркетинговые управленческие решения, технология принятия решений, решения в гостиничном бизнесе, маркетинг гостиничного бизнеса, управление гостиничным бизнесом.

Любая деятельность человека непосредственно связана с принятием решений. Человека, принимающего маркетинговые управленческие решения и реализующего их через подчиненных, можно назвать менеджером. Проследить необходимость в принятии решений можно во всем, что делает руководитель, начиная от формулировки целей и заканчивая их достижением и получением результата. Именно поэтому центральное место в деятельности любого предприятия, в том числе и гостиничного, занимает процесс принятия маркетинговых решений.

Маркетинговое управленческое решение — это закономерный результат деятельности, который реализуется на практике как распорядительное и целенаправленное воздействие на объект управления. Такие решения принимаются на всех уровнях и зависят от функциональных обязанностей и прав руководителя. В процессе принятия маркетингового решения руководство определяет средства его реализации, ответственных за его исполнение, а также сроки его осуществления.

Общие вопросы, касающиеся теории принятия управленческих решений, были исследованы такими авторами, как Эдвардс (1961 г.), Моррис (1963 г.), Емельянов и Наппельбауман (1977 г.), Хоффман, Березовский (1981 г.), Подиновский, Ногин, Орловский (1982 г.), Вольский (1988 г.) и другими. Анализируя подходы выше перечисленных авторов, можно сказать, что понятие «управленческое решение», прежде всего — это целенаправленные действия для изменения сложившейся ситуации, разрешения возникших трудностей и проблем, один из способов воздействия на систему в целом, а также происходящие в ней процессы.

Каждое маркетинговое решение в гостиничном бизнесе предполагает действия руководящего звена, которые в результате приведут к разрешению противоречий и изменению ситуации в лучшую сторону. Прежде всего, ре-

шения основываются на проведенном анализе данных, которые характеризуют сложившуюся ситуацию или проблему, на определении поставленных целей и задач, также они содержат в себе программы и алгоритм действия для реализации запланированных мероприятий.

Собственно все маркетинговые решения, принимаемые в гостиничной отрасли, являются основным результатом деятельности руководства гостиницы на каждой ступени иерархической лестницы. Примером маркетинговых управленческих решений в гостиничном бизнесе может быть ситуация, в которой руководители организации или менеджеры высшего звена принимают решение о расширении организации, об изменении денежных потоков гостиницы, о выходе на новые туристские рынки. Такие сложные стратегические решения принимаются с большой осторожностью и предполагают анализ всех внешних и внутренних факторов гостиницы, формирование моделей различных вариантов дальнейшего развития ситуации, анализ и прогнозирование таких экономических показателей, как прибыль, выручка от реализации, доля рынка. При принятии маркетинговых решений такого уровня необходимо планировать мероприятия, включающие в себя изменения ассортимента предлагаемых товаров, услуг, вида деятельности всей гостиницы. Таким образом, можно сделать вывод, что степень ответственности и последствия принятых маркетинговых управленческих решений зависят от уровня управления и от лица, принимающего данные решения.

При принятии маркетинговых управленческих решений в гостиничном бизнесе необходимо учитывать ряд основных требований, представленных на рисунке 1.

Всесторонняя обоснованность маркетингового решения означает, что решение должно приниматься на основе максимально полной, достоверной информации. Также управленческое решение должно охватывать все



Рис. 1. Основные требования, предъявляемые к управленческим решениям

возникающие в процессе вопросы и учитывать все потребности управляемой системы. В связи с этим требуется комплексный анализ ресурсов, научно — технического потенциала, экономических, социальных перспектив гостиницы или гостиничной сети, отрасли, экономики страны и всего мира.

Своевременность принимаемого маркетингового решения подразумевает, что решение должно приниматься именно в момент его необходимости. Оно не опережает и не отстает от потребностей и задач организации. Если принять решение преждевременно, то, гостиница не будет

обладать достаточными и необходимыми ресурсами для его реализации. Решения, принятые позже необходимого времени, приводят к решению неактуальных, «перезревших» задач, а это может усугубить сложившуюся ситуацию.

