

ВЕСТНИК 2 (53)^{II} **МАГИСТРАТУРЫ** 2016

Научный журнал

издается с сентября 2011 года

Учредитель:

Главный редактор Е. А. Мурзина

ООО «Коллоквиум»

Полное или частичное воспроизведение материалов, содержащихся в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения редакции.

Адрес редакции:

424002, Россия,
Республика Марий Эл,
г. Йошкар-Ола,
ул. Первомайская, 136 «А».
тел. 8 (8362) 65-44-01.
e-mail: magisterjourn@gmail.com.
http: // www.magisterjournal.ru.
Редактор: Е. А. Мурзина
Дизайн обложки: Студия PROекТ
Перевод на английский язык
Е. А. Мурзина

Распространяется бесплатно.
Дата выхода: 15.02.2016.

ООО «Коллоквиум»
424002, Россия,
Республика Марий Эл,
г. Йошкар-Ола,
ул. Первомайская, 136 «А».

Редакционная коллегия:

Е. А. Мурзина, канд. экон. наук, доцент (главный редактор).

А. В. Бурков, д-р. экон. наук, доцент (г. Йошкар-Ола).
В. В. Носов, д-р. экон. наук, профессор (г. Москва)
В. А. Карачинов, д-р. техн. наук, профессор (г. Великий Новгород)
Н. М. Насыбуллина, д-р. фарм. наук, профессор (г. Казань)
Р. В. Бисалиев, д-р. мед. наук, доцент (г. Астрахань)
В. С. Макеева, д-р. педаг. наук, профессор (г. Орел)
Н. Н. Сентябрьев, д-р. биолог. наук, профессор (г. Волгоград)
А. А. Чубур, канд. истор. наук, профессор (г. Брянск).
М. Г. Церцвадзе, канд. филол. наук, профессор (г. Кутаиси).
Н. В. Мирошниченко, канд. экон. наук, доцент (г. Саратов)
Н. В. Бекузарова, канд. педаг. наук, доцент (г. Красноярск)
К. В. Бугаев, канд. юрид. наук, доцент (г. Омск)
Ю. С. Гайдученко, канд. ветеринарных наук (г. Омск)
А. В. Марьяина, канд. экон. наук, доцент (г. Уфа)
М. Б. Удалов, канд. биолог. наук, науч. сотр. (г. Уфа)
Л. А. Ильина, канд. экон. наук. (г. Самара)
А. Г. Пастухов, канд. филол. наук, доцент, (г. Орел)
А. А. Рыбанов, канд. техн. наук, доцент (г. Волжский)
В. Ю. Сапьянов, канд. техн. наук, доцент (г. Саратов)
И. В. Корнилова, канд. истор. наук, доцент (г. Елабуга)
О. В. Раецкая, канд. педаг. наук, преподаватель (г. Сызрань)
А. И. Мосалёв, канд. экон. наук, доцент (г. Муром)
С. Ю. Бузоверов, канд. с-хоз. наук, доцент (г. Барнаул)

© ООО «Коллоквиум», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

- 4 **А.В. Белякова, В.Г. Бойцов**
Маркетинговые методы продвижения электронного сетевого ресурса
(на примере dialogpress.ru)
- 7 **И.И. Еникеев**
Стратегическое управление талантами на предприятии как конкурентное преимущество в
кризисный период
- 10 **Д.К. Жданова**
Анализ уровня зрелости внутреннего маркетинга в компании и его влияние на лояльность
персонала
- 13 **А.И. Ишимова**
Оценка системы внутренних контролей в процессе аудита расчетов по оплате труда
- 16 **З.С. Дотдужева, И.А. Коновалова, В.В. Ловянникова**
Анализ инновационного обеспечения рынка образовательных услуг в Ставропольском крае
- 19 **В.Н. Красивская**
Государственное регулирование нефтегазового комплекса РФ
- 22 **Б.Р. Лалиева**
Сущность банковских слияний и поглощений. Выгоды и неудачи
- 26 **Р.А. Люлькин**
Управление физической культурой и спортом в Приморском крае: проблемы и пути их
решения
- 29 **А.А. Гурджиян, А.С. Дадаян**
Исследование подходов к определению эффективности управления финансовой
устойчивостью предприятий
- 32 **А.А. Кудрявцева**
Апробация различных методик прогнозирования финансовой неустойчивости на примере
ОАО «Волжский завод асбестовых технических изделий»
- 35 **П.И. Курникова, Н.Н. Муравьева**
Управление собственным капиталом в коммерческих организациях: теоретико-методические
аспекты
- 38 **Ю.В. Трифонова**
Место и роль финансового планирования в системе управления коммерческой организации
- 41 **Ю.О. Хен, Н.Н. Муравьева**
Управление финансами коммерческих организаций: системный подход
- 45 **А.О. Цыганова**
Эффективное управление финансовыми рисками в коммерческих организациях: сущность,
содержание, критерии оценки
- 49 **Е.М. Витальева, Е.Г. Гущина, И.А. Морозова, А.В. Оленева**
Этапы развития влияния онлайн-рекламы на потенциального покупателя в мире
- 56 **Д.А. Перминова, О.А. Паневина, О.В. Кадникова**
Развитие малого и среднего бизнеса в России и Германии
- 59 **Е.А. Povod, А.Е. Roldugina, N.A. Dmitrienko**
Analysis and opportunities of innovations in restaurant business "MCDONALD'S" (as an example)
- 64 **V.A. Rassokhina, N.A. Dmitrienko**
Improve the functioning of the business system on crowdsourcing platforms
- 68 **А.А. Смирнов**
Проблемы экспресс-диагностики кризисного состояния организации
- 71 **С.С. Вальшиев**
Анализ денежных потоков организации
- 74 **Н.С. Дралина, Д.П. Селютин**
Оценка влияния факторов на финансовое состояние организаций строительного комплекса
региона
- 77 **Р.А. Пивоваров**
Анализ и регулирование денежных потоков организации
- 81 **Н.В. Сотникова**
Комиссия по закупкам
- 84 **Д.Р. Галиакберова, Р.В. Кузнецов**
«Прозрачность» бухгалтерского учета в Российской Федерации:
современная практика и направления развития

- 87 | **Р.В. Кузнецов, Д.Р. Галиакберова**
Промышленные парки: причины создания, основные проблемы и перспективы развития
- 90 | **С.Ш. Левина, Д.Ю. Причина**
Когнитивизация модели базовых факторов системы управления
организационной культурой современного вуза в РФ
- 101 | **Мохаммад Тарик Жассим Мохаммад**
Методические основы анализа денежных потоков организации
- 104 | **М.И. Урсу**
Особенности мотивации и стимулирования педагогических работников: теоретический
аспект
- 106 | **М.В. Авдеева, Н.З. Гулиева**
Особенности современного стратегического анализа производственных затрат на
предприятии
- 109 | **Р.Г. Шипшинскайте, Н.А. Зайцева**
Познавательный туризм как важное направление деятельности
по духовно-нравственному развитию общества

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

- 111 | **А.А. Кучубин**
Средства и методы повышения объективности выборов в Российской Федерации
- 115 | **А.С. Шмальц**
Мошенничество и вымогательство в IT-сфере, его правовое регулирование
- 119 | **Д.М. Грачев**
Залог как мера пресечения в уголовном процессе России
- 122 | **Д.М. Грачев**
История развития залога в уголовном судопроизводстве России
- 125 | **И.Б. Курбонбоев**
К вопросу о природе института подведомственности дел о защите гражданских прав
- 128 | **Е.М. Лебедева**
Проблема определения юридической природы корпоративного договора
- 130 | **А.И. Макушева**
Объекты права оперативного управления
- 135 | **Е.В. Мицкая, Назар Султанбек**
Проблемы понимания оснований освобождения от уголовной ответственности
по статье 69 УК РК

АРХИВНОЕ ДЕЛО И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ

- 137 | **Н.И. Тихонова**
Система управления электронной документацией в США

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

- 140 | **И.М. Титанов, А.С. Свинцова**
О проветривателях, рекуператорах и компактных приточных установках в вентиляции
- 145 | **И.М. Титанов, А.С. Свинцова**
О воздушном отоплении в складских помещениях
- 149 | *Информация для авторов*

УДК 330

*А.В. Белякова, В.Г. Бойцов***МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО
СЕТЕВОГО РЕСУРСА (НА ПРИМЕРЕ DIALOGPRESS.RU)**

В статье рассматриваются вопросы продвижения электронного сетевого ресурса. Проведен сравнительный анализ рекламных возможностей сети Интернет. Также рассматриваются иные методы продвижения электронного сетевого ресурса: реклама на эфирном радио, реклама на бумажных носителях, реклама на телевидении. Сделан вывод о том, что повышения востребованности контента можно добиться, модернизировав ресурс.

Ключевые слова: политика продвижения, маркетинг, интернет-ресурс, реклама, сайт, целевая аудитория.

Для определения политики продвижения ресурса dialogpress.ru было проведено маркетинговое исследование и анализ существующих в конкурентной среде интернет-ресурсов на региональных информационных рынках г. Магнитогорска. Методы маркетинговых исследований региональных рынков информации описаны авторами Лимаревым П.В. и Лимаревой Ю.А. в работах [5], [8], [9]. Сравнительный анализ рекламных возможностей сети Интернет проведен в работе [10], определение стоимости информационного продукта с использованием институциональных показателей показано в работе [11]. Опираясь на авторов, проводивших разностороннее исследование интернет-ресурсов, заключаем, что при использовании маркетинговых мер по продвижению сайта средствами сети Интернет никак нельзя ограничиться формированием групп в социальных сетях. Необходима прямая реклама сайта на ресурсах, контент которых не пересекается с контентом dialogpress.ru. В первую очередь речь идёт о размещении рекламных обращений, продвигающих услуги ресурса dialogpress.ru на сайтах интернет-магазинов. В ряде случаев расходы на такое взаимодействие могут ограничиться расходами на размещение рекламного обращения этого магазина путём зачёта взаимных требований. Поскольку расходы ресурса на размещение рекламы партнёра будут определяться как часть общих постоянных расходов, речь будет идти о небольших суммах – порядка 300-500 рублей ежемесячно на каждого партнёра. В некоторых случаях, когда зачёт взаимных требований невозможен, а размещение на сайте партнёра может принести значительное количество переходов на наш ресурс, следует приобретать рекламное место за деньги. К сожалению, за-

частую стоимость размещения такой рекламы, в особенности на сайтах популярных брендов, очень велика и превышает стоимость аналогичного рекламного обращения, размещаемого на самом ресурсе. Кроме того, следует учитывать, что в ряде случаев брендовые интернет-магазины (класса М.видео) вообще не берут стороннюю рекламу.

Помимо интернет-магазинов целесообразно размещать рекламу на сайтах интернет-аукционов и сайтах бесплатных объявлений, имеющих выделенную для Магнитогорска рубрику (например, сайт магнитогорского выпуска газеты «Из рук в руки», <http://magnitogorsk.irt.ru>), контент которых не пересекается с контентом ресурса dialogpress.ru. Оптимальным решением и здесь будет установление партнёрских отношений на основе зачёта взаимных требований.

Помимо продвижения ресурса dialogpress.ru средствами сети Интернет, необходимо использовать и иные методы продвижения. Одним из самых привлекательных методов продвижения будет реклама на эфирном радио, поскольку именно оно обеспечивает внимание необходимой нам целевой аудитории – экономически активных людей, использующих автомобиль для перемещения по городу. Стоимость эффективной месячной рекламной кампании на популярном радиоканале составляет около 60 000 рублей.

Поскольку предполагается рекламировать весьма специфический продукт, которым является информационный интернет-ресурс, рекламное обращение должно иметь специфическое содержание: в нём необходимо подчёркивать ценность содержащейся на ресурсе информации, кроме того, обращение должно вызывать и закреплять ассоциацию между городскими новостями и ресурсом dialogpress.ru, а также между ресурсом и качеством информации. Ролики, обращённые к молодёжной аудитории, допускают использование императивов («Читай!», «Получай информацию!» и т.д.), кроме того, могут одновременно ориентировать потенциальных пользователей на участие в формировании контента («Напиши комментарий лучше статьи!», «Мы ждём твоего мнения!» и т.д.).

Реклама на бумажных носителях не может рассматриваться в качестве альтернативы какому-либо из перечисленных методов продвижения, поскольку, с одной стороны, ресурс постоянно рекламируется силами газеты «Диалог магнитогорцев», имеющей наибольший в городе тираж (недостатки этого метода продвижения описаны выше), а с другой стороны, печатные СМИ, ориентированные на нужную нам целевую аудиторию, имеют невеликие тиражи и рекламное обращение в них не будет сколько-нибудь эффективным.

Реклама на телевидении принесёт меньшую пользу, поскольку телевизионная аудитория очень размыта, а расходы на неё будут значительно больше, чем на иные способы продвижения, поэтому мы не будем рассматривать телевидение в качестве носителя рекламы для продвижения ресурса dialogpress.ru.

Поскольку эти методы продвижения владельцами ресурса ещё не использовались, то есть нужная нам целевая аудитория ещё не оповещена о наличии рекламируемого ресурса, необходима полноценная рекламная кампания, в которой примут участие все вышеизложенные носители.

Повышения востребованности контента можно добиться, модернизировав ресурс. Особое внимание необходимо уделить следующим аспектам:

- 1) усиление индивидуализации дизайна сайта с учётом особенностей фирменного стиля ООО «Логос-медиа», характерного и для газеты «Диалог магнитогорцев»;
- 2) структурирование и наполнение содержания сайта в соответствии с тематикой разделов для облегчения поиска информации посетителями.

Сайт должен быть интересен не только среднестатистическому пользователю сети Интернет, но и одной из важнейших составляющих аудитории ресурса – рекламодателям, именно поэтому целесообразно дополнить сайт разделом, ориентированным непосредственно на рекламодателей. В этом разделе необходимо поместить подробную информацию о предприятии, ценах на услуги, контактную информацию.

Для развития связи с рекламодателями следует ввести интерактивную площадку, на которой потенциальные клиенты ресурса смогут мгновенно получить ответы на любые вопросы, связанные с рекламой. С этой целью на сайте dialogpress.ru рекомендуется создать кнопку «Задать вопрос менеджеру», при нажатии на которую будет открываться окно, где пользователь сможет написать свой вопрос дежурному менеджеру и получить ответ в режиме «онлайн». Кроме того, рекомендуется приём заявок от рекламодателей в режиме «онлайн».

Для привлечения пользователей необходимо создать эксклюзивные рубрики, которые будут представлены только на информационном ресурсе dialogpress.ru. Например, рубрика «VIP-гость», в которой известные люди будут отвечать на вопросы посетителей.

Для рекламодателя (впрочем, как и для любого человека) важной с психологической точки зрения является возможность видеть людей, которые работают в компании, и с которыми рекламодатель потенциально будет сотрудничать. Именно поэтому в разделе сайта, посвящённом рекламодателям, целесо-

образно поместить фотографии менеджеров отдела продаж ООО «Логос-медиа», краткую информацию о них, контактную информацию;

Сетевой ресурс предоставляет возможность изучать целевую аудиторию посредством проведения на сайте опросов. При этом в анкеты необходимо включать вопросы, которые позволят получить максимальный объем информации, касающийся особенностей аудитории (демографических, социальных, экономических, психографических). Полученные данные могут быть использованы, например, для создания бесплатных интернет-продуктов (рассылка на электронную почту интересной для пользователя сайта информации).

Для стимулирования активности постоянных посетителей рекомендуется использовать на сайте викторины, розыгрыши и другие средства стимулирования сбыта.

Эффективным средством стимулирования работы сайта будет организация на сайте конференций и презентаций. В качестве аудитории могут выступать партнёры и потенциальные рекламодатели ООО «Логос-медиа». В ходе данных мероприятий могут обсуждаться различные темы, интересные для данных групп. Существует ещё один аспект, требующий модернизации сайта. Поскольку и сайт dialogpress.ru, и газета «Диалог Магнитогорцев» являются структурными подразделениями одной организации, их деятельность должна быть взаимосвязанной. Ресурс dialogpress.ru может и должен выступать как площадка для диалога читателей газеты и её редакции. Такое совмещение функций ресурсов будет служить не только для связи «читатель – газета», но и послужит серьёзной помощью самому ресурсу в приобретении популярности.

Библиографический список

1. Завойская И.В., Субач И.А. Роль медиапланирования в повышении эффективности рекламных кампаний // Вестник Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. 2005. № 2 (10). С. 41-43.
2. Завойская И.В., Субач И.А. Особенности маркетинговых коммуникация в сфере услуг // в сборнике: Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения / ответственный редактор Горохов А.А. Курск, 2013. С. 195-198.
3. Жданова Е.Е., Щербак Т.В., Лимарева Ю.А. Теоретические аспекты, проблемы измерения и современное состояние качества жизни в России // Экономика и политика. 2013. № 6 (6). С. 137-142.
4. Лимарева Ю.А., Остапченко Л.А. Анализ экономических показателей, определяющих уровень и качество жизни // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2014. № 35. С. 168-173.
5. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А. Исследование интернет-ресурсов г. Магнитогорска на региональном рынке информации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 1. с. 97-108.
6. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А., Завойская И.В. Институциональные аспекты определения показателей экономической эффективности // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2014. № 34. С. 161-167.
7. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А. Применение методики управления экономической эффективностью деятельности организации на основе построения панелей индикаторов // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2014. № 33. с. 40-45.
8. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А. Управление оборотом информации в условиях институциональных ограничений в экономике // Менеджмент в России и за рубежом. 2015. № 2. С. 71-76.
9. Лимарева Ю.А., Лимарев П.В. Интернет-версия печатного издания как площадка для диалога с аудиторией // Маркетинг в России и за рубежом. 2009. № 3. С. 96-98.
10. Лимарев П.В. Сравнительный анализ рекламных возможностей сети интернет и печатных средств массовой информации // Маркетинг в России и за рубежом. 2007. № 6. с. 119-124.
11. Кеба В.И., Лебедева Н.В. Маркетинговые нематериальные активы как составной элемент экономического потенциала предприятия // Актуальные вопросы экономических наук. 2008. № 1. С. 62-67.
12. Лимарев П.В. Использование некоторых институциональных коэффициентов при определении стоимости информационного продукта // Менеджмент в России и за рубежом. 2015. № 5. С. 62 – 68.
13. Усманова К.Ф., Бойцов В.Г. Система «предпринимательство – рынок» и ее взаимосвязи // Экономика и политика. 2014. № 2 (3). С. 203-211.
14. Усманова К.Ф. Предпринимательство. проблемы и перспективы развития: монография / К. Ф. Усманова; М-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, ФГОУ ВПО Тюмен. гос. с.-х. акад., Ин-т экономики и финансов. Тюмень, 2004.
15. Чеснокова М.С. Монография / М. С. Чеснокова, В. И. Кеба. Интеграция компаний как способ повышения корпоративной стоимости; М-во образования и науки Российской Федерации, ФГБОУ ВПО "Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова". Магнитогорск, 2012.

БЕЛЯКОВА АЛЕКСАНДРА ВИКТОРОВНА – студент, Магнитогорский государственный технический университет, Россия.

БОЙЦОВ ВЯЧЕСЛАВ ГЕННАДЬЕВИЧ – старший преподаватель, Магнитогорский государственный технический университет, Россия.

УДК 330

И.И. Еникеев

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТАЛАНТАМИ НА ПРЕПРИЯТИИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Управление талантами в кадровой политике компании рассматривается как конкурентное преимущество в условиях финансового кризиса и экономической нестабильности.

Ключевые слова: управление талантами, кадровый резерв, управление человеческими ресурсами, кризис, конкурентное преимущество.

В условиях глобализирующейся экономики компаниям становится все сложнее конкурировать в сфере технологий и финансов – эти ресурсы становятся все более и более доступными, и как следствие – одинаковыми. Основной возможностью получения конкурентного преимущества становится ее персонал, его квалификация и его отношение к работе [0].

Среди конкурентных преимуществ предприятия стратегическое управление талантами выделяется как одна из составляющих эффективной системы по управлению человеческими ресурсами.

Сопоставление стратегических целей управления и кадрового потенциала компании предоставляет возможность достижения более высокой экономической эффективности компании [2].

Кадровый потенциал компании определяется наличием у нее сотрудников, обладающих высоко-профессиональными качествами, развитыми компетенциями и стремлением к развитию, что более детально рассмотрено в [3], [4]. Для обеспечения преемственности управления, эффективного функционирования бизнес-процессов, сохранения и развития организационной культуры компании необходимо иметь пул сотрудников (кадровый резерв) которые развиваются в организации, продвигаются по карьерной лестнице. Именно такие сотрудники позволяют организации быть эффективной.

Управление талантами, в контексте кадрового резерва, рассматривается как целенаправленная деятельность в компании по созданию, развитию и использованию когорты талантливых сотрудников, умеющих эффективно решать сложные бизнес-задачи и способных в дальнейшем занять руководящие позиции [5].

Часто в кризисный период персонал компании подвергается значительному совокупному воздействию факторов:

- экономическим (сокращение дохода, уменьшение премиальных выплат, надбавок, бонусов и др. форм материального стимулирования).
- психологическим (стрессы, повышенные эмоциональные нагрузки, текущая нестабильность, отсутствие уверенности в благополучии в ближайшей перспективе).
- социальным (увеличение социальной напряженности в обществе).

Результатом воздействий является увеличение вероятности совершения ошибок при принятии управленческих решений ключевыми сотрудниками, где цена ошибки может быть критической для экономического существования предприятия.

В кризисный период перед организацией остро встает вопрос как минимизировать данные риски, как понять и оценить таланты ключевых сотрудников в условиях сокращения прибыли, оборотных средств, финансовых потоков, ухудшения финансового состояния предприятия и экономических условий хозяйственной деятельности.

Для ответа на данные вопросы необходимо обладать четким пониманием сильных сторон и недостатков в следующих областях:

1. Стили поведения

Способность к эффективному взаимодействию коммерческой организации с субъектами экономической деятельности, а в конечном итоге с людьми, ответственными за принятие управленческих решений, может служить причиной успехов или неудач в профессиональной деятельности. Фиксирование определенных тенденции позволит сформировать политику в антикризисном управлении предприятия.

© Еникеев И.И., 2016.

Научный руководитель: *Надреева Людмила Львовна* – кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики и управления на предприятии, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ.

2. Внутренние мотиваторы

Использование данной информации может существенно поменять представление о сотрудниках, даст возможность понять причины различных конфликтов.

3. Их сочетания

Сочетание в действиях аспектов «Как?» и «Почему?». Анализ характера взаимодействия стилей поведения и внутренних мотиваторов позволит выявить точки повышения результативности и внутренней устойчивости предприятия.

Рассмотрим данные области более подробно.

1. Исследования в области поведения указывают на то, что наибольшего успеха добиваются компании, которые знают как свои сильные, так и слабые стороны. На основе этого они смогут разработать собственную стратегию поведения на рынке, позволяющую наилучшим образом соответствовать тем требованиям, которые к ним предъявляет экономическая среда. Такие качества ключевых сотрудников компании как ориентированность на результат, последовательность в решении сложных проблем, способность принимать решения, сопряженные с большим риском – способствуют принятию объективных и взвешенных управленческих решений [6].

Стили поведения представлены в табл. 1.

Таблица 1

Стили поведения применительно к рыночной среде

Параметры/Стили	Естественный	Адаптированный
1. Проблемы-трудности	Проявление амбициозности в подходах к решению проблем. Принятие решений без колебаний.	Новаторский подход к решению проблем. Тщательная оценка рисков принимаемых решений.
2. Люди – контакты	Эмоциональный подход	Стремление опираться только на факты и логику.
3. Темп изменений-постоянство	Поддерживание перемен, только если они имеют смысл и подтверждаются прошлым опытом. Сопротивление переменам ради самих перемен.	Работа над несколькими проектами одновременно, легкий переход от одного проекта к другому.
4. Правила и ограничения	«Костность» и консервативность. Взвешенная оценка при пересмотре правил.	Забота о качестве и стандартах, связанных с качеством. Знание правил, для того чтобы их придерживаться.