Необходимая полнота содержания маркетинговых управленческих решений предполагает, что необходимо учитывать весь управляемый объект (гостиницу или гостиничную сеть), все ее сферы деятельности и направления развития. Сфера охвата маркетингового управленческого решения представлена на рисунке 2 [1, 4, 5].



Рис. 2. Сфера охвата маркетингового управленческого решения

Полномочность маркетингового решения (власть) — это строгое соблюдение прав и обязанностей руководителя или исполнителя, предоставленные высшим звеном управления гостиницы. Она подразумевает сбалансированность прав и полномочий каждого органа и уровня управления, а также постоянную регламентацию и регулирование системы.

Согласованность с ранее принятыми решениями — это необходимость соблюдения причин и следствий развития гостиницы. На уровне организации такая согласованность важна для последовательной реализации научно-технической, ресурсной, социальной политики, а также для точного функционирования. Стоит отметить, что ранее принятые противоречивые маркетинговые

управленческие решения при необходимости могут отменяться.

Как говорилось выше, принятие маркетинговых управленческих решений — это неотъемлемая часть работы руководства организации гостиничного бизнеса. Решения не принимаются спонтанно, важно, чтобы они были взвешенными, эффективными и своевременными. В течение всей своей деятельности менеджеры принимают маркетинговые управленческие решения, и, следовательно, накапливают необходимый профессиональный опыт в определенной сфере. Поэтому можно говорить о некоторой последовательности, системе действий при решении любых задач в сфере управления, т.е. о самой технологии управления.

Важно отметить, что технология управления во многом зависит и от личных качеств руководителя: от его национальных, психологических особенностей, и от самой специфики управления. Но, несмотря на все выше сказанное,

существует определенная последовательность действий. Именно поэтому каждое управленческое решение в гостиничном бизнесе проходит три стадии, представленные на рисунке 3 [6].

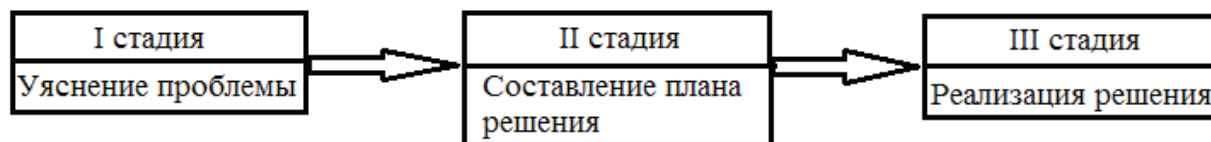


Рис. 3. Стадии маркетингового управленческого решения

Стадии маркетинговых управленческих решений подразумевают индивидуальные характеристики, которые присущи лишь одному из этапов.

I стадия предполагает: сбор необходимых данных, информации; анализ данных и информации; оценку и установление актуальности данных; определение и формулировку условий, позволяющих решить сложившуюся проблему.

II стадия включает в себя: формулирование вариантов — альтернатив решения; соотношение альтернатив с ресурсами, которыми располагает гостиница; оценку альтернатив по социальным последствиям; оценку экономической эффективности альтернатив; разработку программ решения проблемы и разработку детального, конкретного плана решения.

Для реализации финальной III стадии процесса принятия маркетинговых управленческих решений в гостиничном бизнесе необходимо выполнить следующие условия: довести решения до конкретных исполнителей; разработать систему поощрений и наказаний и контролировать, корректировать ход выполнения решения.

Необходимо отметить важную особенность. В таких процессах, как разработка и принятие управленческих решений, в действиях руководителей и сотрудников нет строгой регламентации, также нет и инструкций «на все случаи жизни», так как на процесс принятия маркетинговых управленческих решений влияет множество факторов. К таким факторам можно отнести социально — политическую ситуацию в стране, мо-

рально — психологический климат внутри организации, организационную структуру компании, ее материально — техническую базу.

Для того чтобы максимально эффективно реализовывать процесс разработки и принятия маркетинговых управленческих решений, каждый руководитель проходит основные этапы принятия решений. Именно последовательная реализация таких этапов приводит к успешному и эффективному результату решения возникшей проблемы. Этапы принятия управленческих решений приведены ниже и отражены на рисунке 4.