Наделение ключевых сотрудников ролью (ценностью для организации) позволит с пользой применить уникальную ценность их таланта, интегрировать его в командную работу. Рольевые параметры, их приоритизация определяется каждой компанией индивидуально. В качестве примера можно привести следующие параметры:

- обладание настойчивостью и деловой хваткой;
- «ценность времени»;
- масштабное мышление;
- отличительная устремленность в будущее;
- ориентированность на трудные и интересные задачи;
- принятие решений, исходя из коммерческой целесообразности;
- «успешная конкуренция».

2. Знание индивидуальных внутренних мотиваторов помогает понять причины, по которым ключевые сотрудники совершают те или иные действия. Изучение личного опыта, профессиональной компетенции, уровня образования и общей подготовки помогут выяснить, на что способен индивид. Оценка стилей поведения позволяет узнать, как человек ведет себя и добивается результатов в рабочей обстановке.

Личная мотивация и вовлеченность измеряется на основе шести основных мотиваторов, что представлено в табл. 2

Таблица 2

Основные внутренние мотиваторы

№ п/п	Мотиватор	Описание
1	Теоретический	Поиск истины через познание окружающего мира. Главная цель упорядочить и систематизировать знания. Ценит знания ради знаний, непрерывное обучение и интеллектуальное развитие.

Окончание таблицы 2

№ п/п	Мотиватор	Описание
2	Утилитарный	Интерес к деньгам, ко всему, что имеет практическую пользу. Стремление к материальному благополучию, оценка других по уровню их благосостояния. Ценит практические достижения, результаты и вознаграждения как результат вложения времени, ресурсов и энергии.
3	Социальный	Отличительная черта любовь к людям, бескорыстие, высоко ценит людей, сочувствие к окружающим, отсутствие эгоизма, стремление к взаимопомощи, как единственно правильной формой человеческих отношений. Ценит возможность угодить другим и внести свой вклад в процветание и благополучие общества.
4	Индивидуалистический	Власть – основной мотивирующий фактор. Наиболее ярко выражено стремление к личной власти, влиянию и славе. Ценит уважение, свободу и возможность контролировать свою жизнь и судьбы других людей.
5	Традиционный	Интерес прежде всего к порядку, единству взглядов, традиции. Ценит присущие социальной структуре традиции, правила, нормы и принципы
6	Эстетический	Интерес к "форме и гармонии", судит обо всем с позиции красоты, симметрии, совершенства. Жизнь рассматривается, как череда событий, каждое из которых само по себе может является источником наслаждения. Ценит гармонию жизни, творческое самовыражение, красоту и природу

Результаты измерения отражают один из трех возможных уровней выраженности:

- Высокий уровень – сильные положительные эмоции, которые будет необходимо удовлетворять в производственной деятельности.

- Ситуативный уровень – эмоции и чувства будут расположены от положительных до безразличных, в зависимости от жизненных приоритетов сотрудников на данный момент времени. Внутренние мотиваторы данной группы становятся важными тогда, когда удовлетворены верхние мотиваторы.

- Низкий уровень – слабые эмоции и чувства будут безразличны в случае традиционного и эстетического мотиваторов.

3. Максимальные результативность и удовлетворенность от работы приходят тогда, когда стили поведения и факторы мотивации сливаются воедино. Они по отдельности оказывают мощное влияние на действия сотрудников, их сочетание и взаимодействие выводят организацию на качественно новый уровень.

Анализ их сочетаний сводится к исследованию:

- потенциальных сильных сторон стилей поведения и мотиваторов;
- потенциальных противоречий между стилями поведения и мотиваторами;
- идеальной рабочей обстановки;
- инструментов мотивации;
- инструментов управления.

Достижение эффективных результатов компанией в условиях кризиса в значительной степени определяется умением постоянно поддерживать уровень своей конкурентоспособности, постоянно увеличивать конкурентные преимущества. Именно по этой причине управление талантами становится одной из важнейших задач предприятия.

Библиографический список

1. Движущие силы управления талантами. Эл. ресурс: www.smart-edu.com/upravlenie-talantami/dvizhuschie-silu-kontseptsii-upravleniya-talantami.html.
2. Пирсон, Барри; Томас, Нил Краткий курс МВА. Практическое руководство по развитию ключевых навыков управления. – 5-е. – М.: Альпина Бизнес Букс: АСТ, 2007. – 338 с.
3. Ивановский Е.А., Надреева Л.Л. О необходимости совершенствования коммуникативной компетентности // Вестник магистратуры. – 2015. – № 1-2 (40). – С. 21- 23.
4. Надреева Л.Л. Баширова А.Г. Некоторые аспекты управления развитием персонала в инновационной среде // Научное обозрение. – 2014. – №7-2. – С. 692-695
5. Робертсон, Алан; Эбби, Грэм Управление талантами. Как извлечь выгоду из таланта ваших подчиненных = Managing Talented People: Getting on with – and the Best from – Your Top Talent. – Баланс–Клуб, 2004. – 184 с.
6. Управления талантами. Эл. ресурс: www.3metrix.ru

ЕНИКЕЕВ ИЛЬДАР ИРИКОВИЧ – магистрант Института авиации, наземного транспорта и энергетики, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ, Россия.

УДК 330

Д.К. Жданова

АНАЛИЗ УРОВНЯ ЗРЕЛОСТИ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА В КОМПАНИИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА

Внутренний маркетинг – это концепция, при которой работники рассматриваются как клиенты. Эта концепция особенно актуальна для сервисных организаций, поскольку эти организации строят свои отношения с клиентами через контактный персонал. Если клиент не доволен обслуживанием, он может больше не иметь отношений с этой организацией, а в худшем случае он расскажет своим друзьям и знакомым о негативном опыте обслуживания, что навредит имиджу компании. Поэтому сегодня компании стремятся вкладывать инвестиции в контактный персонал, чтобы они были довольны своей работой и обслуживали клиентов качественно.

Ключевые слова: *внутренний маркетинг, уровень зрелости внутреннего маркетинга, лояльность персонала, удовлетворенность работой.*

Концепция внутреннего маркетинга возникла в 1976 г., когда в своей работе Л. Берри отметил, что организация будет иметь довольных клиентов, когда ее сотрудники будут довольны. [1] Затем Сассер и Арбейт развили эту идею, они описывали работу как продукт, а сотрудников как клиентов: «Рассмотрение предложения о работе как продукта, а сотрудников как клиентов вынуждает руководителей относиться к своей работе также, как они относятся к продажам своих услуг». [2]

Гроонрос в 1981 г. отметил, что контактный персонал должен чутко реагировать на потребности клиентов, выявлять и удовлетворять их. В этом случае идет речь об интерактивности процесса обслуживания, а именно взаимодействие персонала и клиента приводит к удовлетворению потребности клиента, продаже товаров и услуг, а также дальнейшим отношениям. Персонал должен быть не только доволен своей работой, а быть клиентоориентированным. [3]

В 1985 г. Уинтер отметил, что сотрудники также должны чувствовать себя частью организации, понимать свое место в ней и разделять ее ценности. Таким образом, через внутренний маркетинг можно управлять поведением сотрудников для достижения целей организации. Так возникло понимание того, что внутренний маркетинг является механизмом реализации стратегии организации. Работник становится важной частью компании, со своей ролью в ней, все его действия способствуют эффективной реализации стратегии компании. [4]

Рафик и Ахмед в 1993г. обобщили предыдущие подходы и дали следующее определение внутреннего маркетинга: Внутренний маркетинг – это плановые усилия с использованием маркетингового подхода по преодолению сопротивления организационным изменениям и мотивации и интеграции сотрудников для эффективной реализации корпоративных и функциональных стратегий для достижения удовлетворенности клиентов через процесс создания мотивированных и клиентоориентированных сотрудников. [5]

В этом определении сделан акцент на действия, которые необходимо предпринять для эффективной реализации маркетинговых и других программ для достижения удовлетворенности клиентов, признавая центральную роль сотрудников в компании.

Говоря о внутреннем маркетинге в компании, стоит отметить, что в разных компаниях присутствуют разные его элементы. Наиболее часто встречающиеся в исследованиях зарубежных авторов элементы [6], следующие:

- ✓ Видение и высшее руководство;
- ✓ Внутренние коммуникации;
- ✓ Обучение и развитие;
- ✓ Вознаграждение;
- ✓ Взаимодействие между подразделениями;
- ✓ Наделение полномочиями;
- ✓ Рабочая обстановка и окружение;
- ✓ Организационная структура;
- ✓ Организационные изменения;

✓ Управление персоналом.

Каждый элемент требует внимания со стороны руководства компании, а также инвестиций. Интересным представляется вопрос, имеет ли смысл компании вкладывать денежные средства во все эти элементы, как это отразится на лояльности персонала, а, следовательно, и на результатах работы организации в целом?

Для ответа на данный вопрос автором было предложено введение понятия «уровень зрелости внутреннего маркетинга в организации». Уровень зрелости внутреннего маркетинга в организации – это стадия развития внутреннего маркетинга в организации, характеризующаяся определенным набором элементов внутреннего маркетинга, с помощью которых можно влиять на поведение персонала, с целью достижения его лояльности организации.

Рассмотрим элементы внутреннего маркетинга в Западно-Уральском банке ПАО «Сбербанк России», определим уровень его зрелости и оценим лояльность персонала.

В 2010г. новым Председателем Сбербанка России Германом Грефом был взят курс на проведение ребрендинга банка, коренных изменений в работе всех подразделений и работе с персоналом.

В табл.1 показано, какие элементы внутреннего маркетинга присутствовали в банке и как они изменились к 2016 году.

Таблица 1
Элементы внутреннего маркетинга в Западно-Уральском банке ПАО «Сбербанк России».

Элемент	2010 г.	2015 г.
Видение и высшее руководство	Сотрудники – основной источник издержек. Некоторые сотрудники не знают, как выглядит Председатель банка.	Сотрудники – ключевой фактор дохода. Сотрудники следуют за лидером – Председателем банка, посещают его ежегодные обращения к сотрудникам.
Внутренние коммуникации	Корпоративная газета, интранет-портал, рассылки	Единый корпоративный портал, корпоративное телевидение
Обучение и развитие	Обучение максимального количества сотрудников большому количеству курсов	Глубокое обучение новичков. Зрелые сотрудники учатся в ходе решения новых задач
Вознаграждение	Заработная плата состояла из оклада, месячной, квартальной и годовых премий. Размер премии зависел от «престижности» отдела, в котором работал сотрудник.	Заработная плата зависит от грейда (разряда), который присваивается сотруднику в зависимости от стажа, квалификации и достижений. Квартальная и годовая премии выплачиваются по результатам оценки по системе личной эффективности «5+».
Взаимодействие между подразделениями	Команда должна достигать поставленных задач, коллеги из других подразделений привлекаются как консультанты или соисполнители	Вся деятельность направлена на удовлетворение потребностей клиентов. Клиенты могут быть как внешние, так и внутренние (другие подразделения)
Наделение полномочиями	Концентрация полномочий в центре	Создание множества центров принятия решений
Рабочая обстановка и окружение	Формальная (делается только то, что прописано в должностной инструкции)	В отделах есть наставники, которые помогают коллегам при решении задач
Организационная структура	Направленная на развитие банка	Направленная на поддержание бизнес-процессов
Организационные изменения	Частые и хаотичные, сотрудников часто о них не уведомляют	Частые целенаправленные, сотрудникам доносят всю необходимую информацию
Управление персоналом	Стандартные процедуры отбора и подбора	Упор на развитие талантов («Сбербанк талантов»)

Анализ элементов внутреннего маркетинга в Сбербанке показал, что за 5 лет была проведена большая работа, самое главное, что изменилось понимание роли сотрудников. В 2016г. основной принцип работы банка звучит как «Счастливый сотрудник – довольный клиент», что целиком отражает концепцию внутреннего маркетинга. Также показательным является слоган банка: Я – лидер, Мы – команда, Все для клиента!

Согласно авторской методике оценки уровня зрелости внутреннего маркетинга, в 2010 г. уровень зрелости внутреннего маркетинга в банке в 2010г. можно отнести к базовому, а к 2016 г. он стал продвинутым.

Данные позитивные изменения в понимании роли сотрудников и достижение продвинутого уровня зрелости внутреннего маркетинга привели к определенным результатам. В банке регулярно проводят оценку лояльности сотрудников по методике независимого российского агентства. В 2010 г. лояльность персонала была на уровне 62 пунктов из 100 возможных, а в 2015г. этот показатель вырос до 80 пунктов, т.е. произошло увеличение на 29%.

Таким образом, длительная работа по совершенствованию элементов внутреннего маркетинга, пониманию роли сотрудников принесла банку желаемый результат в виде повышения лояльности персонала. Также стоит отметить, что в конечном итоге позиции банка укрепляются с каждым годом, растет число клиентов.

Библиографический список

1. Berry, L. L., Parasuraman, A marketing services: competing through quality // New York: The Free Press. 1991.
2. Sasser W.E., Arbeit S.P. Selling jobs in the service sector // Business horizons. 1976. 19 (3). P. 61-65.
3. Gronroos, C. Internal marketing – theory and practice. American Marketing Association's Services Conference Proceedings. 1985. P. 41–47.
4. Winter J. P. Getting your house in order with internal marketing: a marketing prerequisite // Health Marketing Quarterly. 1985. 3 (1). P. 69–77.
5. Rafiq M., Ahmed P.A. Internal marketing: Tools and concepts for customer-focused management. Taylor and Francis, 2002. 321 p.
6. Piercy N., Morgan N. Internal marketing – the missing half of the marketing programme // Long Range Planning. 1991. 24 (2). P. 82–93.
7. Hurley R. Customer service behavior in retail settings: a study of the effect of service provide personality // Academic journal of marketing science, 1998, p. 115-127

ЖДАНОВА ДАРЬЯ КОНСТАНТИНОВНА – магистрант факультета менеджмента, Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики (филиал в г. Пермь), Россия.

УДК 657

А.И. Ишимова

ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННИХ КОНТРОЛЕЙ В ПРОЦЕССЕ АУДИТА РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

В статье рассматриваются вопросы необходимости проверки аудитором системы внутренних контролей в организации. Предложены практические рекомендации по построению процесса аудиторской проверки эффективности системы внутренних контролей, связанных с учетом расчетов по оплате труда.

Ключевые слова: аудит, аудиторская проверка, система внутренних контролей, расчеты по оплате труда.

В процессе своей работы аудитор зачастую встречается с непониманием со стороны аудируемого лица о необходимости оценки его системы внутренних контролей. К сожалению, такое непонимание зачастую связано с тем, что многие компании просто недооценивают важность эффективно построенной системы внутренних контролей.

Попробуем же разобраться в необходимости оценки аудитором системы внутренних контролей аудируемого лица, а также рассмотрим основные моменты такой проверки на примере учета расчетов с персоналом по оплате труда.

Для проведения качественного аудита, аудитор должен обладать знаниями о системе внутреннего контроля и использовать их для выявления возможных искажений при рассмотрении факторов, которые оказывают влияние на риски существенного искажения информации, и при планировании характера, сроков и объема дальнейших аудиторских процедур [1].

В организации система внутренних контролей должна рассматриваться как составная часть системы управления, которая позволяет принимать решения, направленные на совершенствование хозяйственной деятельности, оперативное выявление, предотвращение и ограничение операционных и финансовых рисков.

При этом рассмотрение эффективности разработанных средств контроля с точки зрения аудитора включает оценку данных средств контроля на предмет достижения целей, для которых они предназначены.

Элементы, которые могут быть важны для аудитора при формировании понимания контрольной среды, включают следующие аспекты: компетентность; участие представителей корпоративного управления; философия и стиль управления руководством; организационная структура; распределение полномочий и ответственности; политика компании и практика в отношении персонала.

При формировании понимания важных для аудита средств контроля аудитору необходимо провести оценку разработки этих средств контроля и установить, путем проведения аудиторских процедур, были ли они реализованы.

Помимо этого аудитор обязан сформировать понимание основных действий, применяемых организацией для мониторинга системы внутреннего контроля финансовой отчетности, включая контрольную деятельность, относящуюся к аудиту, а также того, как организация инициирует коррективные меры в отношении недостатков своих средств контроля.

Существенная часть информации, используемой при мониторинге, может предоставляться информационными системами организации. Если руководство считает используемые для мониторинга данные точными безосновательно, ошибки, которые могут иметься в информации, могут потенциально привести руководство к неверным выводам в результате мониторинговой деятельности.

Итак, подойдем теперь к данному вопросу с более практической точки зрения и попробуем рассмотреть план проверки эффективности системы внутренних контролей в отношении учета расчетов по оплате труда.

В целом система внутренних контролей должна быть построена на основе системы учета расчетов по заработной плате и должна выглядеть таким образом, чтобы минимизировать все риски, которые могут возникнуть в данном бизнес-процессе (Рисунок 1).

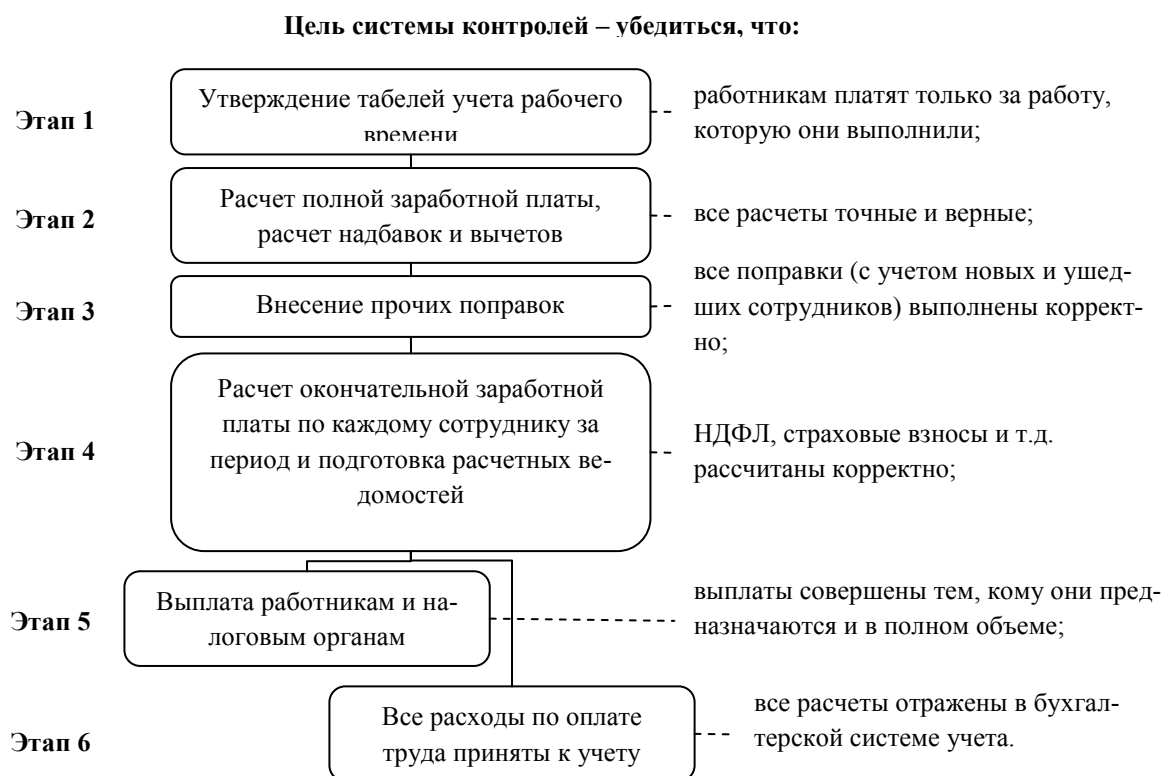


Рис. 1. Цели системы внутреннего контроля в бизнес-процессе учета расчетов по оплате труда [2].

Рассмотрим возможные внутренние контроли, которые разрабатывает компания для каждого из вышеописанных этапов, и соответствующие имаудиторские процедуры.

1. Общие контроли:

а) вся информация должна вестись по каждому сотруднику отдельно и включать в себя документальное подтверждение его найма, увольнения, больничных и прочих отпусков, изменения в ставке оплаты и т.д. Все изменения должны быть утверждены уполномоченными лицами;

б) в компании должно быть разделение полномочий среди следующих сотрудников: персонал по найму, бухгалтер по учету оплаты труда, кассир и сотрудник, ответственный за всю систему расчетов по оплате труда.

Варианты аудиторских процедур для оценки эффективности данных контролей:

а) проверить на выборочной основе файлы по некоторым работникам компании и убедиться, что их найм, увольнение или повышение в должности сопровождаются документами и утверждены уполномоченными лицами;

б) убедиться, что документы по начислению заработной платы подлежат независимой проверке со стороны уполномоченных лиц.

2. Контроли для Этапа 1:

а) обеспечение безопасного хранения и ограниченного доступа к табелям учета рабочего времени;

б) все время, отмеченное работниками в табелях, должно быть проверено и утверждено уполномоченным лицом.

Варианты аудиторских процедур для оценки эффективности данных контролей:

а) проверить использование табелей учета рабочего времени;

б) проверить на выборочной основе табели на предмет утверждения записанного в них времени уполномоченным лицом.

3. Контроли для Этапа 2-4:

а) все данные, используемые для расчета суммы заработной платы до вычета налогов (оклад, количество отработанных часов и т.д.) должны быть проверены независимым от подготовки данных расчетов сотрудником;

б) все регулярные отпуска, отпуска по болезни, отпуска по уходу за ребенком и т.д. должны быть утверждены уполномоченным лицом;

Варианты аудиторских процедур для оценки эффективности данных контролей:

а) на выборочной основе убедиться, что все сверхурочные работы, больничные или отпуска утверждаются уполномоченным лицом;

б) проверить расчет оплаты труда на предмет его проверки на точность и полноту независимым лицом;

в) провести интервью с владельцем контроля. Примерный перечень вопросов: каким образом производится расчет заработной платы (автоматически либо смешанным способом с внесением определенных данных вручную)? Кто имеет доступ к базам данных по сотрудникам? Как и кем производится ввод информации по увольнению, найму, переводу сотрудников?

4. Контроли для Этапа 5:

а) сумма для работников, которые получают зарплату наличными, должна соответствовать сумме, снятой с банковского счета;

б) подготовка денежных сумм к выплате должна происходить с участием минимум двух сотрудников заранее;

в) получение сотрудником конверта с заработной платой должно подтверждаться подписью данного сотрудника.

Варианты аудиторских процедур для оценки эффективности данных контролей:

а) посмотреть процесс подготовки конвертов с заработной платой;

б) проверить на выборочной основе подтверждение сотрудником получение заработной платы (наличие подписи сотрудника).

5. Контроли для Этапа 6:

а) выплаты налоговым органам должны быть в соответствии с начисленной заработной платой;

б) система по расчету заработной платы должна точно синхронизироваться с системой бухгалтерского учета.

Варианты аудиторских процедур для оценки эффективности данных контролей:

а) проверить на выборочной основе документы по выплатам в налоговые органы и сравнить их с начисленной заработной платой на правильность исчисления данных налогов;

б) провести интервью с владельцем контроля. Примерный перечень вопросов: кто и каким образом убеждается, что данные по заработной плате перенесены верно из одной системы в другую (в части общего начисления заработной платы, а также распределение на себестоимость, коммерческие, управленческие расходы)? Как часто производятся данные действия?

Помимо этого, аудитору следует получить от аудируемого лица различные внутренние нормативные акты, которыми регулируется процесс организации труда и процесс учета расчетов по оплате труда. Они станут отправной точкой для проверки эффективности системы внутренних контролей предприятия.

В соответствии с вышеизложенным подходом формирования и оценки работы систем внутреннего контроля, необходимо обращать основное внимание на ее соответствие действующим нормативным документам и основному идеологическому «посылу» заложенному в ней – стремлению к минимизации рисков в хозяйственной деятельности и своевременному выявлению нарушений.

Библиографический список

1. Федеральный стандарт аудиторской деятельности №8. Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности (в ред. Постановлений Правительства РФ от 19.11.2008 N 863, от 27.01.2011 N 30);

2. Becker Professional Education's ACCA Study Materials

ИШИМОВА АНАСТАСИЯ ИГОРЕВНА – магистрант факультета бизнеса, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Россия.

УДК 330

З.С. Дотдугева, И.А. Коновалова, В.В. Ловянникова

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ

Образование в современных экономических условиях становится одним из главных элементов экономического и социального развития. Для общества наибольшую ценность представляет образованный человек, обладающий достаточными знаниями, способный осуществлять свою деятельность в условиях современной экономики, что и служит предпосылкой для расширения образовательного рынка. Сейчас рынок образования в России фактически полностью сегментирован и насыщен, причем предложение, как правило, превышает спрос, что позволяет говорить о рыночной конкуренции.

Таким образом, в последние годы ситуация на рынке образовательных услуг в России постоянно меняется, что несомненно отражается и на всех регионах в составе РФ. Поэтому, чтобы оценить состояние рынка образовательных услуг Ставропольского края необходимо провести анализ всех его элементов.

Ключевые слова: инновации, высшее профессиональное образование, нововведение.

По показателям 2014 года Ставропольский край занимает 27 место в рейтинге инновационного развития среди субъектов Российской Федерации. Как показывает статистика, рынок образовательных услуг в регионе представлен практически всеми типами и видами образовательных учреждений. Среди них на основании данных на 01 сентября 2015 года 645 общеобразовательных учреждений, 64 организации среднего профессионального образования, 20 организаций высшего профессионального образования. Число выпускников общеобразовательных школ на окончание 2014 учебного года составило 35942 человека, при этом число поступивших на начало 2014-2015 учебного года в учреждения среднего профессионального образования 14 200 человек, в учебные заведения высшего профессионального образования – 20400 человек.

На основании исследований Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ставропольскому краю за последние пять лет количество общеобразовательных учебных заведений в нашем регионе имеет тенденцию к снижению (рисунок 1).

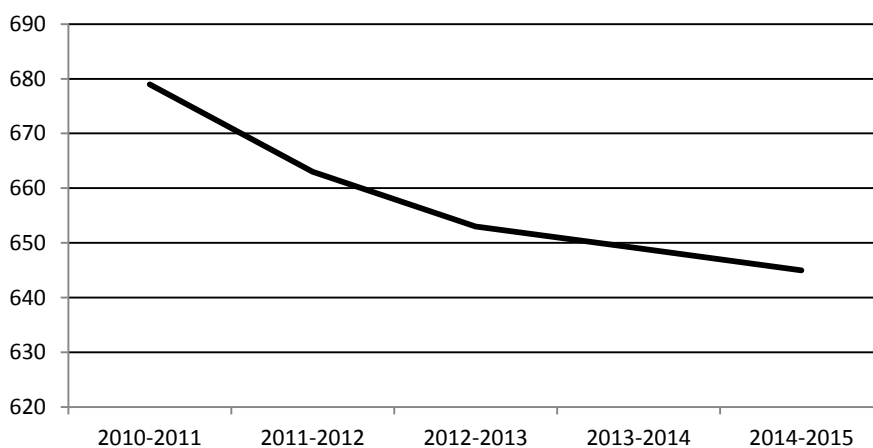


Рис. 1. Число общеобразовательных учреждений в Ставропольском крае

При этом изменения в динамике числа образовательных учреждений происходит за счет снижения числа государственных и муниципальных учреждений на 24 единицы (рисунок – 2).

Такие изменения связаны с невозможностью некоторых государственных образовательных учреждений «выжить» в условиях жесткой конкуренции, это связано с рядом проблем:

1) Отсутствует четкий механизм управления финансовой и хозяйственной деятельностью образовательных учреждений в крае, особенно в сельских районах.

2) Недостаточное кадровое обеспечение образовательной системы края.

3) Отсутствие достаточного обеспечения общеобразовательных учреждений края современным оборудованием.

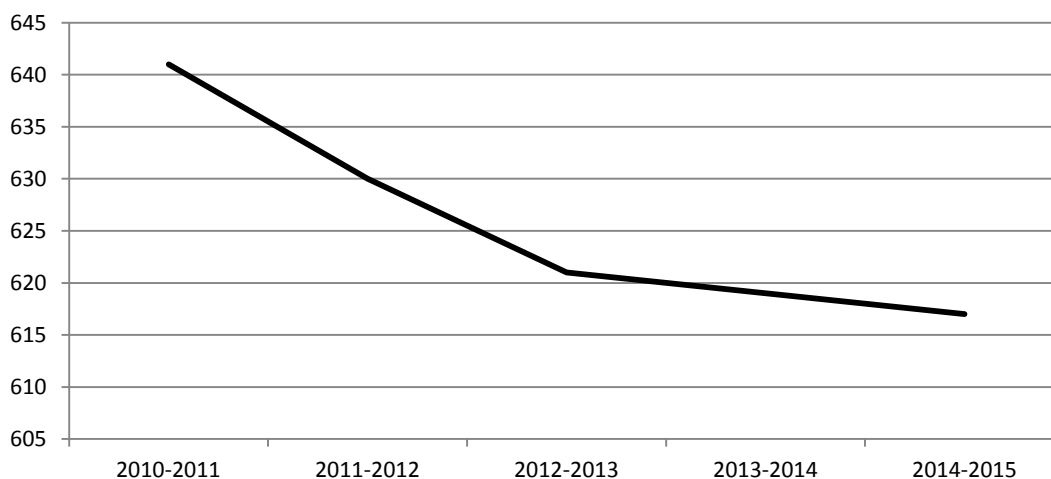


Рис. 2. Число государственных и муниципальных общеобразовательных учреждений в Ставропольском крае

Как и в целом по России в нашем регионе в период с 2010 года по 2014 год сократилось число учреждений высшего профессионального образования.

Такие изменения связаны с: несоответствие учебной базы образовательных учреждений новым федеральным государственным образовательным стандартам; отсутствием спроса на отдельные специальности на рынке труда; неправильным распоряжением и управлением средствами государственного финансирования.

Помимо общеобразовательных учреждений, государственных и частных учреждений среднего и высшего профессионального образования в Ставропольском крае успешно функционирует система развития одаренных детей, включающая сеть инновационных образовательных учреждений (краевой Центр «Поиск», Малая академия наук при Доме детского творчества города Ставрополя, лицей-интернат при СКФУ, Центры технического творчества, эстетического воспитания, экологии и туризма); индивидуальные программы сопровождения талантов, курирование их ведущими учеными и педагогами края, профильные смены в лагерях и т.д.

Таким образом, рынок образовательных услуг региона имеет положительную тенденцию в сторону улучшения качества образовательных услуг, достаточное финансирование.

В Ставропольском крае реализуется Стратегия развития образования (приказ министерства образования Ставропольского края от 25 декабря 2008 г. N 1043-пр "Об утверждении Стратегии развития образования в Ставропольском крае до 2020 года), направленная на развитие человеческого потенциала, улучшение качества жизни, совершенствование системы образования, развитие инновационной деятельности.

Результатом реализации стратегии должно стать:

1. Доступное образование, соответствующее современным критериям общественного и инновационного развития;

2. Сформированная высоконравственная, образованная личность, наделенная базовыми компетенциями современного человека;

3. Система непрерывного профессионального образования, соответствующего современным тенденциям;

4. Внедрение многовариативных форм жизнеустройства детей, лишённых родительского попечения;

5. Интеграция детей с ограниченными возможностями здоровья в обществе;

6. Устойчивый образовательный комплекс края, функционирующий на основе современных требований государства и общества.

Все это говорит о необходимости создания однородного образовательного пространства, построенного на принципах целостности, устойчивости и общедоступности. Необходима разработка системы управления и развития образовательного сектора региона путем правильной организации государственной политики в области образования. Также необходимо проведение модернизации образовательного комплекса путем внедрения и использования инноваций в образовательной сфере.

По результатам исследования можно выделить ряд особенностей рынка образовательных услуг региона:

1) В своей деятельности региональные образовательные учреждения должны опираться на федеральные образовательные стандарты.

2) В качестве примера в своей деятельности региональные учреждения должны использовать международный и всероссийский опыт в сфере образования, организации учебного процесса, социально-экономического регулирования и т.д.

3) Для осуществления образовательной деятельности учреждения должны четко продумывать стратегию осуществления своей деятельности.

Анализ структуры образовательного рынка показал, что рынок образовательных услуг в регионе не до конца сформирован, но развивается в правильном направлении, получает достаточное государственное финансирование, представлен хорошим ассортиментом специальностей, востребованных на рынке труда. Однако для успешного развития регионального образовательного рынка необходимо решить ряд проблем: снижение стоимости образовательных услуг, четкая государственная политика в сфере образования, государственный контроль за деятельностью учебных заведений, оснащение учебных заведений современным оборудованием и средствами обучения.

Образование является неотъемлемой частью общественной жизни. В процессе осуществления своей деятельности образовательные учреждения становятся участниками экономических отношений. Для сектора образования характерно наличие финансового механизма. Он представляет собой набор условий, способов и методов формирования, распределения и использования финансов учреждений с целью создания выгодных условий развития образовательной среды.

ДОТДУЕВА ЗУХРА СОСЛАНБИЕВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и внешнеэкономической деятельности Института экономики и управления, Северо-Кавказский федеральный университет, Россия.

КОНОВАЛОВА ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и внешнеэкономической деятельности Института экономики и управления, Северо-Кавказский федеральный университет, Россия.

ЛОВЯННИКОВА ВАЛЕНТИНА ВИКТОРОВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и внешнеэкономической деятельности Института экономики и управления, Северо-Кавказский федеральный университет, Россия.

УДК 330

В.Н. Красивская

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА РФ

В статье оценивается современное состояние нефтегазового комплекса Российской Федерации, выявляются блокирующие факторы инновационного развития. Рассматривается взаимодействие государства и нефтяной отрасли, а также роль государственной поддержки в развитии НГК. Для реализации обозначенных в статье задач предложены основные направления государственной политики в НГК РФ.

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс РФ, инновационный потенциал НГК, государственная научно-техническая политика в части развития нефтяной отрасли.

В сложившихся в настоящее время геополитических условиях России предстоит одновременное решение двух задач: преодоление экономического кризиса и переход от экспортно-сырьевой к инновационной модели экономического роста. Причем очевидно, что возможности и результативность решения первой задачи в значительной степени определяется тем, насколько быстро удастся осуществить переход к инновационной модели развития. В свою очередь, решение второй задачи зависит, во-первых, от уровня инновационной активности организаций, осуществляющих экономическую деятельность, эффективности их взаимодействия в точки зрения трансферта новых технологий, но и от того, насколько эффективной будет роль государства, в том числе, в области технологического развития российской экономики.

Это в полной мере относится к нефтегазовому комплексу (далее – НГК) как ключевому сектору российской экономики, стратегическая значимость которого состоит не только в обеспечении энергетической, но и экономической безопасности нашей страны. О значимости НГК страны для ее социально-экономического развития и геополитического статуса, необходимости его скорейшей модернизации писали В.Ю. Алекперов, Е.А. Телегина, А.А. Иголкин, М.В. Славкина, М.М. Козеняшева и другие известные эксперты.

Значение нефтегазового комплекса для экономического развития страны в сложившихся непростых как политических, так и экономических условиях, требует постоянного и тщательного анализа роли государства в развитии НГК и необходимых государственных мер в этой сфере.

НГК России обладает высоким инновационным потенциалом и при эффективном государственном регулировании способен стать одним из ведущих инновационных секторов экономики. Однако эксперты фиксируют наличие в самом НГК целого ряда проблем экономического, финансового, технологического и институционального характера. Среди них: устаревшее и изношенное оборудование предприятий, низкий объем финансирования НИОКР, низкоэффективные технологии и как следствие – низкий коэффициент извлечения нефти (25-35%) и качество ее переработки; сокращение объемов добычи на имеющихся месторождениях и необходимость освоения новых, находящихся, как правило, в труднодоступных районах со сложными условиями добычи, ухудшение качества запасов нефти, снижение объемов разведочного и эксплуатационного бурения, несовершенство законодательной базы и налогообложения, высокая зависимость от импорта, отсутствие развитой инновационной инфраструктуры – весь этот перечень свидетельствует о том, что сам НГК России остро нуждается в обновлении и модернизации, притоке новых технологий, в организационно-институциональных изменениях.

Между тем, уровень инновационной активности предприятий НГК остается невысоким, что не позволяет достичь требуемых масштабов модернизации как производственно-технологических, так и организационно-управленческих процессов. На сегодняшний день нет четко выстроенной, эффективно работающей цепочки «фундаментальные исследования – прикладные исследования – опытно-конструкторские работы – разработка – внедрение». Вертикально-интегрированные нефтяные компании (ВИНК) осуществляют в лучшем случае три последних этапа, в худшем – закупают готовые технологии за рубежом и внедряют их в производство. На макроэкономическом уровне наблюдается незаинтересованность участников бизнеса в разработке национальных стандартов из-за несовершенства законодательной базы и налогообложения. Отсутствует целостная система взаимодействия науки и бизнеса, высококонкурентный внутренний рынок научно-технических услуг; развитая инновационная инфраструктура. Инструментарий управления реализацией инновационных проектов недостаточен, решения не яв-

ляются комплексными и не учитывают множество факторов, влияющих на успех реализации проектов. Такой инструментарий нуждается в доработке, а инновационная и проектная деятельности компании – в обеспечении оборудованием, кадрами и финансовыми ресурсами.

Одной из основных проблем инновационного развития предприятий НГК является недостаток финансовых ресурсов. Радикальные нововведения требуют значительных и рискованных долгосрочных вложений, но потребность в них с учетом современного состояния большинства предприятий отрасли столь высока, что они не под силу даже крупным компаниям. В такой ситуации важное значение приобретает активная позиция государства и государственная помощь и поддержка.

Для решения задач инновационного развития предприятий НГК государство обладает двумя инструментами: государственное финансирование фундаментальных НИОКР и стимулирование инновационных проектов по разработке труднодоступных месторождений нефти и газа, коммерческая эксплуатация которых без инноваций невозможна [6]. Задачей государства является обеспечение реальной интеграции науки, образования и производства, создания условий для скорейшего внедрения современных технологий. Целесообразным можно считать предложение о «принуждении к инновациям» – требование от компаний обязательного отчисления определенного процента выручки от добычи в национальные научные учреждения. Такая практика используется в ряде стран с высокой долей концентрации собственности в рамках госкомпаний. В этом случае государство выступает заказчиком работ, формируя конкретные задачи с жесткими требованиями по срокам и ответственности исполнителей. Но это требует и более точного планирования НИОКР. Задача бизнеса – подстроиться под график мировых технологических преобразований. Задача государства – создать такую систему государственного регулирования (в том числе налогового), при которой у бизнеса появилась бы экономическая мотивация к реализации новых технологий в сроки, соответствующие «часам» технологических революций [4]. В числе используемых в других странах инструментов государственной поддержки НИОКР, которые могли бы быть использованы и в РФ: государственное финансирование; предоставление налоговых льгот и даже «налоговых каникул» предприятиям, осуществляющим НИОКР; кредиты под невысокие проценты; защита интеллектуальной собственности, которая в России развита совершенно в недостаточной степени. Приходится признать, что существует проблема недостаточной результативности вложений в НИОКР: по наиболее доступному и признанному индикатору патентной активности российские нефтегазовые компании на сегодняшний день значительно уступают своим зарубежным конкурентам.

Существующие трудности и проблемы развития инновационной деятельности и реализации инновационных проектов приводят к тому, что российские компании по большей части ориентируются на решение краткосрочных задач, нацеленных на повышение операционной эффективности производства. Их инновационная деятельность практически не ориентирована на среднесрочную (нетрадиционные углеводороды) и долгосрочную перспективу (альтернативная энергетика). Тогда как инновационные стратегии зарубежных нефтегазовых компаний имеют перспективную направленность и сосредоточены на разработке нетрадиционных углеводородов и, особенно, на использовании возобновляемых источников энергии, так как «нефтяная эра заканчивается».

Необходимо разрабатывать долгосрочные стратегии и осуществлять системную работу, направленную на повышение технического уровня отрасли, полноценное использование механизмов технического регулирования и технологической экспертизы проектов.

Факторами риска, определяющими остроту состояния отрасли в настоящее время, являются не только ухудшение ценовой конъюнктуры на мировых рынках нефти и газа, введенные санкций США и стран ЕС, но и высокая степень зависимости отраслей топливно-энергетического комплекса (ТЭК) от импортных технологий и оборудования. Невозможность создания собственных новых технологий последнего поколения может снизить конкурентоспособность российской экономики, повысить её уязвимость в условиях нарастающего геополитического соперничества и нарушить технологическую устойчивость НГК.

Технологическая устойчивость НГК России в настоящее время зависит не только от инновационной активности предприятий НГК, но и от их способности противостоять технологическим санкциям. Введение технологических санкций стимулировало разработку и принятие планов по импортозамещению: в ноябре 2014 г. – «Плана мероприятий по снижению зависимости российского ТЭК от импорта оборудования, технических средств, комплектующих, услуг (работ) иностранных компаний и использования иностранного программного обеспечения», в 2015 г. – «Плана мероприятий по импортозамещению в отрасли нефтегазового машиностроения Российской Федерации». Ожидается, что их реализация позволит снизить зависимость от импорта в нефтегазовом машиностроении с 60% до 43% к 2020 г. Срочные меры направлены на развитие технологий наклонно направленного бурения и гидравлического разрыва пласта. В 2018 г. предполагается создание технологий для разработки ТриЗов, в 2020 г. – для осуществления шельфовых проектов [5].

В значительной степени технологическая устойчивость НГК РФ связана с эффективностью реализации заявленного курса по импортозамещению. В ряде компаний меры по импортозамещению планомерно осуществляются. «Газпром» создал департамент импортозамещения, а также разработал справочник импортозамещаемой продукции, где конкретно указывается, какую зарубежную технику можно заменить отечественной. Чтобы попасть в данный справочник, российские изделия проходят дополнительную экспертизу и подтверждают своё качество. Аналогичные усилия предпринимает «Роснефть». Отечественные машиностроительные предприятия постепенно начинают производить новую конкурентоспособную продукцию. Так, например, 1 июля 2015 г. был введён в эксплуатацию Угличский завод точного машиностроения. Инвестиции в данный проект составили около 500 млн рублей. Предприятие выпускает оборудование для газовой отрасли – автоматические газовые распределительные блоки, газомазутные и пылегазомазутные горелки [1]. В 2014 году ООО «ЛУКОЙЛ-ПЕРМЬ» поделилось опытом применения российских аналогов импортного оборудования – ЦНСп (насос центробежный секционный) с оппозитным расположением рабочих колес. Благодаря установке расход электроэнергии снизился более чем на 6%, что позволило предприятию сэкономить до 1, 388 млн. руб. в год. Всего в 2014 г. на объектах ООО «ЛУКОЙЛ-ПЕРМЬ» установлено два насоса ЦНСп российского производства [2]. По словам начальника отдела департамента государственной энергетической политики Минэнерго, И. Иванова инвестиции в импортозамещение оцениваются, предварительно, между 8 и 10 млрд рублей до 2020 г.

Таким образом, в принципиально новой для России геополитической ситуации и в условиях экономического кризиса важнейшими задачами как государственной экономической политики, так и всей государственной научно-технической политики в части развития нефтегазовой отрасли, эксперты считают необходимым признать: создание отечественных и адаптивное зарубежные технологий, обеспечивающих значительное снижение издержек производства по всей «цепочке» – добыча, подготовка, транспорт и распределение нефти и газа; создание в России совместными усилиями государства и нефтегазовых компаний принципиально новых малотоннажных нефтегазохимических технологий, ориентированных на комплексную переработку природных и попутных газов непосредственно в районах газо- и нефтесборки; создание эффективных условий привлечения финансовых ресурсов к реализации инновационных проектов [3].

Для реализации этих задач основными направлениями государственной политики в НГК РФ должны стать: совершенствование нормативно-правовой базы развития нефтегазового комплекса в части повышения его инвестиционной привлекательности; импортозамещение; развитие интеграционных процессов в рамках Евразийского экономического союза; развитие экономического и научно-технического сотрудничества в рамках БРИКС и с другими государствами, которые не поддержали западные санкции. Для российской нефтегазовой отрасли наступил этап, когда самый ценный ресурс – это новые идеи и нестандартные решения.

Библиографический список

1. Пусенкова Н. «Страна фьордов» научит нефть добывать // Нефть России. 2008. № 9. С.14-17.
2. Плакиткин. Правильно настроить «технологические часы» Прогнозирование долгосрочных тенденций инновационно-технологического развития ТЭК позволяет задать ориентиры развития российской энергетики/Нефть России. 2015. № 11-12. С. 4-9.
3. Поминова И. Тест на прочность // Нефть России. 2015. №11/12.С. 16.
4. Валентинов А. Третья беда России Повышение энергоэффективности и внедрение энергосберегающих технологий становятся основной движущей силой развития ТЭК Нефть России. 2015. № 11-12. С. 46
5. ЛУКОЙЛ внедряет импортозамещающие технологии в Пермском крае. 2014. [Электронный ресурс] <http://itimenews.org/ru/page/165342> (дата обращения 10.01.2016)
6. Мастепанов А. О современной геополитической ситуации в мире и ее влиянии на нефтяные цены. [Электронный ресурс]. http://www.energystrategy.ru/ab_ins/source/Mastepanov_18.12.14.doc (дата обращения 15.01.2016)

КРАСИВСКАЯ ВАЛЕРИЯ НИКОЛАЕВНА – магистрант кафедры «Технологическое предпринимательство», Московский технологический университет, Россия.

УДК 330

Б.Р. Лалиева

СУЩНОСТЬ БАНКОВСКИХ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ. ВЫГОДЫ И НЕУДАЧИ

В настоящее время одной из важнейших тенденций на мировой экономической арене является процесс глобализации и консолидации банковских систем, последствием которого являются всевозможные изменения кредитного бизнеса и в целом мирового хозяйства. Как известно, кредитные организации стремятся усилить свое влияние на рынке, что приводит к конкурентной борьбе, к активизации экспансии в новых сегментах. И именно слияния и поглощения могут дать возможность достичь превосходства в данной сфере. В статье рассматриваются основы сущности объединений в банковской сфере, а также выгоды и недостатки сделок по консолидации кредитных организаций.

Ключевые слова: банковская система, слияния, поглощения, теория синергии, выгоды, причины неудач.

История слияний и поглощений довольно долгая. Упоминания о таких понятиях, как «поглощение», «слияние» впервые возникли в конце XIX столетия в работах американских экономистов. Но именно в последние годы эти процессы стали важнейшим шагом экономического развития. Преимущество консолидации банковского бизнеса заключается не только в повышении влияния в секторах экономики, но и в минимизации издержек, рисков, а также в модернизации технологий.

Поглощения и слияния – это некая форма проявления конкурентной борьбы между компаниями в банковской сфере, является ключевой составляющей в создании изменений банковской структуры. «Слияние» (merger) – тип объединения, к которому кредитные организации приходят обоюдно и согласованно для того, чтобы заполучить более выгодное место в секторе экономики. В этом случае между ними осуществляется обмен акциями, либо выпускаются новые акции. Также в научной литературе применяется термин «присоединение» (acquisition) – форма слияния, при которой одна компания приобретает банковские активы другой компании либо происходит присоединение ее целиком. «Поглощение» же (absorption) – это когда один банк приобретает полностью другой банк, при этом «поглощенный» банк прекращает существование. Существует еще один вид поглощения – это «захват» (takeover) – согласованное либо принудительное соединение двух банков, с помощью покупки активов и акций.

В трудах Александра Молотникова «слияние» рассматривается как одна из форм реорганизации, процедуры, предусмотренной в российском законодательстве, и заключается в возникновении новой организации из двух реорганизуемых. «Поглощение» же не является юридическим термином, с точки зрения российского права, употреблялось как обобщенное понятие контроля над бизнесом, т.е. «недружественное поглощение». [1]

Но многие экономисты не выделяют различия между терминами слияние и поглощение, ссылаясь на то, что в большей части научной литературы данные понятие – одно целое. К тому же на практике участники сделок M&A не разделяют эти понятия.