Анализ ситуации и выявление проблемы — одно из важнейших условий принятия решения. Прежде всего, это понимание того, что существует отклонение от планов, которые были установлены первоначально. О возникшей проблеме руководитель может узнать из таких источников, как личный обзор, анализ данных и показателей организации, общественное мнение, мнение других руководителей или сотрудников гостиницы.

Оценка проблемы предполагает установление масштабов проблемы и природы ее возникновения. Это означает необходимость оценки средств для ее решения, а также определение степени ее серьезности. Данный этап завершается формулировкой основных задач определения содержания работ, направленных на решение выявленной проблемы.

Определение критериев выбора альтернативных вариантов означает, что руководство должно определить те показатели, на основе которых будут сравниваться аль-



Рис. 4. Этапы принятия маркетинговых управленческих решений

тернативные варианты и производится выбор наилучшего, перед тем, как рассматривать возможные альтернативные варианты решения проблемы. Эти показатели и будут являться критериями выбора альтернатив. Для критериев выбора характерны жесткие ограничения, и их недопустимо переступать. Т. к. именно они позволяют разграничить приемлемые и неприемлемые варианты.

Разработка альтернативных вариантов предполагает формулировку нескольких альтернатив. Главным условием является то, что каждый из вариантов предлагает конкретное решение проблемы. Важно, чтобы альтернативы предлагали различные подходы к разрешению проблемы.

Выбор наилучшей альтернативы реализуется на практике путем их сопоставления. Это предполагает оценку достоинств и недостатков предложенных вариантов. Важно объективно анализировать вероятные результаты от реализации всех вариантов. Производить оценку необходимо при помощи разработанных критериев. И, как правило, выбор альтернативы производится на основе нескольких критериев.

При выборе альтернативы необходимо комплексно учитывать ее положительные и отрицательные последствия. Для этого применяется системный анализ, который подразумевает оценку влияния принимаемого решения на основные показатели работы организации, а также учитывает возможное влияние решения на другие взаимосвязанные элементы гостиницы. Важным условием становится учет факторов риска.

Этап согласования и принятия решения подразумевает, принятие решения лишь тогда, когда они согласованы с соответствующими специалистами. Не только руководитель, но и все сотрудники должны быть заинтересованы в повышении эффективности работы организации. Главное, чтобы все члены организации действовали совместно.

Организация выполнения. Для того чтобы решение было реализовано успешно, необходимо выявить и определить весь комплекс работ и требующихся ресурсов, распределить выполнение работ по исполнителям, определить сроки выполнения. Т. е. можно сказать, решить вопросы: кто, где, за счет чего, когда и какие работы

должен исполнять. Ключевым моментом является доведение всех заданий до исполнителей. Важно удостовериться, что смысл принятого решения понятен всем сотрудникам, перед каждым из них стоят конкретные задачи, а также определены права, функции и обязанности каждого исполнителя в процессе реализации решения.

После окончательного введения маркетингового управленческого решения в действие процесс его принятия еще не завершен. Так как важно убедиться, что решение оправдывает себя и является результативным. Поэтому важен этап контроля и оценки результатов. Можно сказать, что на данном этапе происходит процесс обратной связи. Следует обязательно проводить измерения и оценку последствий принятого решения, или же сопоставить фактические результаты с результатами, которые руководство организации или руководитель надеялись получить. Нередко случаются ситуации, когда в результате контроля возникает необходимость скорректировать принятое решение или же принять новое управленческое решение, так как может произойти изменение ситуации, потому что происходит непрерывное развитие всех систем и отраслей хозяйствования.

В заключение нужно отметить, что принятие решения — это большая ответственность. Сам процесс принятия маркетингового управленческого решения в гостиничном бизнесе — это, прежде всего, творческий процесс, учитывающий личностные характеристики руководителя, условия, в которых принимается решение, сложившуюся ситуацию в сфере деятельности организации.