Стивен Росс в своей работе «Основы корпоративных финансов» при описании сделок M&A выделяет несколько важных факторов и юридических процедур, необходимых при присоединении компаний. К ним относятся слияние или консолидация, покупка контрольного пакета акций, приобретение активов. В данной работе отмечается целостность понятий «слияние» и «поглощение».

Питер С. Роуз также описывает схожесть этих понятий в своей работе «Банковский менеджмент»: «...любое слияние – это просто финансовая сделка, в результате которой один или более банков поглощаются другими банковскими учреждениями. Приобретаемый банк (как правило, меньший из двух) отменяется от своего устава, и получает новое название (обычно это название приобретающей организации). Все активы и пассивы приобретаемого банка становятся дополнением к активам и пассивам банка приобретающего» [2].

© Лалиева Б.Р., 2016.

Научный руководитель: Камбердиева Светлана Султановна – доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, Северо-Кавказский горно-металлургический институт, Россия.

Понятие слияний и поглощений также находят свое место в законодательных и нормативных актах Российской Федерации. В Гражданском Кодексе РФ процесс слияния между юридическими лицами описывается, как переход обязанностей и прав лиц к новому созданному юридическому лицу. Если этот процесс рассматривать с позиции банковской системы, то это означает возникновение нового лицензированного банка, вместо двух прежних банков.

Важно отметить, что типы слияний и поглощений зависят не только от ситуации на рынке, но и от маркетинговой стратегии и активов, которыми располагает организация. Кроме этого, существует множество особенностей внутри региона в каждой стране. Так, например, если для Европы характерно слияние в большей степени среди небольших банков, то в США в основном распространено слияние крупных. Что касается России, то тут ситуация схожа с европейской, но присутствуют случаи слияний и поглощений среди крупных банков. Например, всем известное слияние в 2013 году таких банков, как ВТБ 24 и ОАО «ТрансКредитБанк» (ТКБ) в единую структуру под брендом ВТБ24.

Существуют следующие разновидности и типы банковской консолидации.

1. Слияния и поглощения, зависящие от того, к какой стране относятся объединяющиеся компании:

- национальные сделки (т.е. данные организации находятся в одной стране);

- транснациональные сделки (т.е. организации находятся в разных странах, одна из них выходит на внешний рынок).

2. Слияния и поглощения по отношению руководящего состава организации к данным сделкам:

- дружественные сделки (стороны идут на соглашение и взаимное удовлетворение интересов, т.е. понимая, что им выгоднее объединиться, чем противостоять друг другу);

- враждебные сделки (одна из организаций осуществляет ряд мероприятий, которые приводят к «поглощению» другой компании, отвергающей предложение о скупке их акций).

3. По способам взаимодействия организаций, выделяют следующие типы:

- горизонтальные слияния и поглощения (объединение организаций, которые хотят достичь расширения и сохранить клиентов. Они предоставляют схожие виды продуктов и услуг и распространены в одном сегменте рынка);

- вертикальные слияния и поглощения (объединение организаций, желающих расширить спектр своих услуг, продуктов и привлечь новых клиентов. Данные организации работают в смежных рыночных сегментах);

- конгломератные слияния и поглощения (объединение организаций, для создания новых продуктов и услуг и находящихся в разных сегментах рынка.)

Хотелось бы отметить, что невозможно все сделки по банковской консолидации отнести к тому или иному типу, так как каждую необходимо рассматривать через призму экономической ситуации и положения самой организации. Практически все сделки – совокупность разных видов, с влияющими на них факторами.

4. Выделяют также слияния, по методу объединения.

- корпоративные альянсы (объединение нескольких организаций, распространенных в определенном сегменте. Это позволяет достичь определенных эффектов, но по основным вопросам они продолжают вести самостоятельную работу);

- корпорации (объединение активов сторон сделки).

5. По типу механизма слияния или поглощения:

- объединение всех активов, прав и обязательств;

- приобретение доли или всех активов организации;

- приобретение акций, оплаченных денежно;

- приобретение акций, оплаченных другими ценными бумагами.

Существуют теории, которые объясняют мотивы слияний и поглощений. В настоящее время стала популярна теория синергии (Theory of Synergy), т.е. эффект взаимосвязи двух или более факторов для достижения наибольшей отдачи, превосходящей каждый компонент в отдельности. Синергетический эффект также представлен как закон «1+1=3». Данная теория впервые была описана в 1983 году в работе М. Брэдли, А. Десаи и Е. Хан Ким, суть которой заключается в том, что два фактора, в нашем случае банка, идут на консолидацию лишь тогда, когда их объединение даст максимизацию чистой прибыли.

Согласно закону синергии слияния и поглощения могут дать банку множество преимуществ: выход на новые рынки и сектора экономики, увеличение прибыли, расширение линейки предоставляемых продуктов и услуг, повышение эффективности бизнеса и др. Также теория содержит в себе целый ряд эффектов:

- эффект увеличения доходности (получение новых, более прибыльных клиентов при слиянии банков, улучшение позиций бренда, кросс-продажи продуктов и услуг);

- эффект диверсификации (банк-покупатель получает новый продуктовый ряд и минимизирует риски вложения в разработку новой собственной продукции);
- эффект финансовой синергии (выгоднее инвестировать проекты внутри банка, чем вкладывать средства во внешние факторы). [3]

Еще одним примером финансового эффекта синергии является покупка банка, балансовая стоимость которого выше той цены, которую дает ему рынок. И банк-покупатель может достаточно выгодно приобрести его, чтобы в дальнейшем иметь возможность либо продать его, либо его часть, сыграв на разнице в цене.

Многие специалисты подчеркивают, что основным мотивом слияний и поглощений является диверсификация – повышение эффективности деятельности и получение новых выгод, путем расширения линии продукции и переориентации на новые рынки. Акционеры не считают такой мотив достаточно выгодным, так как акционеры развитых стран часто осуществляют размещение активов своего портфеля ценных бумаг. Например, Р. Брейли и С. Майерс утверждают, что диверсификацию выгоднее осуществлять отдельным акционерам, чем целой компании, и нет никаких свидетельств, что инвесторы платят дороже за каждую акцию диверсифицированного предприятия. Сложно сказать, используется ли такие синергетические методы, как агломерационный эффект или же взаимодополняющие ресурсы, когда происходит обыкновенное объединение несвязанных организаций.

Таким образом, можно сказать, что главной причиной консолидации организаций является усиление синергетического эффекта, результат, в несколько раз превышающий их действия по отдельности. И этот мотив является основным, принимая решение об объединении или поглощении.

Существует некая закономерность, получившая название в экономической литературе «зависимость Брейка-Эвена». Исследования объединений банков в США показали, что на начальном этапе у банков, осуществивших слияние, увеличиваются финансовые затраты и ухудшается положение, и продолжается этот процесс около одного года, достигнув максимума. Далее, к третьему году, проявляется положительный эффект и только на пятом году все произведенные затраты полностью компенсируются полученной прибылью. Так же было замечено, что за этот период данные банки быстро расширяют свою долю на рынке, в отличие от банков, не участвовавших в слиянии. Однако далее их прогресс становится медленнее, чем у необъединенных банков, оставшихся работать на прежних рынках.

Исследуя эти процессы, можно сказать, что невозможно дать стопроцентную гарантию банковским сделкам по консолидации. Это утверждают и сами участники сделок. Лишь 43-61% исследованных слияний отмечались равномерным расширением на рынке, но в реальности эти показатели роста оказались недолговечными и проявлялись в течение трех лет после слияния. Опросы среди банков в США подтверждают, что только 2/3 благодаря слияниям получили действительно квалифицированный персонал, а 80% банков, в результате объединения, достигли более эффективного уровня организации.

По результатам консультационной фирмы FMCG-Capital Strategies, лишь 21% слияний оказались наиболее эффективными и удачными из рассмотренных 400. А причинами этих неудач, как объясняют специалисты, является недооценка негативных сторон синергетического эффекта. Хотя можно отметить, что сумма неудачных сделок в 90-х годах меньше, чем в 80-х (47% против 56%). Однако все же не удаются две сделки из трех, и это серьезный показатель. Некоторые экономисты склонны к тому, что крупные кредитные организации больше подвержены риску неудачного слияния.

По средним оценкам, около 60% слияний оказываются неэффективными, и существуют следующие объясняющие факторы:

-сложности интеграции между банками (30% случаев), потеря ценных кадров в процессе слияния (36% случаев), неспособность передачи навыков работы (34% случаев). Все это связано, в первую очередь, с корпоративной культурой организаций, подходом к управлению и возникающим проблемам, задачам деятельности и др.

-различные ожидания сторон: в большинстве случаев цена приобретаемого банка слишком высокой, и это не позволяет быстро покрыть расходы за покупку; в 35% сделках приобретающая организация не до конца рассчитывает расходы на налаживание деятельности созданного банка;

-изменения в экономике (инфляция, темпы роста и т.д.) или норм регулирования банковской деятельности (22% случаев). [4]

Таким образом, на основе исследований выделились наиболее главные причины неудач сделок по банковским слияниям и поглощениям:

1. *Отсутствие взаимосвязи в деятельности банков.* Сделка может оказаться неудачной и неэффективной, если специализации соединяемых банков слишком несовместимы. В более 80% случаев провалов консолидации руководство банков называет отсутствие взаимосвязи между ними, несоответствие корпоративных культур.

2. *Политика регулирования слияний и поглощений в банковском секторе.* Мировая практика пока-

зывает, что все эти процессы подвергаются регулированию со стороны рынков. Как известно, слияния (поглощения) нуждаются в контроле и централизованном регулировании, но не должно происходить принудительное или искусственное «подталкивание» банков к объединению.

3. *Неопытность лиц, осуществлявших сделку.* Но, безусловно, не стоит обвинять в провале лишь управляющие органы, ведь практика показывает, что неудачи возникают и при самом лучшем менеджменте. Также и самую идеальную программу консолидации могут испортить ошибки управленца.

4. *Переоценка эффекта синергии и иных эффектов.* Последствием тут является высокая премия, которая выплачивается акционерам целевого банка. По оценкам Эдкинсона и Фрейзера, Дарнелла, Ченга, Гапа и Уолла чаще всего причиной неудач при слияниях является неверный расчет именно величины надбавки акционерам целевого банка за объединение. Все это увеличивает балансовую стоимость ценных бумаг банка-цели, и слияние становится неоправданным.

5. *Утечка квалифицированных кадров.* При осуществлении слияния может произойти потеря ценного персонала целевого банка, что также является негативным моментом. И именно банковский сектор наиболее чувствителен к таким переменам. Эту ситуацию часто сравнивают с «эффектом домино», т.е. вывод ключевых элементов из системы ведет к негативным последствиям и спаду деятельности. Даже при удачном слиянии банк утрачивает около 10% опытных кадров и впоследствии ценных клиентов. Таким образом, банк, при осуществлении слияния (поглощения) должен учитывать эти моменты, чтобы минимизировать потери.

6. *Ошибки в прогнозах.* Отсутствие стратегии, неточные прогнозы, нерациональная тактика – все это также является причиной неудач при слияниях и поглощениях.

7. *Некорректные действия участников сделки.* Негативно повлиять на процесс слияния (поглощения) может и обман продавца, который умышленно завышает цену банка-цели для приукрашивания негативных сторон. Например, через фальсификацию отчетности.

8. *Неоправданное демонстрация показателей роста.* Консолидация только ради хороших показателей, роста рейтинга и т.д. в дальнейшем может привести только к негативным последствиям.

Таким образом, можно сказать, что, безусловно, сделки по банковским слияниям и поглощениям дают возможность получения различных экономических выгод. Но при условии, что эти операции обеспечивают укрепление позиций и увеличивают влияние на рынке. Данные процессы оправданы и эффективны, если преимущества превосходят затраты слияний.

Библиографический список

1. Молотников А.Е. Слияния и поглощения – российский опыт/М.: ООО «Вершина», 2005. – 344 с.
2. Роуз П. С. Банковский менеджмент/ М.: Дело, 1995. – 200 с.
3. М. Брэдли, А. Десаи и Е. Хан Ким. Обоснование межфирменных тендерных предложений/Журнал «Финансовая экономика», №11, 1983. – 195 с.
4. Банки – новости, информация [электронный ресурс] – URL.: <http://www.provsebanki.ru/text/234> (Дата обращения: 02.12.2015)

ЛАЛИЕВА БЕЛЛА РЕМИКОВНА – магистрант экономического факультета, Северо-Кавказский горно-металлургический институт, Россия.

УДК 353.9

Р.А. Люлькин

УПРАВЛЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В статье рассматривается сфера физической культуры и спорта как фактор успешного социально-экономического развития. Деятельность департамента физической культуры и спорта Приморского края. Изменение структуры исполнительного органа Приморского края, и анализ эффективности программно-целевого метода, сравнение ожидаемых результатов с фактическими.

Ключевые слова: физическая культура и спорт, департамент, Приморский край, программа, показатели, финансирование, инфраструктура, популяризация.

На современном этапе происходит возрастание экономической и политической функции сферы физической культуры и спорта наряду с ее социальной значимостью. Развитие физкультурно-спортивного комплекса положительно влияет на все сферы общества, увеличивая человеческий потенциал и капитал, создавая дополнительные факторы успешного социально-экономического развития. Привлечение широких масс населения к занятиям физической культуры, а также спортивные успехи на международных соревнованиях являются бесспорным доказательством жизнеспособности и духовной силы любой нации, свидетельством экономического и оборонного могущества государства. Забота о всестороннем и эффективном развитии физической культуры и спорта, оздоровление нации и сохранение ее генетического потенциала, формирование здорового образа жизни населения, гармоничное физическое воспитание здорового, физически крепкого поколения – важнейшая задача государственной социально-экономической политики.

В этой связи особо важным становится совершенствование имеющихся подходов к управлению развитием физической культуры и спорта в Российской Федерации.

В современных условиях развития физкультурно-спортивного движения России наиболее важную роль играет эффективность управления не только федерального центра, но и на региональном уровне. Целью статьи является изучить процесс управления физической культурой и спортом в регионе на примере Приморского края, и выявить его основные проблемы.

До 2013 года управление физической культуры и спорта в Приморском крае осуществляло Управление по физической культуре и спорту Приморского края. С 1 января 2013 года Управление претерпело изменения, и было переименовано в Департамент по физической культуре и спорта Приморского края.

Департамент физической культуры и спорта Приморского края является органом исполнительной власти Приморского края, осуществляющим в пределах своих полномочий государственное управление в сфере физической культуры и спорта на территории Приморского края. Департамент формируется Администрацией Приморского края, подчиняется и подотчетен Губернатору края – Главе Администрации Приморского края и вице-губернатору Приморского края, курирующему деятельность департамента. [3]

Главными нормативно-правовыми документами, регулирующими деятельность Департамента являются:

1. Федеральный закон № 329-ФЗ от 04 декабря 2007 г. «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». [1]

2. Закон Приморского края № 399-КЗ от 10 апреля 2009 г. «О физической культуре и спорте в Приморском крае» (Принят законодательным собранием Приморского края 25.03.2009). Настоящий Закон в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 4 декабря 2007 г. N 329-ФЗ "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" (далее – Федеральный закон), иными федеральными законами регулирует правовые, организационные, экономические и социальные отношения в области физической культуры и спорта в Приморском крае [2].

Основным методом управления физкультурой и спортом Приморского края является программно-целевой метод.

© Люлькин Р.А., 2016.

Научный руководитель: Сидоренко Ольга Владимировна – доктор экономических наук, доцент, Хабаровский государственный университет экономики и права, Россия.

Основными целями реализации программы «Развитие физической культуры и спорта Приморского края на 2013-2017 годы» являются: обеспечение возможности для населения Приморского края вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом, получать доступ к развитой спортивной инфраструктуре; повышение конкурентоспособности спортивных сборных команд Приморского края и спортивных клубов Приморского края на российской и международной спортивной арене [3].

В таблице 1 произведено сравнение программных показателей с фактическими за период 2012 по 2014 гг.

Таблица 1

Показатели развития физической культуры и спорта в Приморском крае

Показатель	2012 год		2013 год		2014 год	
	План	Факт	План	Факт	План	Факт
Доля населения П.К., систематически занимающегося физической культурой и спортом, в общей численности населения П.К.	21%	24,1%	23%	26,4%	25%	25%
Количество квалифицированных тренеров и специалистов П.К. в области физической культуры и спорта, работающих по специальности	3482 тыс. чел.	3553 тыс. чел.	3486 тыс. чел.	3573 тыс. чел.	3486 тыс. чел.	3509 тыс. чел.
Количество спортивных разрядов "КМС" и спортивных званий "МС России", "МСМК" и "ЗМС", присвоенных спортсменам П.К.	531 чел.	386 чел.	580 чел.	375 чел.	600 чел.	935 чел.
Единовременная пропускная способность объектов спорта (процент обеспеченности спортоборудованиями от норматива)	25,37%	25,37%	25,50%	28,24%	28,0%	26,48%
Численность Приморского края		1950,401 тыс. чел.		1942,9 тыс. чел.		1938,516 тыс. чел.
финансирование программы.			3 328 455,9 тыс. руб.	4 816 055,9 тыс. руб.	1 736 903,4 тыс. руб.	2 817 430 тыс. руб.

Данные таблицы показывают, что планомерно растет количество фактически занимающихся спортом людей, так же и по сравнению с программными показателями в среднем на 3% в год.

Количество квалифицированных тренеров является проблемой не только в Приморском крае, но и по всей России. Поэтому мы видим задачу программы не увеличить количество квалифицированных тренеров до 2016 года, а не допустить снижение этой цифры 3486 тыс. чел. Рост прогнозируется в 2017 году 3490 тыс. чел. Фактический показатель показывает, что только в 2013 году выросло количество тренеров по соотношению к предыдущему году. Можно сказать, что рост обусловлен увеличением финансированием 2013 года. [3]

В связи с популяризацией спорта резко возрастает потребность в увеличении количества спортивных сооружений, однако фактически в 2014 году наблюдается невыполнение показателя, учитывающего пропускную способность объектов спорта (табл. 1).

В этой связи главной задачей в крае является увеличение спортивных сооружений в регионе, способных принять всех желающих заниматься физической культурой и спортом (табл. 2).

Таблица 2

Оценка ожидаемых последствий решения проблемы управления физической культурой и спортом в Приморском крае

Формулировка решаемой проблемы	Наименование задачи программы	Конечный результат подпрограмм
Недостаток спортивных сооружений для занятий массовой физической культурой и спорта	Развитие инфраструктуры для занятий массовым спортом по месту жительства	Увеличение доли населения региона систематически занимающихся физической культурой и спортом не менее чем до 30% к 2020 году
		Увеличение доли граждан, ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, систематически занимающихся физической культурой и спортом, в общей численности данной категории населения до 5% к 2015 году и не менее 10% к 2020 году
		Обеспечение жителей области спортивными сооружениями, в расчете 267 ед. на 100 тыс. населения региона

Так как на современном этапе рассчитывать на увеличение финансирования не приходится, считаем, что основным источником является частные инвестиции. Поэтому необходимо усилить работу органов власти и общественных организаций по привлечению частных инвесторов на условиях государственно-частного партнерства для строительства спортивных сооружений в Приморском крае.

Библиографический список

1. Федеральный закон № 329-ФЗ от 04 декабря 2007 г. «О физической культуре и спорте в Российской Федерации».
 2. Закон Приморского края № 399-КЗ от 10 апреля 2009 г. «О физической культуре и спорте в Приморском крае» (Принят законодательным собранием Приморского края 25.03.2009).
 3. Официальный сайт Администрации Приморского края. [Электронный ресурс].
-

ЛЮЛЬКИН РОМАН АЛЕКСАНДРОВИЧ – магистрант, Хабаровский государственный университет экономики и права, Россия.

УДК 336.64

А.А. Гурджиян, А.С. Дадаян

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

Эффективное управление финансовой устойчивостью является одним из главных условий стабильного функционирования и развития коммерческой организации. В данной статье посредством анализа различных точек зрения были выделены отдельные подходы к обоснованию эффективности такого управления, в основе каждого из которых лежит собственное понимание сущности финансовой устойчивости как экономической категории с выделением различных показателей, используемых для ее оценки.

Ключевые слова: коммерческая организация, финансовая устойчивость, управление финансовой устойчивостью, эффективное управление финансовой устойчивостью.

Финансовая устойчивость является главным индикатором финансового состояния предприятия. Объясняется это тем, что современные условия рыночной экономики предполагают высокий уровень конкурентной борьбы за определенные позиции на рынке, значительную степень финансово-хозяйственной самостоятельности предприятий, в связи с данной ситуацией у организаций возникает необходимость своевременно и быстро принимать оперативные и стратегические управленческие решения при наличии факторов риска и неопределенностей. Разработка грамотных решений прямо зависит от состояния финансовой устойчивости предприятия. При этом состояние финансовой устойчивости организации может быть охарактеризовано и как оптимальное соотношение между видами активов организации (оборотными и внеоборотными с учетом их внутренней структуры) и источниками их финансирования (собственными и заемными средствами), и как конечный результат (достижение поставленных целей) различных финансовых, экономических, технико-технологических, организационных аспектов деятельности коммерческой организации [1, с. 27].

Управление финансовой устойчивостью предприятия рассматривается как целенаправленное воздействие на финансовое положение предприятия в определенном направлении для достижения поставленных целей при наименьших затратах. Оно значительно снижает риски деятельности предприятия, т.к. финансовую устойчивость можно рассматривать как допустимый интервал колебаний показателей, оценивающих его финансовое состояние в условиях изменчивости внешней среды [2, с. 50]. При таком подходе финансовая устойчивость предприятия позволяет оценить вероятность нарушения обязательств по расчетам и отражает уровень риска его деятельности в зависимости от величины заемного капитала. Чаще всего данная характеристика финансовой устойчивости применяется для тех хозяйствующих субъектов, для которых рискованная среда и есть предметная область деятельности (предприятия реального сектора экономики).

В экономической литературе нет однозначного ответа на вопрос, какое управление финансовой устойчивостью следует признавать эффективным, так как не существует однозначной трактовки данного понятия и отсутствуют универсальные критериальные показатели, достижение которых свидетельствовало бы об эффективности такого управления.

Исследование данного аспекта рассматриваемой проблемы позволило выделить несколько подходов к ее решению.

Согласно первому подходу, в рамках которого управление финансовой устойчивостью рассматривается как последовательная реализация определенных управленческих функций (планирование, организация, регулирование и контроль), свидетельством эффективности управления является соответствие фактически полученных значений установленным плановым (или нормативным) показателям финансовых коэффициентов. При этом необходимо соблюдение установленных нормативных (рекомендуемых) ограничений [3]:

- коэффициент финансовой независимости (автономии) $\in [0,5; 0,7]$;
- коэффициент финансовой зависимости $\leq 0,8$;
- коэффициент соотношения заемного и собственного капитала $\leq 0,7$;
- коэффициент маневренности собственного капитала $\in [0,2; 0,5]$;

- коэффициент обеспеченности собственными средствами $\geq 0,1$;
- коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами $\in [0,6; 0,8]$.

Таким образом, если по результатам осуществления своей производственно-хозяйственной деятельности предприятие достигает указанных значений коэффициентов, управление его финансовой устойчивостью можно признавать эффективным. Возможны отклонения от установленных нормативных значений, но они должны быть учтены предварительно в качестве плановых показателей деятельности предприятия.

Согласно второму подходу, эффективное управление финансовой устойчивостью рассматривается как управление, позволяющее хозяйствующему субъекту достичь желаемых результатов, осуществляя оценку своей деятельности в координатах «риск-доходность». В качестве показателей эффективности в данном случае также выступают коэффициенты финансовой устойчивости (финансовой независимости, задолженности, концентрации заемного капитала, обеспеченности собственными оборотными средствами и др.). Однако они используются не обособленно, а в тесной взаимосвязи с показателем, свидетельствующим о повышении доходности собственного капитала в связи с дополнительным привлечением заемных средств для финансирования деятельности предприятия, т.е. с показателем эффекта финансового рычага [4]. При этом количественные значения данных показателей не являются универсальными для всех хозяйствующих субъектов, так как каждая организация сама для себя устанавливает степень риска, которую в целом считает для себя допустимой в процессе осуществления ею производственно-хозяйственной деятельности. То есть возможность идти на дополнительный риск (и, соответственно, снижение уровня финансовой устойчивости) с целью получения дополнительной прибыли не является показателем неэффективности управления.