И именно поэтому, сегодня в условиях неопределенности и постоянно изменяющейся ситуации в мире руководству организаций гостиничного бизнеса необходимо принимать своевременные и эффективные управленческие решения. Это обусловлено тем, что организация должна не просто оставаться на плаву, но и быть конкурентоспособной.

В свою очередь перед наукой управления стоит задача повышения эффективности деятельности организаций с помощью повышения способности руководящего звена к принятию своевременных, обоснованных и целесообразных решений в ситуациях различной сложности и неопределенности.

Литература:

1. К. В. Балдин. Управленческие решения. К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б. Уткин. — 7 е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. — 496 с.
2. Логинов, В. Н. Управленческие решения: модели и методы. / В. Н. Логинов. — М.: Альфа — Пресс, 2011.
3. Менеджмент организаций / Под ред. Румянцев З. П., Сломатина И. А. — М.: Зевс, 2010. — 315 с.
4. Папирян, Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. М.: Экономика, 2013. 142 с.
5. Тебекин, А. В. Менеджмент организации. / А. В. Тебекин, Б. С. Касаев. — М.: КНОРУС, 2011.
6. Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений: Учебник. / В. С. Юкаева, Е. В. Зубарева, В. В. Чувикина. — М.: Издательско-торговая компания «Дашков и Ко», 2011. — 324 с.

Investor Relations как один из инструментов маркетинга в целях привлечения инвестиций в предприятие

Шкаева Лариса Михайловна, аспирант
Пензенский государственный университет

В данной статье рассматривается понятие «Investor Relations» как одного из инструментов маркетинга в целях привлечения инвестиций в предприятие, возникновение понятия, основная задача, цели и аспекты применения технологии Investor Relations.

Ключевые слова: привлечение инвестиций, инвестиционная привлекательность, маркетинг, инструменты маркетинга, методы маркетинга, Investor Relations, связи с инвесторами, Public Relations, связи с общественностью

Инвестиции играют важнейшую роль в поддержании и наращивании экономического потенциала страны. В современных условиях развития экономики, для решения задач подъема региональной экономики на долгосрочную перспективу и обеспечения экономического роста необходим комплексный подход к проблеме привлечения инвестиционных ресурсов и активизации инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов.

Поэтому первостепенное значение приобретает разработка методов и способов привлечения инвестиций, достоверная оценка и решение проблем реальных возможностей их привлечения в предприятие.

Привлечение инвестиций в предприятие — стратегическая задача, и решается она с помощью стратегического управления. В свою очередь, стратегический менеджмент немислим без применения методов маркетинга.

Стоит отметить, что существует широкий комплекс инструментов и технологий, присущих именно маркетингу и ориентированных на решение специфических маркетинговых проблем, имеющих место в привлечении инвестиций в предприятие. К таким инструментам, в частности, относятся связи с инвесторами.

Во многих развитых странах (США, Германия, Канада, Австралия и др.) концепция управления отношениями с клиентами реализуется в инвестиционной сфере и называется Investor Relations (связи с инвестором).

Термин «связи с инвесторами» (англ. Investor Relations, IR) был сформулирован в 1953 году Ральфом Кордином, председателем совета директоров американской компании General Electric [6]. Обязанности первых IR-служб заключались в распространении финансовой информации о компании или пресс-релизов о финансовых результатах и годовых отчётов. В 1969 году в США была создана профессиональная ассоциация — Национальный институт по связям с инвесторами (National Investor Relations Institute, NIRI). Позднее аналогичные организации появились в Бразилии, Великобритании, Германии, Канаде, Финляндии, Франции, Японии и других странах, а в 1990 году они объединились в Международную федерацию по связям с инвесторами (International Investor Relations Federation, IIRF). 4 сентября 2008 года Междуна-

родная федерация по связям с инвесторами (IIRF) была преобразована в Глобальную сеть IR (Global Investor Relations Network, GIRN) [1].

По определению Национального института по связям с инвесторами, Investor Relations — это вид стратегической деятельности компании, включающей вопросы раскрытия информации, финансовой политики и предоставления существующим и потенциальным инвесторам сведений о текущем положении дел в компании и об её перспективах. [6]

Стоит отметить, изначально этот подход успешно использовался на фондовом рынке и только в последнее десятилетие внедряется в такие сферы как привлечение инвестиций в предприятия. На Западе вопросу отношений с инвесторами уделяется очень важное внимание. Существует отдельная индустрия, в которой работают консультационные фирмы, специализирующиеся в области IR. Это мощная отрасль, оборот которой только в США исчисляется несколькими сотнями миллионов долларов в год.

В научной среде нет единого мнения относительно того, к какой сфере — менеджмента или маркетинга — в большей степени относится IR. Так, специалисты издания «Рынок ценных бумаг» утверждают, что Investor Relations — это специфическая форма маркетинга — маркетинга инвестиционных идей [1]. В то же время существует мнение, что IR — это одна из технологий коммуникационного менеджмента [2, с. 154]. Мнение автора по этому поводу сводится к позиции, что IR является технологией маркетингового подхода в управлении инвестиционной деятельностью как предприятий и компаний, так и на уровне государственного (регионального) управления.

Investor Relations подразумевает проведение комплекса мероприятий, призванного убедить инвестора вложить его средства с предлагаемый объект. По мнению С. В. Михайлова, работа в сфере IR на сегодняшний день заключается в следующем [2, с. 156; 3]:

1. Прямая коммуникация с инвестором;
2. Индивидуальные встречи с инвестором;
3. Периодические мероприятия;

4. Взаимоотношения со СМИ.

Именно то, что со стороны предприятия не установлены вообще или установлены неправильно отношения с инвесторами и вызывает наибольшее недоверие со стороны потенциальных инвесторов. Именно это повышает уровень совокупного риска предприятий, а значит, снижает их инвестиционную привлекательность для стратегических инвесторов.

Деятельность в области Investor Relations не стоит путать с Public Relations (связи с общественностью). Investor Relations входит в Public Relations одной из составных частей, но в целом реализацию программы взаимоотношений с инвесторами необходимо понимать как гораздо более широкий фронт работ. Кроме этого, наиболее существенным моментом является то, что оказанием услуг в области Investor Relations на Западе, как правило, занимаются люди, имеющие большой опыт работы в финансовой сфере, а не в чистой журналистике, как это обычно бывает в фирмах, занимающихся Public Relations.

В основе Investor Relations лежит углубленный анализ инвестиционных настроений российского и общемирового инвестиционного сообщества и их использование для реализации инвестиционных целей. Основная задача IR — создание информационно — коммуникативной среды для принятия инвестиционных решений, среды, доступной и понятной для потенциальных инвесторов. Для того, чтобы убедительно и профессионально представлять информацию об инвестиционных проектах людям, принимающим инвестиционные решения, представители регионального менеджмента и заинтересованные предприятия (как и другие субъекты инвестиционной деятельности), должны хорошо понимать какие именно вопросы и почему больше всего интересуют потенциальных инвесторов. Только при этом условии могут быть достигнуты основные три цели, которые ставятся при реализации программы взаимоотношений с инвесторами:

1. убеждение желаемого круга потенциальных инвесторов в том, что конкретные проекты или предприятия являются для них привлекательными;
2. достижение наиболее благоприятной цены продукта (инвестиционного проекта или объекта);
3. создание благоприятной среды для инвестирования и будущих капитальных вложений.

Успешное выполнение этих задач обусловлено тем, насколько правильно будут сформулированы и отработаны следующим моменты:

1. целевые группы, являющиеся потенциальными и желаемыми инвесторами;
2. ожидания инвесторов по поводу данных проектов или вложения в предприятие;
3. знание этапов процесса принятия инвестором решения о вложении инвестиций и применение соответствующих инструментов продвижения;
4. основные критерии принятия решения об инвестировании;

5. основные критерии, обуславливающие долгосрочное партнерство данного инвестора с контрагентами (предприятиями).