Согласно третьему подходу под эффективным управлением финансовой устойчивостью понимается такое управление, в результате которого возможно качественное изменение состояния коммерческой организации, а также количественный рост отдельных показателей, характеризующих эффективность деятельности организации в целом. В данном случае финансовая устойчивость рассматривается как комплексная экономическая категория, на конечный результат которой оказывают влияния результаты различных аспектов деятельности хозяйствующего субъекта, и поэтому в качестве критериальных следует использовать интегральные показатели, механизм расчета которых выводится опытным путем, в том числе посредством разработки экономико-математических моделей, которые необходимо адаптировать для каждого хозяйствующего субъекта в отдельности с учетом его особенностей.

В качестве таких показателей, увеличение которых свидетельствует об эффективности управления финансовой устойчивостью организации, можно использовать, в частности, следующие:

- комплексный коэффициент финансовой устойчивости ($КК_{фУ}$), представляющий собой показатель, на формирование которого оказывают влияние результаты по операционной, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия;
- экономическая добавленная стоимость предприятия (EVA), отражающая рост стоимости бизнеса. Использование данного показателя основано на понимании эффективного управления финансовой устойчивостью как условия развития бизнеса в долгосрочной перспективе, способности организации выживать в условиях кризиса, не теряя способности генерировать достаточный уровень доходности.

Для обоснования зависимости данных показателей от отдельных результатов деятельности организации, влияющих на ее устойчивое положение и эффективное развитие в перспективе, были разработаны экономико-математические модели с построением уравнений множественной регрессии. При этом в качестве значимых факторов, влияющих на устойчивое развитие организации, были выделены следующие: отношение долгосрочных обязательств к собственному капиталу; отношение нераспределенной прибыли к чистой прибыли; отношение выручки от реализации к собственному капиталу; отношение выручки к дебиторской задолженности; отношение выручки к кредиторской задолженности [5]. В качестве значимых факторов, влияющих на рост стоимости компании, выделяются следующие: финансовый рычаг; период погашения дебиторской задолженности в днях; рентабельность собственного капитала; средневзвешенная стоимость капитала; коэффициент текущей ликвидности; коэффициент постоянного актива; коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками финансирования; показатель собственных оборотных средств [6]. Влияние выделенных факторов на результирующие показатели доказано посредством проведения корреляционно-регрессионного анализа.

Соответственно, критерием эффективного управления финансовой устойчивостью в коммерческой организации является положительная динамика выделенных показателей ($КК_{фУ}$ и EVA).

Таким образом, были выделены различные подходы к обоснованию эффективности управления финансовой устойчивостью в организациях. Во-первых, эффективность управления определяется на основе достижения запланированных (нормативных) показателей отдельных коэффициентов финансовой устойчивости организации. Во-вторых, эффективное управление финансовой устойчивостью рассматри-

вается как управление, позволяющее хозяйствующему субъекту достичь желаемых результатов, осуществляя оценку своей деятельности в координатах «риск-доходность» в результате достижения оптимального соотношения коэффициентов финансовой устойчивости и значения эффекта финансового рычага. В-третьих, свидетельством эффективного управления является положительная динамика интегральных показателей, в расчет которых включен учет различных параметров финансовой деятельности коммерческой организации.

Библиографический список

1. Муравьева Н.Н. Исследование основных подходов к оценке финансовой устойчивости коммерческих организаций // Проблемы экономики и менеджмента. 2014. №9 (37). С. 26–31.
2. Батковский М.А., Булава И.В. Совершенствование управления финансовой устойчивостью предприятия с целью снижения рисков его деятельности // РИСК: ресурсы, информация, снабжение конкуренция. 2010. №3. С. 50–52.
3. Ильшева Н.Н., Крылов С.И. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2008. 240 с.
4. Муравьева Н.Н. Разработка комплекса мер, направленных на достижение необходимого уровня финансовой устойчивости в коммерческих организациях // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. №2 (42). С. 60–64.
5. Муравьева Н.Н. Разработка модели оценки и прогнозирования финансовой устойчивости коммерческих организаций // Апробация. 2014. №5. С. 39–43.
6. Галеева В.Р. Управление финансовой устойчивостью компании как фактор стоимости компании // Современные научные исследования и инновации. 2015. №6. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/06/53857>

ГУРДЖИЯН АННА АРКАДЬЕВНА – магистрант; магистерская программа «Финансовый менеджмент», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

ДАДАЯН АЛИНА СЕМЕНОВНА – магистрант; магистерская программа «Финансовый менеджмент», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

УДК 336.6

А.А. Кудрявцева

АПРОБАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ МЕТОДИК ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ НЕУСТОЙЧИВОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ВОЛЖСКИЙ ЗАВОД АСБЕСТОВЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ»

В современных экономических условиях проблема несостоятельности коммерческих организаций в России становится все более актуальной. К настоящему времени зарубежными и российскими авторами разработано уже большое количество методик, позволяющих оценить вероятность банкротства хозяйствующих субъектов и выявить их сильные и слабые стороны. В данной статье путем апробации ряда таких методик дана оценка вероятности банкротства крупного промышленного предприятия Волгоградской области ОАО «ВАТИ» с обоснованием преимуществ и недостатков используемых методик.

Ключевые слова: промышленное предприятие, финансовое состояние, финансовая неустойчивость, модели прогнозирования банкротства.

Финансовое состояние предприятия характеризуют комплекс показателей, которые определяют величину капитала и его состояние в процессе кругооборота, а также выявляют способность предприятия инвестировать свои средства в тот или иной период времени [1]. В качестве инструментария для анализа финансового состояния предприятия широко используются финансовые коэффициенты – относительные показатели финансового состояния предприятия, которые выражают отношения одних абсолютных финансовых показателей к другим.

Финансовые показатели используются: для сравнения показателей финансового состояния конкретного предприятия с базисными (нормальными) величинами, аналогичными показателями других предприятия или среднеотраслевыми показателями; для выявления динамики развития показателей и тенденций изменения финансового состояния предприятия; для определения нормального ограничения и критериев различных сторон финансового состояния предприятия.

Современная финансовая наука выработала довольно большое количество методов и подходов к оценке и прогнозированию несостоятельности коммерческих организаций. Однако следует отметить, что ни в одной из теорий не приведено единой классификации данных методик, что заставляет ведущих экономистов вновь возвращаться к изучению этого вопроса. Большинство ученых придерживаются следующей классификации методов диагностики банкротства [2]:

- выводы на основе системы формализованных показателей (аналитических показателей, характеризующих финансовое состояние и финансовую устойчивость);
- система неформализованных критериев (признаков, предвещающих ухудшение финансового состояния);
- расчет одного комплексного показателя.

Апробация ряда моделей прогнозирования банкротства (разработанных зарубежными и российскими авторами) была проведена на примере крупного промышленного предприятия Волгоградской области – ОАО «Волжский завод асбестовых технических изделий» (ОАО «ВАТИ»). В качестве используемых моделей были выбраны: пятифакторная модель Альтмана; модель Таффлера; интегральной модели Ж. Конана и М. Голдера; методика Г.А. Хайдаршиной.

В таб. 1 приведен расчет показателей оценки вероятности банкротства по пятифакторной модели Альтмана.

© Кудрявцева А.А., 2016.

Научный руководитель: *Муравьева Наталья Николаевна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

Таблица 1

Показатели оценки вероятности банкротства ОАО «ВАТИ» в 2012-2014 гг.
по пятифакторной модели Альтмана

Показатель	Обозначение	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Оборотный капитал / Активы	X1	0,42	0,41	0,37
Нераспределенная прибыль / Активы	X2	0,05	0,06	0,06
Прибыль до уплаты % и налогов / Активы	X3	0,01	0,01	0,01
Собственный капитал / Заемный капитал	X4	0,08	0,09	0,10
Выручка от продаж / Активы	X5	0,61	0,62	0,64
Z		1,25	1,28	1,25

*рассчитано автором

Проведем оценку вероятности банкротства ОАО «ВАТИ», сравним с показателями интерпретации значений Z-счета, приведенные в таб. 2.

Таблица 2

Интерпретация Z-счета в модели Альтмана

Полученное значение	Вероятность банкротства
Меньше 1,8	Очень высокая
От 1,81 до 2,7	Высокая
От 2,8 до 2,9	Низкая
Более 3	Очень низкая

На основе показателей таб. 2 можно провести следующую оценку финансовой несостоятельности ОАО «ВАТИ»: за анализируемый период значение коэффициента Z колеблется от 1,25 до 1,28, что ниже интегрального значения $Z = 1,8$, это соответствует высокой вероятности банкротства. Точность модели Альтмана оценивается в 80-90%.

На следующем этапе оценка вероятности банкротства анализируемого предприятия была проведена по модели Таффлера. Результаты расчетов приведены в таб. 3.

Таблица 3

Оценка вероятности банкротства ОАО «ВАТИ» по модели Таффлера

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Отношение прибыли до уплаты налога к сумме текущих обязательств	0,19	0,14	0,01
Отношение суммы текущих активов к общей сумме обязательств	0,46	0,46	0,42
Отношение суммы текущих обязательств к общей сумме активов	0,45	0,64	0,55
Отношение выручки к общей сумме активов	0,61	0,62	0,64
Z	0,34	0,35	0,26

Анализ показателей таб. 3 на основе интегральной модели Таффлера показывает, что в 2012 г. значение сводного показателя составило $Z = 0,34$, считается, что если значение больше 0,3 то вероятность банкротства низкая, если от 0,2 до 0,3 средняя, а менее 0,2 высокая. В 2013 году вероятность банкротства так же оценивается как низкая при значении Z-коэффициента 0,35. Снижение показателя до 0,26 в 2014 году привело к изменению прогноза на среднюю вероятность банкротства.

В таб. 4 приведены результаты расчетов оценки платежеспособности ОАО «ВАТИ» по модели Ж.Конана и М.Голдера.

Таблица 4

Оценка платежеспособности ОАО «ВАТИ» по модели Ж.Конана и М.Голдера.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Отношение денежных средств и дебиторской задолженности к валюте баланса	0,18	0,28	0,26
Отношение собственного капитала и долгосрочных пассивов к валюте баланса	0,55	0,36	0,45
Отношение расходов по обслуживанию займов к выручке от реализации	0,08	0,08	0,08
Отношение расходов на оплату труда к добавленной стоимости	0,92	1,07	18,08
Отношение прибыли до выплаты процентов и налогов к заемному капиталу	0,09	0,10	0,01
Z	-0,01	0,03	1,74

Результаты расчетов, представленные в табл. 4 по интегральной модели Ж. Конана и М. Голдера позволяют говорить о том, что вероятность неплатежеспособности ОАО «ВАТИ» в 2012-2014 гг. оценивается в 80-95%, Согласно оценке – чем выше коэффициент Z тем выше риск непогашения задолженности.

Следует отметить довольно сильные различия в результатах прогнозирования финансовой несостоятельности ОАО «ВАТИ». Если результаты оценки по моделям Альтмана и Ж. Конана, М. Голдера свидетельствуют о довольно высокой вероятности банкротства, то оценка по модели Таффлера утверждает обратное. Столь различные результаты можно объяснить географическими различиями, ученые разрабатывали свои модели основываясь на статистических данных действующих в стране, на основе которых они разрабатывали эти модели, а конъюнктура рынка различна, кроме того различия можно обусловить и отраслевой спецификой исследуемой организации.

Методика Г.А. Хайдаршиной учитывает наиболее важные показатели деятельности предприятия, в том числе макроэкономическую ситуацию в стране, отраслевую специфику, а так же динамику масштабов деятельности. Результаты расчета финансовой несостоятельности ОАО «ВАТИ» за 2012-2014 гг. на основе методики Г.А. Хайдаршиной представлены в таб. 5.

Таблица 5

Расчет вероятности банкротства ОАО «ВАТИ» по модели Г.А. Хайдаршиной*

	Коэффициент	Фактор модели	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015
α_0	10,2137				
α_1	- 0,0303	Возраст организации	0	0	0
α_2	6,7543	Кредитная история	1	1	1
α_3	-3,7093	Коэффициент текущей ликвидности	0,95	0,65	0,68
α_4	-1,5985	Отношение прибыли до уплаты процентов и налогов к уплаченным процентам	2,76	3,59	0,85
α_5	-0,5640	Натуральный логарифм собственного капитала	12,07	12,30	12,23
α_6	-0,1254	Ставка рефинансирования ЦБ	8,25	8,25	8,25
α_7	-1,3698	Региональная принадлежность	1	1	1
α_8	-6,3609	Рентабельность активов	0,34	1,90	-0,73
α_9	-0,2833	Рентабельность капитала	4,40	20,99	-7,80
α_{10}	2,5966	Темп прироста собственного капитала	0,07	0,27	-0,07
α_{11}	-7,3087	Темп прироста активов	1,02	1,07	0,90
Υ			1,97	7,54	9,68

Результаты проведенной оценки позволяют сделать следующие выводы: риск банкротства ОАО «ВАТИ» по итогам 2012 г. оценивался как максимально высокий, так как значение комплексного критерия составило 1,97, что выше нормативного значения 0,8. За 2013 г. значение комплексного критерия составило 7,54; за 2014 г. – 9,68, а это значит, что предприятие находится в группе максимального риска и наблюдается тенденция увеличения значения этого показателя, что свидетельствует об ухудшении финансового состояния организации.

Таким образом, для прогнозирования несостоятельности ОАО «ВАТИ» была выбрана методика Г.А. Хайдаршиной, поскольку она разработана в условиях российской экономики и учитывает особенности функционирования предприятий в России. Кроме того, эта методика учитывает и отраслевую принадлежность российских предприятий. Благодаря этим факторам оценка несостоятельности достигает максимально достоверных результатов. Данные факторы характеризуют деятельность предприятия с различных сторон, позволяет провести комплексную оценку риска его несостоятельности. Следует подчеркнуть, что существующие на сегодняшний день методы оценки риска банкротства позволяют учесть лишь некоторые из вышеперечисленных аспектов деятельности организации, поэтому предложенная модель получила название комплексной.

Библиографический список

- 1.Абрютин М.С., Грачев А. В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебно-методический комплекс. – М.: Дело и сервис, 2007. – 450 с.
- 2.Бандурин В.В., Ларицкий В.Е. Проблемы управления несостоятельными предприятиями в условиях переходной экономики. – М.: Наука и экономика, 2009. – 322 с.
- 3.Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «ВАТИ» за 2012-2014 г. URL: <http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=23653&type=3> (дата обращения: 16.01.2016 г.).

КУДРЯВЦЕВА АНАСТАСИЯ АНАТОЛЬЕВНА – магистрант, Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

УДК 336.64

П.И. Курникова, Н.Н. Муравьева

**УПРАВЛЕНИЕ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ В КОММЕРЧЕСКИХ
ОРГАНИЗАЦИЯХ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Управление собственным капиталом представляет собой важнейший элемент системы управления финансами коммерческой организации, затрагивающий вопросы организации финансирования производственно-хозяйственной деятельности субъекта из внутренних и внешних источников. В данной статье рассмотрены основные этапы управления собственным капиталом в организации с обоснованием условий их эффективной реализации.

Ключевые слова: коммерческая организация, собственный капитал, управление собственным капиталом, формирование собственного капитала, показатели эффективности управления.

В современных реалиях, на фоне наблюдаемых в последнее время кризисных явлений в экономике, которые отражаются на состоянии всей финансовой системы страны, необходимость эффективного управления собственным капиталом любой коммерческой организации приобретает особое значение. Обеспечение эффективного управления собственным капиталом оказывает значительное позитивное воздействие на финансовые результаты его деятельности, что позволяет адаптироваться к быстро меняющимся условиям рыночной среды. Ко всему прочему, компании, имеющие высокую долю собственного капитала в структуре источников финансирования, повышают свои шансы на возможность дополнительного привлечения капитала из внешних источников, и, тем самым, формировать конкурентные преимущества.

Основной целью процесса управления собственным капиталом в коммерческой организации является привлечение и поддержание достаточного объема собственных финансовых ресурсов с целью расширения деятельности и страхования от рисков.

В соответствии с Концепцией бухгалтерского учета в рыночной экономике России, «капитал представляет собой вложения собственников и прибыль, накопленную за все время деятельности организации... Величина капитала рассчитывается как разница между активами и обязательствами организации» [1].

В соответствии с Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, собственный капитал организации включает: уставный (складочный) капитал (счет 80 «Уставный капитал»); добавочный капитал (счет 83 «Добавочный капитал»); резервный капитал (счет 82 «Резервный капитал»); нераспределенную прибыль (счет 84 «Нераспределенная прибыль/непокрытый убыток») и др. [2].

По определению И.А. Бланка собственный капитал «характеризует общую стоимость средств предприятия, принадлежащих ему на правах собственности и используемых для формирования определенной части его активов (чистых активов предприятия)» [3, с. 253]. При этом управление собственным капиталом связано «не только с обеспечением эффективного использования уже накопленной его части, но и с формированием собственных финансовых ресурсов, обеспечивающих предстоящее развитие предприятия» [3, с. 288].

На основании представленного определения, функции управления собственным капиталом следует разделить на две основных группы, которые определяются сущностью самого процесса управления. Состав первой группы функций обусловлен конкретным объектом, в качестве которого выступает непосредственно капитал организации и складывающаяся в процессе его формирования и использования совокупность финансовых отношений между участниками. Состав второй группы функций обусловлен конкретным субъектом управления и будет рассмотрен поэтапно с позиции основополагающих функций менеджмента, а именно: планирования, организации, анализа и оценки, контроля и координации.

Так, отправной точкой процесса управления собственным капиталом является планирование, которое в общем виде представляет собой «процесс оптимального распределения ресурсов (информационных, финансовых, трудовых и пр.) для достижения поставленных целей, совокупность процессов, связанных с постановкой целей (задач) и действий в будущем» [4].

Основными задачами управления собственным капиталом коммерческой организации является, во-первых, формирование его оптимальной структуры в разрезе внутренних и внешних источников его привлечения, во-вторых, обоснование такого размера собственного капитала, который обеспечивал бы необходимый уровень самофинансирования организации; в-третьих, оптимальное соотношение между стоимостью привлечения заемных и стоимостью привлечения собственных финансовых ресурсов с целью минимизации средневзвешенной стоимости совокупного капитала.

Планирование собственного капитала в организации включает в себя осуществление следующих последовательных операций:

- исследование и анализ эффективного управления и использования собственных финансовых ресурсов организации за предыдущие периоды его функционирования по различным направлениям;
- планирование общей потребности в формировании собственных финансовых ресурсов, образуемых за счет внутренних и/или внешних источников;
- выбор наиболее эффективных источников привлечения капитала.

Следует отметить, что к наиболее эффективному варианту привлечения капитала относится привлечение собственных финансовых ресурсов за счет внутренних источников: чистой прибыли (нераспределенного капитала) и амортизационных отчислений, так как увеличение их размеров свидетельствует о повышении эффективности производственно-хозяйственной деятельности организации и влечет за собой снижение расходов на привлечение прочих финансовых ресурсов. Кроме того, к возможности обеспечения необходимого объема собственных средств за счет внешних источников (привлечения дополнительного паевого капитала, дополнительной эмиссии привилегированных или обыкновенных ценных бумаг) хозяйствующему субъекту следует относиться более чем осмотрительно, так это влечет за собой, помимо возникновения дополнительных расходов на организацию эмиссии и выплату дивидендов, еще и угрозу потери контроля над управлением.

При процессе планирования необходимо помнить, что в отношении любого источника затраты на его мобилизацию и поддержание вариабельны и стохастичны, и зачастую они могут оцениваться только условно, особенно если речь идет о совокупной оценке по отношению ко всем источникам.

К заключительному этапу осуществления процесса планирования следует отнести разработку целевых показателей, ориентация на которые призвана обеспечивать эффективность управления собственным капиталом в организации.

Разрабатываемые целевые показатели эффективности управления собственным капиталом целесообразно разделить на две основные группы:

1. Показатели, демонстрирующие оптимальное для данной конкретной организации соотношение доходности и риска будущей хозяйственной деятельности:

- коэффициенты финансовой устойчивости;
- эффект финансового рычага.

Оптимальное соотношение указанных показателей будет способствовать созданию такой структуры капитала (собственного и заемного), которая обеспечит организации достижение заданных уровней доходности при приемлемом уровне риска. Следует иметь в виду, что увеличение доли собственного капитала в валюте баланса способствует повышению финансовой устойчивости организации, но, одновременно с этим, ведет к снижению рентабельности собственного капитала. Таким образом, задача заключается в том, чтобы найти такое соотношение между собственным и заемным капиталом (финансовый рычаг), которое «позволит и достигнуть приемлемого уровня финансовой устойчивости, и сохранить определенный процент увеличения рентабельности собственного капитала за счет привлечения заемных средств в хозяйственный оборот коммерческой организации» [5, с. 63].

2. Показатели, демонстрирующие повышение эффективности всей производственно-хозяйственной деятельности предприятия:

- доля нераспределенной (накопленной) прибыли в общем объеме чистой прибыли предприятия;
- рентабельность собственного капитала;
- рыночная стоимость бизнеса.

Таким образом, при планировании собственного капитала на перспективный период необходимо учитывать рациональное распределение чистой прибыли на накопленную и инвестированную, максимизацию рентабельности стоимости собственного капитала и, в конечном итоге, рыночной стоимости бизнеса в целом.

Организация процесса управления собственным капиталом должна ориентироваться на учет внешних факторов неопределенности макросреды. С учетом этого система управления коммерческой организации должен гибко реагировать на воздействия внешней среды с использованием превентивных мер борьбы с неопределенностью, динамизмом макросреды (например, метод разработки сценариев) [6]. Эффективная организация процесса управления собственным капиталом ориентирована на достижение

хозяйствующим субъектов заданных целевых ориентиров, в первую очередь, достижение максимальной рентабельности собственного капитала при заданном уровне риска.

Оценка и анализ эффективности управления собственным капиталом проводится, как правило, на основании важнейшего критериального показателя – рентабельности собственного капитала. При этом представляется целесообразным использовать такие методики, как факторная модель, основанная на формуле «Du Pont», методика анализа рентабельности собственного капитала с использованием эффекта финансового рычага. Применение данных методик оценки эффективности использования собственного капитала способствует пониманию причин тех или иных изменений его рентабельности и принятию более взвешенных решений в процессе управления собственным капиталом организации. Также исследуется и фактическая структура капитала, сформированная по итогам отчетного периода, выявляются отклонения от запланированной структуры. На данном этапе необходимо проанализировать влияние динамики каждого из элементов общей структуры капитала на формирование капитала и эффективность его использования.

Посредством мониторинга происходит сбор и анализ информации о степени выполнения плана, доходности рискованных вложений капитала, соотношении прибыли и риска, Используя эти данные в случае выхода значений параметров за пределы допустимых осуществляется контрольная функция, а именно, вносятся изменения в финансовые программы, организацию финансовой работы, организацию риск-менеджмента и пр.

Таким образом, управление собственным капиталом в коммерческих организациях представляет собой совокупность принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с оптимальным формированием структуры капитала, а также с эффективностью его использования на различных этапах жизненного цикла организации.

Библиографический список

1. Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России (одобрена 29.12.1997 г.) URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=17312> (дата обращения: 20.01.2016 г.)
2. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации (утв. Приказом Министерства финансов РФ от 29.07.1998 г. №34н) (в ред. Приказа Минфина РФ от 25.10.2010 г. №132н) URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=111058> (дата обращения: 20.01.2016 г.)
3. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – 2-е изд, перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. 656 с.
4. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – М.: Проспект, 2013. 1104 с.
5. Муравьева Н.Н. Разработка комплекса мер, направленных на достижение необходимого уровня финансовой устойчивости в коммерческих организациях // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. №2. С. 60–64.
6. Рыжкова К.А. Управление собственным капиталом в акционерных обществах: методологический аспект // Финансы и кредит. 2012. №26 (506). С. 61–71.