К основным функциям IR-специалистов с учетом интеграции их деятельности в части решения проблемы инвестиционных ресурсов относятся [4]:

1. разработка IR-стратегии компании;
2. создание планов (перспективных, текущих, комплексных) с целью продвижения компании;
3. участие в работе по совершенствованию инвестиционного законодательства (федерального, регионального);
4. формирование региональной инвестиционной программы;
5. разработка внутренних и внешних IR-процедур и регламентов;
6. подготовка и проведение годовых собраний акционеров;
7. раскрытие информации в годовом и квартальном отчете;
8. обеспечение инвесторов ежеквартальными и годовыми отчетами;
9. раскрытие информации на интернет-сайте;
10. презентация финансовых результатов на интернет-сайте;
11. взаимодействие с деловыми/финансово-экономическими СМИ;
12. взаимодействие с рейтинговыми агентствами;
13. взаимодействие с PR, GR, маркетингом, рекламой;
14. подготовка Положения об информационной политике и других документов;
15. организация регулярных встреч между инвесторами и руководителями компании;
16. подготовка и проведение road-show;
17. подготовка участия топ-менеджеров в конференциях;
18. подготовка материалов о деятельности компании, сбор и подготовка аналитической и статистической информации;
19. подготовка презентационных материалов, специальная аналитика по теме, общение с аналитиками, со специализированными СМИ;
20. контроль за информационными потоками о финансовой и операционной деятельности (в том числе на корпоративном интернет-сайте компании, при подготовке годовых отчетов и выступлении топ-менеджмента);
21. организация обратной связи с инвесторами;
22. подготовка мероприятий для инвесторов;
23. создание и мониторинг базы инвесторов;
24. организация и проведение выездных бизнес-встреч за пределами региона, презентаций инвестиционного и экономического потенциалов региона;
25. работа с торгпредствами зарубежных государств;
26. взаимодействие с информационно-инвестиционными ресурсами федеральных и региональных органов власти в сети Интернет;

27. работа с внешними (иностранными) инвесторами;

28. сопровождение особо важных или крупных инвестиционных проектов;

29. подготовка материалов к заседаниям инвестиционной комиссии при главах администрации, губернаторах областей, краев;

30. организация проведения экспертиз инвестиционных проектов, подготовка материалов к изданию массовым тиражом;

31. проведение конференц-звонков, подготовка заявлений и пресс-релизов, справочных материалов о компании;

32. поддержание деловых контактов с аналитиками инвестиционных банков и других финансовых учреждений;

33. организация отношений с инвесторами и обеспечение благоприятного имиджа компании;

34. деятельность по снижению репутационных и других рисков.

Все перечисленные аспекты применения технологии IR не оставляют сомнения в целесообразности её применения в управлении привлечением инвестиций в предприятие. Именно IR, создавая информационно-коммуникативную среду, решает одну из основных задач повышения инвестиционной привлекательности предприятий на рынке инвестиций.

Литература:

1. Официальный сайт журнала «Рынок ценных бумаг». <http://www.rcb.ru>;
2. Интеллектуальный капитал — стратегический потенциал организации: Учебное пособие. / Под ред. Гапоненко А. Л., Орловой Т. М., М.: ИД «Социальные отношения», 2003г;
3. Материалы доклада на семинаре «Коммуникационный менеджмент: международные PR-технологии». Лондон, 2–9 июля 2000г, PR News, № 1, 2000 (Электронная газета) http://pr-news.ru/publicat/n1/1_6.htm;
4. Зимин, В. Профессия IR: становление, тенденции развития и перспективы. РЦБ. 2007. № 22;
5. Коллер, Т. Истинные цели связей с инвесторами. Вестник McKinsey. 2005. № 6;
6. Варвус, С. А. Категория Investor Relations (ir) как инструмент обеспечения инвестиционной привлекательности компании. Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2009. № 2.

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

IV Международная научная конференция
Москва, июнь 2016 г.

Сборник статей

Материалы печатаются в авторской редакции

Дизайн обложки: *Е.А. Шишков*

Верстка: *М.В. Голубцов*

Издательство «Буки-Веди», г. Москва

Подписано в печать 24.06.2016. Формат 60х90 ¹/₈.

Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 7,88. Уч.-изд. л. 10,97. Тираж 300 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый»
420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.