КУРНИКОВА ПОЛИНА ИВАНОВНА – магистрант; магистерская программа «Финансовый менеджмент», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского Государственного университета, Россия.

МУРАВЬЕВА НАТАЛЬЯ НИКОЛАЕВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

УДК 336

Ю.В. Трифонова

МЕСТО И РОЛЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье сформулированы сущность и содержание финансового планирования. Определены его место и роль как в системе общего планирования на предприятии в виде заключительного этапа для обоснования итоговых финансовых показателей деятельности, так и в осуществлении процесса управления финансами в разрезе реализации важнейших управленческих функций.

Ключевые слова: коммерческая организация, управление финансами, финансовое планирование.

В современных экономических условиях жесткой конкуренции повышается значимость и актуальность финансового планирования. От должной организации финансового планирования коренным образом зависит благополучие коммерческой организации, эффективность деятельности которой определяется многими факторами: правильностью обоснования спроса и предложения на производимую продукцию, верным соотношением между организацией производства и применяемыми технологиями; своевременным и рациональным ресурсным обеспечением; выбором форм и методов реализации готовой продукции и пр.

Финансовое планирование – это процесс определения объема финансовых ресурсов по источникам формирования и направлениям их целевого использования в соответствии с производственными и маркетинговыми показателями предприятия в плановом периоде [1].

В процессе финансового планирования оценивается состояние финансовых ресурсов, резервов и определяются потенциальные возможности организации. Именно в процессе финансового планирования определяются все основные методы и формы воздействия финансового механизма в хозяйственной деятельности [2].

Таким образом, под финансовым планированием следует понимать процесс разработки системы плановых финансовых показателей и финансовых планов по обеспечению предприятия необходимыми финансовыми ресурсами и увеличению эффективности его финансовой деятельности в предстоящем периоде.

Финансовое планирование играет исключительно важную роль в управлении коммерческой организацией, что обусловлено, с одной стороны, местом, которое занимает финансовое планирование в общей системе стратегического и текущего планирования, и, с другой стороны, его первостепенной значимостью в процессе управления финансами.

В целом процесс планирования охватывает все стороны производственно-хозяйственной деятельности коммерческой организации, включая составление производственных планов, предусматривающих наличие и развитие производственных мощностей, обеспечение материальной базы, номенклатуру и объемы производства и реализации в натуральном выражении; календарные сроки выпуска готовой продукции предприятием и его подразделениями, объем незавершенного производства, величины заделов и др. [3]; организацию кадрового планирования, включающего в себя определение необходимого количества численности работающих, их профессиональных характеристик и пр.; разработку планов инновационного развития; планирование снабжения, сбыта и др. Финансовое планирование можно определить как итоговую процедуру, в результате которой показатели производственных и кадровых планов сводятся воедино и находят свое отражение в конкретных количественных (финансовых) показателях – целевых стратегических финансовых нормативах [4]:

- объем продаж в стоимостном выражении;
- предельный размер затрат как в целом, так и на единицу производимой продукции;
- максимально возможную сумму привлекаемых и мобилизуемых ликвидных активов предприятия в определенный момент времени для повышения эффективности производства;

© Трифонова Ю.В., 2016.

Научный руководитель: *Муравьева Наталья Николаевна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

– достижение определенных финансовых результатов (прибыли от продаж и чистой прибыли предприятия) и мн. др.

Место финансового планирования в общей системе планирования предприятия представлено на рис. 1.

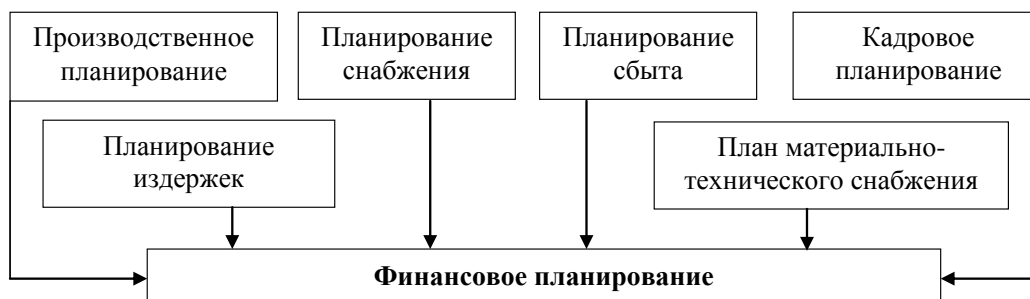


Рис. 1. Место финансового планирования в общей системе планирования предприятия

Кроме того, следует отметить, что, как и планирование в целом, финансовое планирование представляет собой многостадийный процесс, т.е. ориентирован на различные периоды времени, в результате чего осуществляется обособление таких его видов, как долгосрочное (стратегическое), текущее и оперативное планирование, каждое из которых, безусловно, тесно связано друг с другом, но отличаются степенью детализации разрабатываемых планов.

Стратегическое финансовое планирование определяет важнейшие показатели, пропорции, темпы расширенного воспроизводства; это главная форма реализации целей предприятия, оно охватывает период от 2 до 5 лет. Текущее финансовое планирование осуществляется на 1 год, рассматривается как составная часть перспективного плана и представляет собой конкретизацию его показателей. Тактическое (текущее) планирование реализуется в форме бюджетирования, т.е. предусматривает разработку взаимосвязанных планов (бюджетов) производственно-хозяйственной деятельности предприятия и его подразделений, использование корректирующих воздействий на отклонения показателей, предусмотренных планом. В целях контроля за поступлением фактической выручки на расчетный счет и расходованием наличных финансовых ресурсов предприятие малого бизнеса осуществляет оперативное планирование, которое дополняет текущее [6].

Также финансовое планирование играет важную роль в осуществлении процесса управления финансами на предприятии и является первоначальным его этапом (рис. 2).

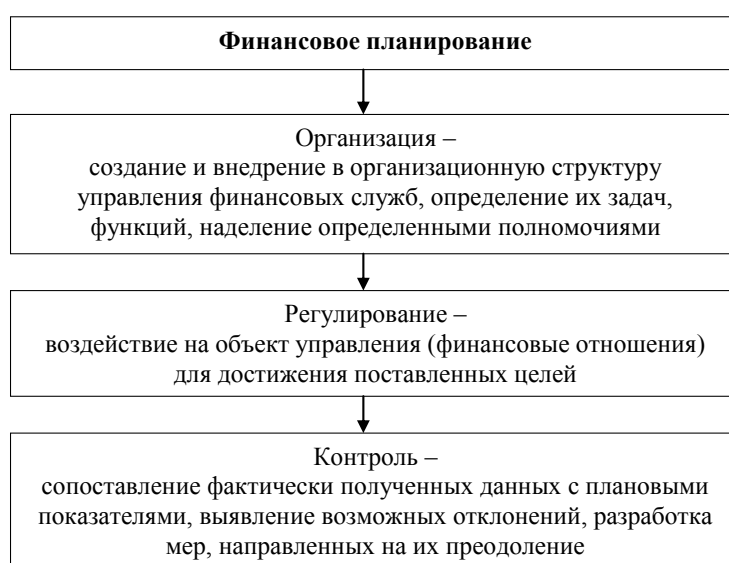


Рис. 2. Место финансового планирования в осуществлении процесса управления финансами

В целом, функция планирования в финансовом менеджменте реализуется посредством разработки различных смет и бюджетов (в частности, бюджета притоков и оттоков денежных средств); определения оптимальных величин собственного и заемного капитала на ближайший финансовый год, размера капитальных вложений и нематериальных активов; установления должных размеров кредиторской и дебиторской задолженности, методов и механизмов работы с просроченными задолженностями и т.п.

Таким образом, финансовое планирование помогает правильно реализовать управленческие функции, заранее учесть все возможные внутренние и внешние факторы, обеспечивающие благоприятные условия для нормального функционирования и управления организацией. Оно предусматривает разработку комплекса мероприятий, определяющих последовательность действий для достижения определенных целей с учетом возможностей наиболее эффективного использования ресурсов организации.

Библиографический список

1. Азаренкова Г.М. Финансы предприятий – 3-е изд., испр. и доп. – К.: Знание-Пресс, 2009. 299 с.
2. Бочаров В.В. Корпоративные финансы: учебник. – СПб: Питер, 2004. 592 с.
3. Одинцова Л.А. Система планирования на предприятии // Российское предпринимательство. 2002. №3 (37). URL: <http://old.creativeconomy.ru/articles/8238/> (дата обращения: 19.01.2016 г.)
4. Муравьева Н.Н. Финансовая среда предпринимательства и финансовые риски: краткий курс лекций. – Волгоград: Волгоградское науч. издательство, 2011. 65 с.
5. Барашьян В.Ю., Кулик О.С. Развитие методического инструментария корпоративного финансового планирования // Финансовые исследования. 2010. №4. С. 87–95.
6. Горемыкин В.А., Бугулов Э.Р., Богомолов А.Ю. Планирование на предприятии. Учебник. – М.: «Филинь», 2008. 328 с.

ТРИФОНОВА ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА – магистрант, магистерская программа «Финансовый менеджмент», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

УДК 658.15

*Ю.О. Хен, Н.Н. Муравьева***УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ:
СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД**

В данной статье представлен системный подход к управлению финансами коммерческих организаций, в рамках которого учитывается влияние внутренних и внешних факторов на общее состояние финансов хозяйствующего субъекта. Обоснована целесообразность использования данного подхода с точки зрения единства структуры и процесса управления, а также посредством обособления отдельных управленческих уровней (стратегического, оперативного и тактического).

Ключевые слова: управление финансами, системный подход, структура управления, процесс управления, уровни управления.

В общем виде управление финансами определяется как специфическая область управленческой деятельности, связанная с целенаправленной организацией денежных потоков коммерческой организации, формированием капитала, денежных доходов и фондов, необходимых для достижения стратегических целей развития предприятия. Объектом управления при этом являются финансовые отношения, финансовые ресурсы и источники образования финансовых ресурсов.

Управление финансами рассматривается и как совокупность приемов и методов воздействия на объект для достижения необходимых результатов, которые направлены на увеличение финансовых ресурсов и обеспечение эффективного функционирования финансовой системы на всех уровнях [1].

На основании представленных определений можно утверждать, что управление финансами в коммерческих организациях является важнейшей составляющей менеджмента предприятия в целом, предусматривающей комплексное решение задач планирования, учета и контроля доходов и затрат, позволяющей хозяйствующему субъекту повысить рентабельность его деятельности и конкурентоспособность.

Являясь составной частью общего корпоративного менеджмента, управление финансами, в свою очередь, состоит из совокупности взаимосвязанных элементов, на эффективное функционирование которых оказывают влияние внутренние и внешние факторы. В связи с этим управление финансами следует рассматривать как систему, состояние которой зависит и от определенных параметров внешней среды, и от уровня развития прочих элементов общего корпоративного управления (производственного менеджмента, кадрового менеджмента), и от организации самого процесса управления (наличие и эффективная реализация планирования, регулирования и контроля финансовых отношений). Соответственно, управление финансами в организации наиболее целесообразно рассматривать с точки зрения системного подхода.

Во-первых, согласно данному подходу, сама коммерческая организация представляется в виде производственной системы, под которой понимается «совокупность структурных элементов главных подсистем (вход, процесс, выход, обратная связь), находящихся в цепочке причинно-следственных взаимосвязей процесса функционирования системы в рамках осознанного выбора отношений взаимозависимости внешней средой» [2], во-вторых, системный подход может быть представлен как единство структуры и процесса управления с выделением совокупности управленческих воздействий субъекта на объект; в-третьих, предусматривается обособление различных уровней управления (стратегического, оперативного и тактического), на каждом из которых реализуются специфические цели и задачи.

Управление финансами коммерческой организации как система в общем виде представлена на рис. 1.

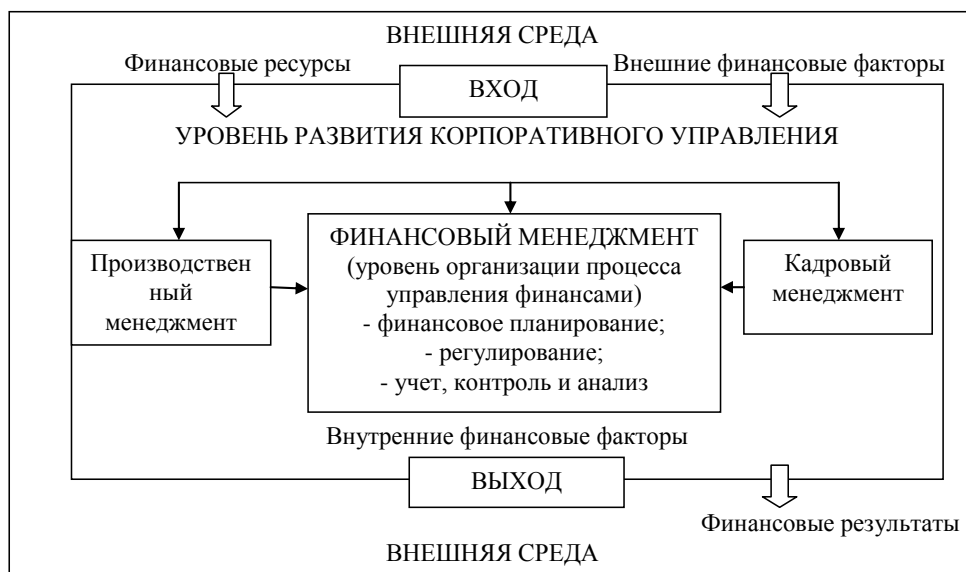


Рис. 1. Управление финансами организации как система

Таким образом, при построении эффективной системы управления финансами в организации необходимо, прежде всего, учитывать влияние факторов внешней среды, среди которых непосредственно для финансового менеджмента особую роль играют следующие:

- общеэкономические: уровень инфляции, динамика валютных курсов, фаза экономического цикла, денежно-кредитная политика, государственное регулирование и пр.;
- рыночные: отраслевая принадлежность организации; место на рынке (сегмент); уровень конкуренции на рынке; развитость рынков (кредитного страхового и пр.) и др.;
- микроэкономические факторы: уровень развития договорных отношений с покупателями и заказчиками, с поставщиками и подрядчиками и пр.

Также управление финансами предприятия необходимо рассматривать как сложную структуру, состоящую из совокупности относительно самостоятельных (обособленных) элементов, которые, однако, являются взаимообусловленными и дополняющими друг друга компонентами, функционирование которых направлено на достижение единой цели – повышение эффективности управления, что отражается в максимизации финансового результата всей производственно-экономической деятельности хозяйствующего субъекта.

Структура управления финансами коммерческой организации представлена на рис. 2.



Рис. 2. Структура управления финансами коммерческой организации (составлено автором по [3])

Каждый из выделенных компонентов общей структуры управления финансами имеет свои особенности, предусматривающие разработку различных мероприятий по достижению поставленных результатов: своевременное обеспечение организации необходимыми финансовыми ресурсами, достижение запланированного уровня дохода, разработка оптимальной структуры капитала, поддержание необходимого уровня ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости организации, обеспечение приемлемого уровня финансового риска при заданном показателе рентабельности и пр. [4]. Учет особенностей управления каждым элементом путем включения их в общую структуру для достижения общей целей является залогом эффективного финансового менеджмента организации.

В рамках системного подхода предусматривается также рассмотрение управления финансами как процесса, предусматривающего реализацию ряда последовательных функций (в рамках каждого элемента общей структуры управления). Процесс управления финансами включает в себя:

– планирование – функция, посредством реализации которой определяются основные параметры будущей финансовой деятельности организации: прогнозируется сбыт, определяется ценовая политика, формируются условия договоров с покупателями и поставщиками, определяются ключевые финансовые показатели, достижение которых будет свидетельствовать об эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия;

– организация – создание органов управления финансами, финансовых служб, установление взаимосвязи между подразделениями финансовых служб, определение их задач и функций;

– регулирование – воздействие на объект управления в целях устранения возникших отклонений от запланированных и прогнозируемых значений;

– учет, контроль и анализ – обработка полученной информации в виде финансовой отчетности; анализ и интерпретация результатов; сопоставление отчетных данных с планами и стандартами.

Наконец, при рассмотрении управления финансами как системы целесообразно его разделение по соответствующим уровням, для каждого из которых предусмотрен определенный временной отрезок управленческого воздействия и, соответственно, предусматривается соответствующая градация целей управления от общего к частному.

Уровни управления финансами коммерческой организации и их цели представлены на рисунке 3.



Рис. 3. Уровни управления финансами коммерческой организации

Таким образом, управление финансами коммерческой организации – это сложная система, состоящая из отдельных взаимосвязанных компонентов, которые необходимо учитывать и структурировать с различных позиций: как элемент производственно-хозяйственной системы, на функционирование которой оказывает влияние совокупность внешних и внутренних факторов; как целостная структура, состоящая из отдельных сегментов финансовых отношений предприятия; как процесс, предусматривающий реализацию последовательных управленческих функций. Кроме того, реализация функций управления должна осуществляться на отдельных уровнях, соответствие которым определяется временными рамками и степенью детализации поставленных задач.

Библиографический список

1. Володин А.А. Управление финансами (финансы предприятий). – М.: ИНФРА-М, 2009.
2. Ендовицкий Д.А., Ендовицкая А.В. Системный подход к анализу финансовой устойчивости коммерческой организации // Экономический анализ: теория и практика. 2005. № 5.
3. Муравьева Н.Н., Удалова Н.Н. Эффективное управление финансами промышленных предприятий: теоретико-методические аспекты // Финансовые исследования. 2016. №1.
4. Муравьева Н.Н. Финансовая среда предпринимательства и финансовые риски: краткий курс лекций. – Волгоград: Волгоградское науч. издательство, 2011.
5. Барбарская М.Н. Формирование системы управления финансами строительной организации // Основы экономики, управления и права. 2013. №1 (7).

ХЕН ЮЛИЯ ОЛЕГОВНА – магистрант, магистерская программа «Финансовый менеджмент», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

МУРАВЬЕВА НАТАЛЬЯ НИКОЛАЕВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

УДК 336.6

А.О. Цыганова

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: СУЩНОСТЬ, СОДЕРЖАНИЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

В данной статье на основе анализа существующих подходов сформулировано понятие «эффективное управление финансовыми рисками», определены его основные цели и задачи. Рассмотрены методы качественной и количественной оценки эффективности функционирования системы управления финансовыми рисками в организации. Определены критерии эффективности как индикаторы достижения запланированных результатов.

Ключевые слова: *финансовые риски, управление финансовыми рисками, показатели эффективности финансового риск-менеджмента.*

Под эффективностью управления в целом понимается экономическая категория, которая отражает вклад управленческой деятельности в конечный результат работы организации. Функциональное назначение любой области финансового управления сводится к обеспечению эффективности основной деятельности коммерческой организации, т.е. степени достижения главного показателя результативности – максимизации прибыли.

Управление финансовыми рисками представляет собой часть общей системы управления финансами организации, которая с одной стороны, должна способствовать достижению главной цели деятельности организации – обеспечению запланированного объема прибыли, а с другой, предназначена для реализации собственной функции – минимизации влияния совокупных финансовых рисков на результаты деятельности предприятия. Соответственно, конкретными задачами финансового риск-менеджмента, выступают:

- профилактика возникновения рисков, то есть прогнозирование рисков и их своевременная нейтрализация;
- минимизация ущерба, причиненного рисками, что подразумевает создание внешних и внутренних страховых и резервных фондов, за счет средств которых можно частично или полностью компенсировать негативные последствия рисков;
- максимизация дополнительной прибыли, получаемая в результате управления рисками. Данная задача обеспечивается путем рационального использования ситуаций риска с целью получения дополнительной прибыли.

Вопросам управления финансовыми рисками в организациях в настоящее время начинают уделять все более пристальное внимание. Так, различные аспекты рассматриваемой проблемы достаточно полно отражены в работах И.А. Бланка [2], В.В. Ковалева [3], А.А. Лобанова и А.В. Чугунова [5] и мн. др.

Однако до сих пор не сложилось однозначной точки зрения к пониманию эффективного управления финансовыми рисками. В частности, можно выделить два основных подхода:

- 1) результативность управления оценивается с позиций достижения определенного экономического эффекта в сопоставлении с затратами на управление;
- 2) параметрами (критериями) эффективности управления являются результаты функционирования управляемого объекта.

Так в рамках первого из выделенных подходов для обеспечения эффективного управления финансовыми рисками в коммерческой организации необходимо, во-первых, обоснование расходов, связанных как с организацией самого процесса управления финансовыми рисками на предприятии (например, путем создания службы управления финансовыми рисками как отдельной структуры с соответствующими функциями и полномочиями), так и с дополнительными расходами, направленными на обеспечение финансовой безопасности хозяйствующего субъекта (посредством создания страховых и резервных фондов), и во-вторых, оценка их влияние на достижение таких показателей эффективности как «результативность» и «надежность и функциональная адаптивность» системы управления.

© Цыганова А.О., 2016.

Научный руководитель: *Муравьева Наталья Николаевна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

При этом под результативностью управления следует понимать не получение максимальной прибыли (так как увеличение затрат на обеспечение финансовой безопасности предприятия неизменно приведет к уменьшению итогового финансового результата), а «достижение системой управления рисками поставленных целей по оптимизации рисков, их оценке и минимизации» [1] или, другими словами, снижение вероятности наступления отдельных финансовых рисков.

Надежность и функциональная адаптивность – определение способности системы управления финансовыми рисками оперативно реагировать на возможные рисковые события и применять соответствующие меры по их устранению.

В рамках второго подхода эффективность управления финансовыми рисками оценивается на основе системы показателей (как количественных, так и качественных). Под управляемым объектом в данном случае понимается вся совокупность финансовых рисков, присущих производственно-экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

Конкретные показатели, на основании которых оценивается эффективность управления финансовыми рисками, могут различаться в зависимости от целей стоящих перед организацией, степени охвата управленческого воздействия, объема и качества информации, находящейся в распоряжении хозяйствующего субъекта. Качественные и количественные методы оценки эффективности системы управления финансовыми рисками представлены в таб. 1.

Представленные методы позволяют провести общий системный анализ структуры управления финансовыми рисками, существующей на предприятии, в том числе на основании соответствия значения выделенных элементов лучшим показателям в мировой практике, что позволяет проводить и сравнительную оценку эффективности системы управления финансовыми рисками на различных предприятиях. Выделенные количественные методы позволяют оценить уровень организации данной системы и возможности ее воздействия на итоговые показатели финансово-инвестиционной деятельности хозяйствующего субъекта.

Таблица 1

Система качественных и количественных методов оценки эффективности управления финансовыми рисками в организации

Метод оценки эффективности	Показатели эффективности
Методы укрупненной качественной оценки	
1. Оценка эффективности менеджмента организации в целом	Повышение экономической стоимости компании (в т.ч. рост стоимости акций)
2. Позиционирование системы управления финансовыми рисками в рамках системы внутреннего контроля	Система управления финансовыми рисками – часть общей системы управления организацией и системы ее внутреннего контроля. Т.е. показатель эффективности – развитие системного подхода к управлению рисками
Методы детализированной качественной оценки	
Оценка наличия и функционирования компонентов системы управления рисками:	Соответствие основных элементов управления финансовыми рисками «лучшей практике»
- внутренняя среда	
- постановка целей	
- определение событий	
- оценка рисков	
- реагирование на риск	
- средства контроля	
- информация и коммуникация	
- мониторинг	
Методы количественной оценки	
Метод оценки риска контроля ®: - риск того, что будут иметь место существ. отклонения ($R_{\text{сущ.отклон.}}$); - риск того, что имевшие место существ. отклонения останутся необнаруженными ($R_{\text{необнаруж.}}$)	$R = R_{\text{сущ.отклон.}} \times R_{\text{необнаруж.}} \rightarrow \min$
Метод оценки чистой текущей стоимости (NPV) всех проектов, учитывая ее изменение в зависимости от функционирования системы управления финансовыми рисками (ФР)	NPV_0 – расчет показателя с учетом риска проектов при отсутствии системы управления ФР NPV_1 – расчет показателя с учетом того, что система управления ФР внедрена и функционирует $УФР_{\text{эффект}} = NPV_1 - NPV_0 \rightarrow \max$ чем больше разница, тем больший эффект достигнут при внедрении системы управления ФР в организации

Кроме того, показатели эффективности могут различаться в зависимости от того, что конкретно подразумевается под понятием «финансовые риски»; рассматриваются они в узком или широком смысле, а именно:

- 1) через призму соотношения собственных и заемных средств, а также целесообразности и эффективности использования последних;
- 2) как риски, возникающие в связи с движением финансовых потоков;
- 3) как риски, возникающие в процессе управления финансами в организации:
 - риски, связанные с возможностью неполучения запланированного объема прибыли;
 - риск несостоятельности организации, на который оказывает влияние совокупность всех прочих финансовых рисков [6].

Показатели эффективности управления финансовыми рисками в зависимости от подходов к их определению представлены в таб. 2.

Таблица 2

Показатели эффективности управления финансовыми рисками
в зависимости от подходов к их определению

Подход к определению финансовых рисков	Показатели эффективности управления финансовыми рисками в организации	Критерии эффективности управления
1. Фин. риск как доля заемного капитала в структуре источников финансирования	- уровень «плеча» финансового рычага (УПФР) = $ZK/СК$; - дифференциал финансового рычага ДФР) = $R_A - WACC$); - сила воздействия финансового рычага (СВФР)	УПФР $\rightarrow \min$ при ДФР $\geq 5\%$ СВФР $\rightarrow \min$ при заданном уровне рентабельности
2. Риск, возникающий в связи с движением финансовых потоков	- индекс финансового риска (RI); - вероятность наступления фин. риска P (RI)	RI $\rightarrow \min$ P (RI) $\rightarrow \min$
3. Финансовый риск как риск, возникающий в процессе управления финансами в целом:		
3.1. Риск, связанный с возможностью недополучения запланированного объема прибыли	- стандартное отклонение доходности финансовой операции от среднеожидаемой величины (σ^2); - коэффициент вариации (k_{var})	$\sigma^2 \rightarrow \min$ $k_{var} \rightarrow \min$
3.2 Риск финансовой несостоятельности организации	- общий показатель платежеспособности ($\Pi_{пл}$); - коэффициент абсолютной ликвидности ($K_{ал}$); - коэффициент срочной ликвидности ($K_{сл}$); - коэффициент текущей ликвидности ($K_{тл}$) - коэффициент маневренности функционирующего капитала ($K_{МФК}$); - доля оборотных средств в активах ($D_{оса}$) - коэффициент обеспеченности собственными средствами ($K_{осс}$)	$\Pi_{пл} \geq 1$ $K_{ал} \geq 0,1$ $K_{сл} = 1$ $K_{тл} \geq 1,5$ $K_{МФК} \in (0; 1]$ $D_{оса} \geq 0,5$ $K_{осс} \geq 0,1$
где ЗК – заемный капитал, СК – собственный капитал, R_A – рентабельность активов, WACC – средневзвешенная стоимость капитала		

Соответственно, достижение запланированных значений выделенных показателей будет свидетельствовать об эффективности существующей системы управления финансами рисками на предприятии.

На основании всего вышесказанного можно сделать следующий вывод. Во-первых, под эффективным управлением финансовыми рисками понимается организация самой системы управления таким образом, чтобы она способствовала повышению эффективности менеджмента организации в целом (что отражается в увеличении экономической стоимости предприятия), при этом целесообразно ее включение в общую систему внутреннего контроля. Кроме того, необходимо наличие и функционирование всех необходимых компонентов, включая внедрение и регламентацию процессов выявления финансовых рисков, их оценку, разработку комплексного механизма реагирования на риски, а также осуществление текущего мониторинга процессов управления рисками с целью разработки мероприятий, направленных на снижение рисков (организационный аспект). Во-вторых, эффективное управление финансовыми рисками призвано обеспечивать достижение запланированных показателей в координатах «риск-доходность» финансовых операций и финансовой деятельности организации в целом (финансовый аспект).

Библиографический список

1. Абасова Х.А. Методика комплексной оценки управления финансовыми рисками в организациях нефтесервиса // Управление экономическими системами. 2014. №10. URL: <http://uecs.ru/marketing/item/3076-2014-10-13-12-26-27> (дата обращения: 14.01.2016 г.)
2. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками: учебное пособие. – М.: Ника-Центр, 2005. – 2007 с.
3. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – М.: Проспект, 2007. – 1024 с.
4. Кутергина Г.В., Модорский А.В. Анализ эффективности систем управления финансовыми рисками коммерческой организации // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – №3. URL: http://www.auditfin.com/fin/2010/3/03_08.pdf (дата обращения: 17.01.2016 г.)
5. Лобанова А.А., Чугунов А.В. Энциклопедия финансового риск-менеджмента: учебное пособие. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2010. – 818 с.
6. Муравьева Н.Н., Блинова Т.К. Обоснование критериев эффективности управления финансовыми рисками в коммерческих организациях // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2015. – №1. – С. 65–70.
7. Муравьева Н.Н., Удалова Н.Н. Оценка эффективности управления финансовыми рисками в коммерческих организациях // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2015. – №4. – С. 15–19.

ЦЫГАНОВА АЛИНА ОЛЕГОВНА – магистрант, магистерская программа «Финансовый менеджмент», Волжский гуманитарный институт (филиал) Волгоградского государственного университета, Россия.

УДК 339.138

Е.М. Витальева, Е.Г. Гущина, И.А. Морозова, А.В. Оленева

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ВЛИЯНИЯ ОНЛАЙН-РЕКЛАМЫ НА ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ПОКУПАТЕЛЯ В МИРЕ

Современное общество имеет тенденцию активно развиваться. Появляются новые товары, услуги и способы их продвижения на рынок. Интернет – реклама является актуальным способом информирования о товарах и услугах в современном обществе. Возникают новые формы Интернет-рекламы, которые оказывают влияние на современное общество. Однако данное воздействие имеет, как положительный, так и отрицательный характер.

Цель работы: исследование влияния Интернет-рекламы на современное общество.

Задачи работы:

- рассмотрение этапов развития интернет рекламы;*
- изучение изменений в скорости передачи и распространения информации;*
- определение возможности применения Интернет-рекламы для реализации концепции корпоративной социальной ответственности.*

Ключевые слова: *динамика социальных процессов, изменения социальной системы, рекламные коммуникации, корпоративная социальная ответственность.*

В настоящее время в России остаются нерешёнными многие социальные проблемы. В связи с этим усиливается внимание государственных структур, общественных учреждений и частных лиц к социальным проектам. Различные субъекты рынка инвестируют свои средства в распространение информации о проекте с целью привлечения общественности к какой-либо важной проблеме. В условиях современного общества развитие различных форм массовых коммуникаций становится важнейшим фактором, влияющим на конфигурацию и динамику социальных процессов. Новые коммуникационные практики способствуют трансформации социальных институтов, изменению системы социальных взаимосвязей. В настоящее время одним из механизмов регулирования социальных отношений является реклама. Интернет-реклама, которая постепенно закрепились в качестве устойчивой социальной практики. Однако возникает проблема, связанная с чрезмерным влиянием Интернет – рекламы на общество, а также распространением общественно опасной, заведомо ложной и недостоверной информации.

Для определения того, какое место занимает Интернет-реклама в современном обществе, необходимо выявить роль сети Интернет в современной жизнедеятельности индивидов. С точки зрения философии – любая система нуждается в информации для управления своей жизнедеятельностью. Всякое изменение состояния является информацией, и сама информация всегда влечет за собой изменение состояния системы. Поэтому к понятию информации относится способность к трансляции, т.е. коммуникации.

Из рисунка 1 следует, что любая система получает информацию из внешнего мира. Любая информация меняет систему. При этом система также подаёт информацию во внешнее пространство. Данный процесс является непрерывным. При этом рисунок 1 не отражает время и скорость передачи информации, а следовательно и частоту изменений, происходящих в системе. Скорость обмена информацией зависит от проводника.

Помимо спонтанных информационных обменов, человек научился целенаправленно транспортировать информацию: первоначально – посредством ее физического перемещения (в том числе и с помощью самого скоростного для своего времени вида транспорта – лошади), затем – с помощью электромагнитного поля – электро- и радиосигналов. Менялось и количественное соотношение информационных обменов.

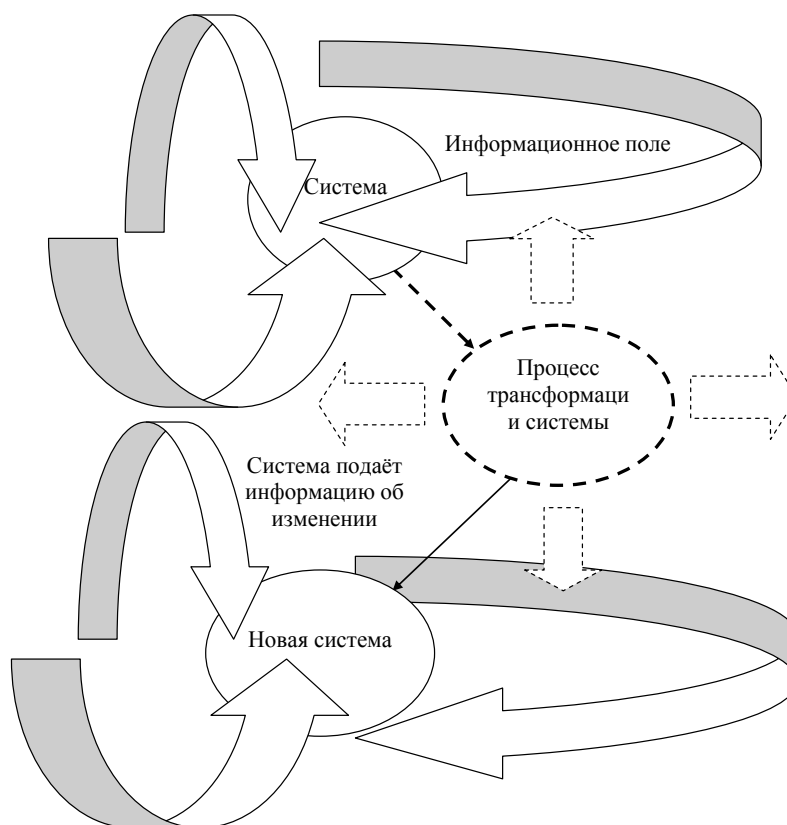


Рис. 1. Трансформация системы за счет влияния на неё информации

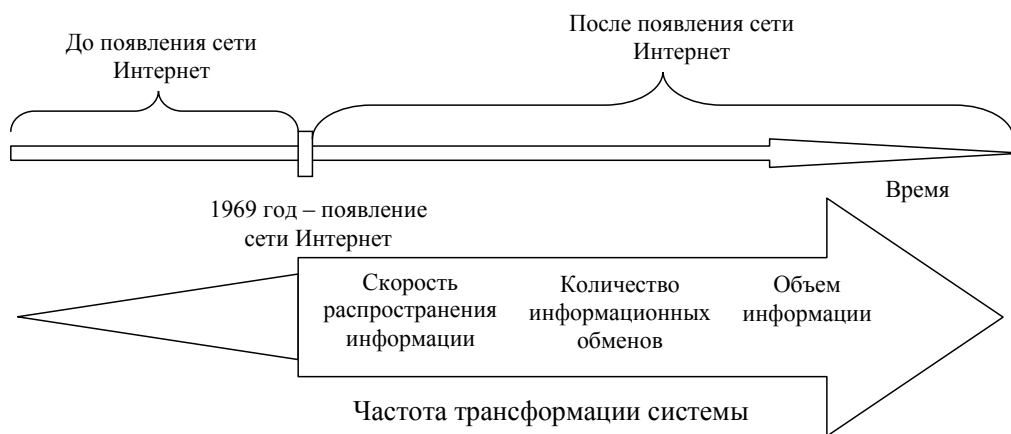


Рис. 2. Информационные изменения с появлением сети Интернет

Таким образом с течением времени меняется скорость передачи информации, увеличивается объем передаваемой информации. Расстояние не рассматривается в качестве параметра, имеющего важное значение для передачи данных. Скорость трансформации систем будет увеличиваться в связи с изменением техники и технологий и развития сети Интернет. В связи с развитием Интернет пространства возникают такие категории, как «Интернет сообщество», «информационного общества», «сетевое предпринимательство».

Количество пользователей сети интернет в 2015 году составило 3,2 миллиарда человек.

Топ – 10 стран по числу интернет – пользователей: Китай – 668 млн, Индия – 350 млн, США – 277 млн, Япония – 110 млн, Бразилия – 110 млн, Россия – 87,5 млн, Германия – 72 млн, Индонезия – 71 млн, Нигерия – 70 млн, Мексика – 59 млн [11]



Рис. 3. Страны с наибольшим количеством интернет пользователей

С философской точки зрения можно утверждать, что Интернет – пространство представляет собой вторую жизнь индивида и общества. Количество пользователей сети Интернет (3,2 млрд человек) достигает практически половины всех жителей планеты (7,2 млрд чел.). Работа, досуг, коммуникация происходит в сети Интернет. Для многих людей жизнь в Интернет пространстве представляется более качественной, чем в реальном мире. Философия видит множество проблем, которые возникли в связи с развитием Интернет:

- чрезмерная жестокость индивидов в связи с эволюцией компьютерных онлайн игр;
- деградация общества из-за потребления общественно опасной, заведомо ложной информации;
- подмена действительности из-за погружения в мир онлайн жизни;
- и т.д.

В свою очередь стоит отметить, что Интернет является ресурсом для развития, как индивида, так и общества в целом. Интернет даёт возможность реализовать в том числе и экономическое развитие социума. Предпринимательство активно реализуется через Интернет-пространство. 1,3 триллиона долларов составляет в мире ежегодный оборот электронной торговли «от бизнеса к покупателю». Показатель для электронной торговли между компаниями достиг 15 триллионов долларов. Ожидается, что к 2018 году на государства с развивающейся и переходной экономикой будет приходиться 40 процентов глобальной электронной торговли, а доля развитых страна сократится с 70 до 60 процентов. Интернет – реклама является частью информации, распространяемой в сети. Реклама возникает вместе с появлением торговли. Интернет-реклама имеет все сходства с рекламой в реальном мире: одинаковые виды рекламы, дизайн, способы воздействия на потребителя. Однако существует одно принципиальное дополнение – она, в большинстве своём, направлена на реальный продукт, результат заключения сделки с производителем индивид будет ощущать в реальном мире.

Анализируя современную структуру рекламного рынка в интернете, следует отметить, что хотя эффективность баннеров в настоящее время достаточно низкая, они и по сей день занимают значительную часть рынка. Основная причина низкой кликабельности – так называемая «баннерная слепота». То есть люди привыкли игнорировать баннеры, поскольку показ данного вида рекламы за десятилетия использования выработал у посетителей Сети своеобразный иммунитет. Ретаргетинг является одной из тех технологий, которые могли бы повысить релевантность медийной рекламы и значительно увеличить рентабельность инвестиций для рекламодателей. Принцип работы очень простой: RTB-платформа сохраняет файлы cookies в браузере посетителей, а использование этих файлов позволяет показывать рекламу людям уже посетившим ресурс. Вполне вероятно, что на данный момент вложения в SMM окажутся наиболее выгодными (до тех пор, пока пользователи не привыкли к этому виду рекламы). Рекламные посты от знаменитостей могут принести очень много клиентов. Известно продвижение в социальных медиа, а также таргетированная реклама и реклама в популярных сообществах – отличный способ успешной кампании. Все эти методы пока что весьма эффективны. Кроме того, в эпоху вирусного маркетинга качественный контент является лучшей формой рекламы. На данный момент крайне популярна технология торгов в реальном времени (Real Time Bidding), которая была разработана Джейсоном Кнаппом (Jason Knapp). Чем дальше, тем отчетливее становится ясно, что эта разработка в ближайшем будущем способна изменить интернет-маркетинг. По данным Business Insider в 2013 году рост RTB составил 4%, в 2013 году этот показатель вырос до 10%, а в 2014 году продажи составили 16% от объема продаж баннеров. Если тенденция сохранится, то к 2015 году эта цифра составит около 27%. RTB уни-

кальна тем, что рекламодатель платит за результат – только за то, что он хочет получить. Довольны и владельцы рекламных площадок – за этот результат они получают хорошие деньги.

Таблица 1

Обзор мирового опыта развития интернет-рекламы

Виды интернет-рекламы	Эволюция (первое упоминание в источниках)	Основные особенности в стране			
		Россия.	Европа.	Азия.	США.
Спам	80-е года 20 в. (по другим источникам в 70-е года)	Россия. Появление первой интернет-рекламы – 1996 год. Существует тенденция отставания российского рынка интернет-рекламы от американского и европейского рынка. При этом наблюдается самый активный рост данной отрасли как внутри страны по отношению к другим каналам коммуникации, так и в сравнении с другими странами.	Европа. По данным Media Metrix, немцы являются наиболее активными пользователями и просматривают до 1,2 млн страниц в месяц. Странами с самой быстрорастущей интернет-аудиторией (после России) являются Франция (31,5 млн человек, 21% роста в год), Испания (16,2 млн человек, 15% роста в год) и Ирландия (1,6 млн человек, 15% роста в год).	Азия. В странах с низко развитой экономикой интернет развит минимально. Лидерами отрасли являются Япония, Китай, Корея и Сингапур. Расцвет азиатского интернета произошел в период создания крупных интернет-порталов (Таобао, AliExpress и пр.)	США. Родоначальники интернет-рекламы и интернета. Основные тенденции в области интернет-продвижения задает США.
Баннерная	1994 год				
Сайты	1994 год (форумы появились в 1980 году)				
Социальные сети	1995 год (по другим источникам 1997 год)				
Креативные Виды рекламы	1994 год (по другим источникам в 1997 году) изобретение «JavaScript» положило начало креативным видам рекламы				
Контекстная реклама	1997 год				

Принцип действия: пользователь открывает сайт. Сайт тут же отправляет информацию о пользователе (возраст, пол, регион и т.д.) на биржу RTB. В течение нескольких микросекунд, благодаря специальному ПО рекламодатели делают ставки. Тут же объявляется победитель, чье объявление и показывается пользователю. В 2014 году наблюдался рост RTB. «Nexage» сообщила о росте доходов на 37% ежемесячно. «Adfonic» увидела увеличение запросов и ставок на 22 миллиарда долларов. «MoPub» сообщили, что в третьем квартале акции взлетели на 162%. [11] Проанализировав вышеуказанные виды интернет-рекламы в различных странах, стоит также отметить вопрос возможности использования интернет-рекламы в рамках реализации концепции социальной ответственности (таб. 2)

Таблица 2

Социально ответственная сторона интернет-рекламы

Виды интернет-рекламы	Возможность осуществления концепции КСО
Спам	На данный момент у данного вида интернет-рекламы существует социальная составляющая. Для решения некоторых социальных проблем индивидуальные лица или организации производят массовую рассылку на почту, в соцсетях, в т.ч. мобильных. Крупные организации, как правило, данную рассылку не производят, потому что данный вид продвижения вызывает недоверие у пользователей и не всегда приносит желаемый результат. Примером такой рекламы могут служить призывы помочь больным детям, бездомным животным и пр.
Баннеры	Социальная составляющая баннеров, как правило, заключается в предупреждении об опасности того или иного продукта или услуги. Например, предупреждение «для зрителей старше 18 лет» или «курение убивает». Также практику социально направленных баннеров поддерживают государственные учреждения.

Окончание таблицы 2

Виды интернет-рекламы	Возможность осуществления концепции КСО
Социальные сети	Социальные сети имеют широкий выбор инструментов для КСО. Многие крупные компании имеют страничку в социальных сетях, где ведут хронику событий своей деятельности. Как правило, среди данных постов можно встретить различные социально направленные сообщения. Например, освящение событий об экологичности бизнеса данной компании, помощи региону, отдельным лицам и т.д. Также какой-либо проблеме могут быть посвящены целые паблики, публичные страницы и личные страницы пользователей.
Сайты	Аналогично социальным сетям, на сайтах могут быть освящены проблемы того или иного характера, и данной проблеме может быть посвящен как целый сайт, так и одна страница, а также размещенные на сайте баннеры.
Контекстная реклама	Является бизнес-инструментом и практически неприменима в рамках КСО, поскольку имеет высокую стоимость и направлена на деловых людей.

Итак, рассмотрев основные виды интернет-маркетинга, можно прийти к выводу, что данные инструменты можно и нужно применять в рамках КСО как для развития социальной среды, так и для улучшения имиджа и репутации.

В рамках анализа инструментов интернет-продвижения, можно также составить прогноз развития данных каналов коммуникации (таб. 3)

Таблица 3

Прогноз развития мирового рынка Интернет-рекламы

Вид интернет-рекламы	Прогноз
Баннеры	Прогноз технологического, применение различных интерактивных способов привлечения внимания.
Сайты	Прогноз технологического развития, усложнение конструкции, минимализм.
Всплывающие окна	Возможно полное преобразование, а также полное исчезновение с рынка, в силу стремительного развития антивирусных систем, блокирующих данный вид рекламы.
Социальные сети	Прогноз дальнейшего стремительного развития и внедрения новых инструментов продвижения, возможности более узко направленного таргетинга.
Контекстная реклама	Данный вид рекламы может быть усложнен технологически для блокировки робот-систем. Перспективы развития хорошие, поскольку рынок развивается, и конкуренция между компаниями также растет.
Мобильная интернет-реклама	На данный момент это самый перспективный вид интернет-рекламы, имеющий широкие возможности к развитию. Поскольку пользователи предпочитают быстрое общение, а мобильные устройства оснащают наиболее удобным интерфейсом для осуществления более удобного интернет-серфинга.
Нестандартные виды рекламы	Любая необычная реклама всегда будет привлекать внимание. Примечательно, что нестандартная реклама может быть в рамках стандартного инструмента. Примеры: вирусные ролики, интерактивные и статичные баннеры, нестандартные дизайнерские решения на сайте и пр.

Следует отметить, что мировой кризис сказывается на всех сферах человеческой жизни. Особенно сильный ущерб наносится экономике и бизнес-среде. Наиболее часто обсуждаемой темой становится вопрос экономии денежных средств. Как правило, в первую очередь сокращаются расходы на рекламу. Именно поэтому интернет-реклама в кризис становится наиболее актуальным средством распространения рекламной информации. Этому способствует ряд факторов. Реклама в Интернете имеет несколько преимуществ по сравнению с рекламой в традиционных СМИ:

- 1) создание презентации продукта или услуги на высоком уровне по сравнительно низкой цене;
- 2) возможность получать статистику в режиме реального времени и воздействовать на реакцию потребителя с помощью изменения рекламного сообщения для достижения максимального эффекта;
- 3) обеспечение прямых контактов производителя с потребителем. Такое взаимодействие позволяет продолжить активное обсуждение "плюсов" и "минусов" рекламируемого товара;
- 4) возможность провести рекламную кампанию без воздействия со стороны конкурирующих марок (например, можно выкупить 100% баннерных показов на десятке тематических интернет-ресурсов, что практически невозможно в традиционных СМИ);
- 5) создание и поддержание прогрессивного имиджа компании;

б) возможность получения предварительной информации о потенциальных потребителях. [1]

Также существует некоторая смена тенденций в интернет-продвижении. В последнее время баннерная реклама становится менее актуальной в силу того, что потребитель, посещая сайт, настроен на поиск рекламной информации на сайте, оставляя баннерную рекламу без внимания. Также больше неактуален метод продвижения за счет покупки ссылок и вынесения их на более популярный интернет-ресурс, потому что с конца 2014 года поисковые системы изменили подход к продвижению сайта. Теперь в первые строки поисковой системы сайты выходят по количеству посетителей: чем больше их количество, тем выше позиция сайта.

Особенно актуально стало продвижение через социальные сети. Наиболее популярными в России являются социальные сети «Vkontakte.com», «Youtube.ru», «Odnoklassniki.ru», «Instagram», «Twitter». За рубежом – «Facebook», «Youtube.com», «Twitter». [2] На данных сайтах продвижение осуществляется с помощью групп, публичных страниц и PR: популярные личности, в обмен на бесплатную услугу и денежное вознаграждение, рекомендуют тот или иной товар или услугу. Все эти методы чрезвычайно эффективны, особенно если продукт или услуга действительно интересные и качественные.

Потребители отрицательно относятся к всплывающим рекламным окнам. Многие антивирусные программы включают в себя блокировку всплывающей рекламы, поэтому данный вид продвижения остается по-прежнему непопулярным и не стимулирующим к покупке. Вирусные видео-ролики, наоборот, по-прежнему актуальны для привлечения внимания к рекламируемому товару или услуге. Рекламные сотрудники с каждым годом совершенствуют технологии съемки и распространения роликов.

Современная интернет-реклама становится все более востребованным инструментом продвижения для повышения репутационного капитала, ориентированный, в первую очередь, на получение реального результата от вложения средств в данный канал продвижения. Наличие собственного сайта стало обязательным атрибутом любой развивающейся компании, а его продвижение – неотъемлемой услугой для привлечения прибыли и увеличения продаж. Многие специалисты делают прогнозы, что в дальнейшем популярность у интернет-рекламы будет увеличиваться, и данный инструмент продвижения по мере своей эффективности и массовости будет на одном уровне с телевидением, радио и печатными СМИ.

Библиографический список

1. Гущина Е.Г. Модели потребительского поведения индивида с точки зрения различных наук / Гущина Е.Г., Витальева Е.М. // Вестник Астраханского гос. техн. ун-та. Серия: Экономические науки. – 2012. – № 2 (декабрь). – С. 136-142.
2. История развития рынка интернет-рекламы [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www.infinity-promo.ru/encyclopedia/istoria_razvitiya_rinka.html
3. Как появилась интернет-реклама: от древности до наших дней [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/blogs/106173/11455/>
4. Олег Чалкин: Особенности интернет-маркетинга в Европе [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://marketing.ru.com/internet-marketinga-v-evrope/>
5. Первая в мире социальная сеть [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://wd-x.ru/first-social-network/>
6. Райс, Эл. Расцвет пиара и упадок рекламы: Как лучше всего представить фирму / Эл Райс, Лора Райс. – М.: Транзиткнига, 2006. – 367 с.
7. Роль и место концепта рекламы в формировании имиджа социально ответственного бизнеса в России / Морозова И.А., Гущина Е.Г., Витальева Е.М., Трошин А.В. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 22. – С. 24-31.
8. Создатель всплывающих окон призвал сайты отказаться от рекламы [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2014/08/15/advert/>
9. Фейсбук в цифрах 2015 [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.pro-smm.com/facebook-2015/>
10. Эволюция интернет-рекламы: [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/08/08/evolyuciya-internet-reklamy/>
11. Internet and Mobile Association of India и KPMG [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: Internetworldstats.com

ВИТАЛЬЕВА ЕЛЕНА МИХАЙЛОВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая экономика и экономическая теория», Волгоградский государственный технический университет, Россия.

ГУЩИНА ЕЛЕНА ГЕННАДЬЕВНА – доктор экономических наук, профессор кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» Волгоградский государственный технический университет, Россия.

МОРОЗОВА ИРИНА АНАТОЛЬЕВНА – доктор экономических наук, профессор кафедры «Мировая экономика и экономическая теория», Волгоградский государственный технический университет, Россия

ОЛЕНЕВА АНАСТАСИЯ ВЛАДИМИРОВНА – аспирант кафедры «Мировая экономика и экономическая теория», Волгоградский государственный технический университет, Россия.

УДК 338.22 (470+430)

*Д.А. Перминова, О.А. Паневина, О.В. Кадникова***РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ГЕРМАНИИ**

Статья знакомит читателя с развитием малого и среднего бизнеса в России и Германии. Предпринимательство – ключевая с точки зрения социально-экономического развития современных государств сфера деятельности. Интересна она, прежде всего, своей многофакторностью. Сущность и формы предпринимательства представлены в самом широком спектре трактовок. Влияние бизнеса прослеживается практически во всех сферах развития государства и общества.

Ключевые слова: бизнес, инновации, предпринимательство, преференции, производство, рынок, экономика.

Развитие малого предпринимательства в России имеет недолгую историю в экономическом развитии страны. Малое предпринимательство берет свое начало с 1990 года, когда стало образовываться путем создания обществ с ограниченной ответственностью, которые частью своей становились приемниками ранее созданных кооперативов.

В условиях постиндустриального общества, с активным развитием смешанной экономики, в России на первый план выходит значимость малого предпринимательства. Это определено сказывается на изменении не только экономической функции данной формы бизнеса, но и социальной.

Согласно Гражданскому Кодексу РФ, предпринимательство – это «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке» [1].

В России деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства регулируется Федеральным законом № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 года [2].

В настоящее время практически невозможно представить процесс общественного воспроизводства без участия в нем малых и средних форм предпринимательства, что позволяет обеспечить успешное развитие и устойчивый рост эффективности производства. На сегодняшний день, малые и средние формы предпринимательства являются одними из флагманов рыночной экономики. Стоит отметить, что в ведущих европейских странах около 60-70% ВВП приходится на долю малого бизнеса, а в отдельных отраслях экономики достигает порядка 75-80% [3, с. 503-505].

В настоящее время малое предпринимательство в рыночной экономике является одним из ведущих секторов. В развитых странах его доля в национальном продукте составляет около 60-70%, а в некоторых отраслях достигает 80%. Поэтому в настоящее время подавляющее количество развитых стран поддерживает деятельность малого сектора экономики. [4, с. 306-310].

Для того чтобы вновь созданное предприятие смогло выйти на рынок, закрепить на нем свои позиции и стать успешным, необходима помощь со стороны государства. Государственное стимулирование развития малого и среднего предпринимательства заключается не только в финансировании, но также в поддержке на законодательном уровне, создании инфраструктуры, введении налоговых и кредитных льгот и других преференциях. Малые и средние формы бизнеса являются движителями национальной экономики страны. Это обусловлено тем, что в отличие от крупных компаний, международных компаний, именно сектор малого и среднего предпринимательства обеспечивает инновационное развитие экономики и государства в целом. В то же время такой путь содержит много рисков и неожиданных поворотов. Недостаточно просто придумать инновационный продукт, его необходимо внедрить на существующий рынок или создать новую нишу. Все составляющие инновационного цикла требуют больших, для представителей малого бизнеса, ресурсных вложений. В таком случае поддержка со стороны на различных стадиях и уровнях процессов крайне необходима.

Частные инвесторы не торопятся вкладывать свои деньги в малые формы предпринимательства, так как для них это неоправданный риск. Кредитные организации, выдавая ссуды, предпочитают малому бизнесу, крупные предприятия, как более надежных клиентов. Роль государства не должна ограничиваться только финансированием деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. Государство должно обеспечить малому и крупному бизнесу равный доступ к кредитным средствам.

Все вышеперечисленные формы участия государства в экономике и меры стимулирования малого и среднего бизнеса в России отличаются от европейских аналогов. Рассмотрим ситуацию с поддержкой малого и среднего предпринимательства в Европе на примере Германии. В ведущих экономических странах Европы таких, как Германия, особенно понимают социально-экономическую значимость субъектов малого и среднего предпринимательства и пытаются всячески способствовать развитию данных форм бизнеса на уровне государства. Наибольшую активность государства проявляют в программах финансирования, социальных программах и нормативно-правовом регулировании. Особенностью государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Европе являются преференции и льготы при получении кредитов.

В Германии коренные жители, желающие открыть свой бизнес, имеют возможность получения государственного кредита размером до 50 тыс. евро сроком до 20 лет. Начинаящий бизнесмен освобождается от уплаты процентов по кредиту на протяжении первых двух лет предпринимательской деятельности. Далее, в течение следующих 8 лет предприниматель обязан выплачивать проценты по льготным ставкам в размере 4-5% годовых (для сравнения, в России данная ставка от 15%). И уже, начиная с 11-ого года, бизнесмен начнет погашать саму сумму кредита.

Граждане Германии, пожелавшие начать свое дело, имеют право и на специальный кредит в государственном банке на основе своего бизнес-плана. Ставка по такому кредиту составит 0,75% годовых, выдается в случае действительно качественного бизнес-плана, который проходит экспертную проверку на четырех независимых уровнях. И только в случае одобрения всех четырех инстанций предприниматель получит необходимую сумму денежных средств. Значительная доля финансирования со стороны Министерства экономики и технологий Германии распределяется между двумя программами – Центральную инновационную программу для малого и среднего предпринимательства и Программу инвестиционных субсидий в регионах со слабой экономической структурой. Размер субсидий ограничен потолком в 350 тыс. евро для компаний, 175 тыс. евро для научных учреждений и 75 тыс. евро на услуги и консультации для поддержки инноваций [5].

На сегодняшний день в России задекларирован широкий спектр мероприятий по финансовой поддержке малого и среднего бизнеса. Среди всего прочего, в нем есть такие важные для предпринимателей виды поддержки, как субсидирование лизинговых платежей и уплата первоначального взноса до 10 млн. рублей, субсидии на покупку оборудования из расчета 10 млн. рублей на одного предпринимателя. Также достаточно перспективным выглядит создание организаций микрофинансирования, предоставляющих кредиты до 1 млн. рублей сроком до 1 года под 10% годовых. Для действующих инновационных компаний предусмотрены компенсации затрат до 15 млн. рублей, а начинающим инноваторам – до 500 тыс. рублей на одного предпринимателя.

В Германии ведется постоянная деятельность по совершенствованию законодательства в целях создания благоприятных условий для ведения бизнеса.

Грантовая поддержка также имеет место в системе поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в Германии. Так, исследовательский центр «Юлих» предоставляет стипендии и субсидии студентам, выпускникам, научным сотрудникам, которые занимаются разработкой проектов в различных сферах производства. Размеры субсидий, выделяемых исследовательским центром на покупку оборудования, материалов, заработную плату, проведение различных работ могут достигать 150 тыс. евро. Отдельное внимание стоит обратить на финансовую поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, которую оказывает банк развития KfW. Любые организации (включая церковь) могут претендовать на получение субсидий, если они занимаются развитием и облагораживанием социальной структуры, будь то строительство и содержание детских садов, школ, больниц и так далее.

В Германии распространены различные программы по повышению квалификации и переподготовки кадров для малого бизнеса. Средства, необходимые для проведения различных тренингов, семинаров, конференций и мастер-классов выделяются из государственного бюджета. Подобные мероприятия проводятся для различных групп граждан, таких как: женщины-руководители, руководители-иммигранты или молодые предприниматели – инноваторы [6, с. 310-313].

Начинающие бизнесмены могут воспользоваться бесплатными услугами по консультированию специалистами в различных направлениях их будущей деятельности и затронуть такие вопросы, как охрана труда, мотивация сотрудников, построение команды («team-building») и эффективное распределение времени («time-management»).

В России картина кардинально отличается от ситуации в развитых странах Европы. Правительство в программе поддержки малого и среднего предпринимательства занимается созданием Центров инноваций социальной сферы, созданием новых и развитием существующих технопарков и бизнес-инкубаторов, созданием промышленных парков. В больших масштабах усилия государства направлены

на поддержку строительства и развития моно-профильных муниципальных образований, в числе которых моногорода «Сколково», «Иннополис» и другие.

На сегодняшний день в России активно развиваются системы по повышению квалификации и переподготовки кадров для малого предпринимательства. Создаются бесплатные и платные курсы, тренинги, семинары по вопросам организации бизнеса, производства, управления персоналом, формированию эффективной команды и многое другое. Государственная поддержка малых и средних форм предпринимательства можно разделить на две составляющие: прямые финансовые вложения и субсидии, и косвенная поддержка в виде создания объектов инфраструктуры, льготной налоговой политики и подобных преференций.

Россия и Германия сходятся по основным направлениям поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, но ощутимо разнятся в способах и методах ее оказания. Эффективность многих проводимых программ в нашей стране ставится под вопрос по нескольким причинам, среди которых невозможность оценить эффект и эффективность от программы (например, создание Центров инноваций социальной сферы), неправильное освоение бюджетных средств, чрезмерная грантовая поддержка начинающих бизнесменов, которая порождает «грантоедов». В то же время стоило бы обратить внимание на опыт европейцев в данном деле. Весьма эффективным выглядит модернизация производства за счет установления деловых контактов между субъектами малого и среднего предпринимательства и представителями крупного бизнеса. Это позволило бы одновременно решить проблему поиска финансирования малого бизнеса.

С точки зрения прямого финансирования следует изучить систему кредитования с низкой процентной ставкой с опциями заморозки кредита на первый год или освобождения от выплат суммы кредита в течение первых лет, как в Германии. При развитии системы подготовки кадров и повышения квалификации сотрудников для малого бизнеса стоит перенять опыт и наработки Германии, так как у них система уже отлажена и учебные программы адаптированы под бизнес. Наши же программы пока находятся на стадии доработки. Адаптация эффективного зарубежного опыта поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства под российские реалии и внедрение в российскую бизнес-среду позволит нашей стране придать мощный импульс в развитии малого предпринимательства и экономики страны в целом.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // СПС «Консультант Плюс».
2. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс».
3. Девятаева, Н.В. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства в России и направления их решения / Н.В. Девятаева, Т.А. Базарнова // Молодой ученый. – 2014. – № 4. – С. 503–505.
4. Девятаева, Н.В. Способы организации малого бизнеса / Н.В. Девятаева, Е. В. Грызунова // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 306-310.
5. Инвестиции. Развитие. Консалтинг. Исследование рынка. 2014 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mb.tomsk.ru/static/files/2014/podderzhki-sektora-msp.pdf>
6. Красникова, А.С. Поддержка малого и среднего предпринимательства в России и Европе (на примере Франции и Германии) / А.С. Красникова, Д.П. Галкин, А.А. Элязян // Молодой ученый. – 2014. – №20. – С. 310-313.

ПЕРМИНОВА ДАРЬЯ АЛЕКСЕЕВНА – студент экономического факультета, Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия.

ПАНЕВИНА ОКСАНА АНАТОЛЬЕВНА – студент экономического факультета, Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия.

КАДНИКОВА ОКСАНА ВЛАДИМИРОВНА – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, заведующая кафедрой иностранных языков, Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия.

UDC 338.12.017

E.A. Povod, A.E. Roldugina, N.A.Dmitrienko

ANALYSIS AND OPPORTUNITIES OF INNOVATIONS IN RESTAURANT BUSINESS "MCDONALD'S" (AS AN EXAMPLE)

In this paper, an analysis of the structure of the restaurant business innovation Russian Federation, on measurements of market leader, 1st class restaurant McDonald's. This company is the main innovator of the structure of the restaurant business and is able to prodemanstrirovat as the impact of innovations on dostyazhenie maximum pribyli. Rassmotreny major innovations McDonald's, identified the main problems of the enterprise and the ways of solving the basic problems of the enterprise. The calculation of costs McDonald's training personnel and describes the main features of the personnel policy of the enterprise.

Keywords: *innovation, the restaurant business, personnel policy, fast food, McDonald's.*

The aim is to state the structure of Russian restaurant business that it is not only the quality of food but a quality of service as well. It is supposed to be a key indicator of a successful business. The basis for the developing any enterprise is not only technological or technical innovation, but there are a lot of new ways of activities, a range of new products and services, and new forms of marketing management as well.

So innovative measures have become an integral part of a business service sector as the main tool of a restaurant business, and they can be divided into:

- Innovations are introducing different revolutionary changes in a production technology;
- Innovation influences the perception quality of the product;

The specification of the restaurant business is not just the consumers' satisfaction, but it is rather a competent marketing policy of the company to obtain the maximum benefits.

Analysis of the restaurant business innovation can be a good example of the industry marketing. Identification of innovative tools is a contribution means to raising the level of income and growth of the enterprise. As the restaurants of the "First" class is supposed to be a fast food restaurant network. This type of restaurants appeared in the 40s of the 20th century in the United States. The founder of the fast food restaurants network was McDonald, as it was the first self-service network restaurant to cut time of food preparing. Innovative solution is to reduce the price and cost of the main product, "Hamburger" has 3 times low price 30 to 15%. Fast food restaurants are relevant today, as it is pointed out in Figure 1.

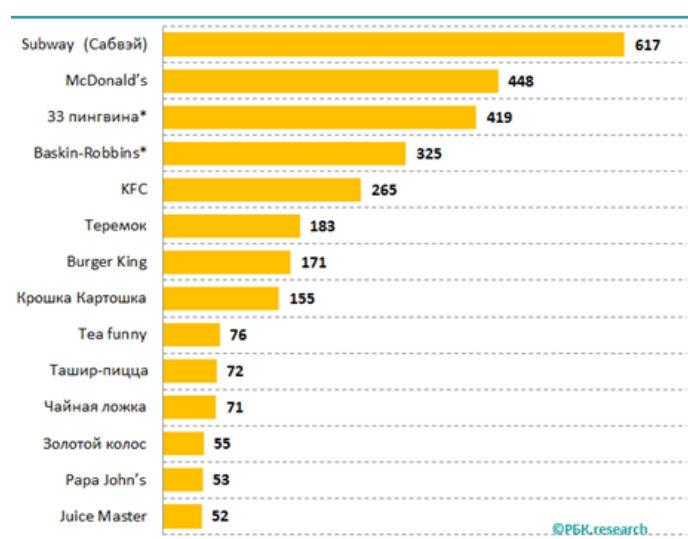


Fig. 1. The largest chain of restaurants in Russia,. [1]

You can identify a leader among the number of restaurants in Russia, one of the most successful are "McDonalds" and "Subway". The review analyses of the restaurant activity for a period of 2015 let us stress that a lot of restaurants have appeared in Russia. Even the rapid growth of «Subway» does not help them to become a leader among other restaurants. So in accordance to the statistic data made by «FORBS» journal, the restaurants of "First" class in Moscow the attendance it is only 6.5 while the "McDonald's" has 33.7. It can be expressed in the table 2.

	I полугодие 2010	I полугодие 2011	I полугодие 2012	I полугодие 2013	I полугодие 2014	Рост/падение доли I пол-е 2013 - I пол-е 2014
McDonald's	34,0	32,1	32,8	33,4	33,7	0,3
KFC	12,4	10,9	13,5	13,2	12,3	-0,9
Крошка-Картошка	14,6	13,6	12,3	10,7	11,5	0,8
Burger King	н/д	1,7	4,9	8,2	11,5	3,3
Subway	2,4	3,6	5,0	7,3	6,5	-0,8
Теремок	4,2	3,1	4,3	4,0	6,0	2,0
Стардорls	3,3	2,5	3,4	3,1	3,0	-0,1

* жители от 10 лет

Fig. 2. Number of visitors of the "First" class restaurants in Moscow (once every 3 months), in%. [2]

Visitors appreciate "McDonald's" network. It can be explained by the popularity of the brand. So according to RBC "McDonald's" brand is the most cited in the Internet, in spite restaurants of the "First" class. Today, the «Forbes» stresses that «McDonald's» has about 39.5 billion. (\$) Table 1 shows the 6 most expensive brands in the world.

Table 1

Six the most expensive brands in the world. [3]

Brand	Стоимость бренда, в млрд. \$	Brand value, in billions. \$	A Short description
1	2	3	4
Apple	145,3	+17	In the 4th quarter of 2014, Apple sold 74E, 8 million. Smartphone sales grew 49% compared to 2011.
Microsoft	69,3	+10	Since 2014 the company is founded by Satya Nadella, a new beginning the company is set to release in 2015 a new version of Windows.
Google	65,6	+16	Google's share of search engines in the market is 64.4%.
Coca-Cola	56	0	The company specializes in the production of soft, highly carbonated beverages. In 2014, the net profit is -17%.
IBM	49,8	+4	IBM's response to falling sales is going to go from the original equipment manufacturer market leader in cloud computing.
McDonald's	39,5	-1	McDonald's daily serves about 69 million. People.

McDonald's is a leader in the business industry of Russia, at the moment there are over 40,000 employed in McDonald's, so it remains the largest taxpayer in the country.

As an example the analysis of enterprise innovation is done with the help McDonald's Ltd. "McDonald's" has occupied a business niche is as the innovator in the structure of restaurant business. This company uses a whole range of innovations aimed at maximizing profit enterprise, namely:

-innovations in "McDonald's" are equipped with the unique techniques designed for this restaurant chain. This equipment can help us to prepare any dish less than in 3 minutes;

- Innovations in design can be attributed as the color scheme of the restaurant design and image menus;
- Innovations in issuing orders, electronic menus, "McDonald's car", providing the opportunity to make order in the Internet;

- Innovation in marketing strategy, is one of the most successful marketing programs is the company "McDonalds". The game "Monopoly" is supposed to be the collection of segments while the customer is expected to get a prize. The segments are expressed as expensive and rare products allowing to increase sales and reduce costs, and receiving prizes in the form of products in the restaurants where the visitors usually play, make orders and come back for the prize to make additional orders;

- Information on innovation are included in stands and show cases with a menu outside, Wi-Fi and so on.

- Innovations in personnel management. "McDonalds" usually pays great attention to personnel management policy, as Ray Kroc believed that consumer assessment is the quality of services creating as a greater extent as it is the behavior of the staff.

Certifications in McDonald's is done by the director of the restaurant, and it includes a brief history of the company, safety, career opportunities, charity events made by McDonald's and a set of corporation rules. After two months of employees' work a worker should pass the certification.

Every month any McDonald's restaurant has a competition to choose the best "Employee of the Month." The competition "the best Employee of the Month" is an open competition for any employee of the restaurant. The winner will receive a unique watch with symbols of the restaurant, or a bonus of 2000 rubles. This award is added to the monthly wages. The Award depends on performance evaluation as estimations of each employee, every shift is taken into account and all positions are responsible for a unit quality of restaurant's work.

Any employee after receiving certification can get a yellow badge with name and symbols of the company. Such badge indicates that the employee is needed to pay attention. The next certification is a white badge indicating the symbols of the enterprise. The restaurant chain is often a short-term exchange of personnel staffs inside of the company. So, "McDonald's" in Shakhty has a number №260 and the employees are invited from Novocherkassk and Rostov-on-Don. This became possible because of the similar structure of the restaurants network and equipment.

To advertise its products the company uses almost all the means of advertising: as television and radio advertising, outdoor advertising, advertising on the Internet, advertising in newspapers and magazines, flyers, transport advertising, participation in various exhibitions and etc. Also, restaurants often draw visitors' attention by using so called open days when anyone can come to the restaurant and see the process of cooking, and the quality products used for preparation, and everyone can taste and appreciate the quality of dishes. Advertisement "McDonald's" is one of the most recognizable not only in Russia but in many other countries.

To select the most outstanding initiatives in each of these areas McDonald's has collaborated – WWF, BSR, Ceres, and Conservation International. The selected projects received the status of the experts "Planet Champions» (Planet Champions).

Some examples of projects received the status of "Planet of the Champions" in 2012.

Packaging. In Canada McDonald's restaurants use napkins as friendly signs, and special bags as advertising measures.

Introducing green technologies in construction. In the USA McDonald's is planning to build 25 additional restaurants with LEED certification in 2015 as a part of the LEED Volume Program.

Recycling and waste reduction. In Austria, the program is McRecycle, pointing out that 95% of wastes in McDonald's restaurants can be recycled.

Logistics. A lot of trucks are engaged in the supply of McDonald's products they, use 100% bio fuel made of vegetable oil used in the kitchens of the restaurants.

Communication. The Spanish McDonald's restaurant and environmental training of employees is one of the key elements of internal training program.

"Green Office" program is invented by Japanese McDonald's managers who helped about 5,500 employees to achieve a 15 percent reduction of their energy consumption from July to September 2011 [4].

But even in such a large and successful company there are some problems requiring the development and implementation of innovations. Perhaps the introduction of the program is to recruit workers.

Recruitment is a part affiliate program registered as the recommendation to other people, managers. This marketing scheme is widespread in Internet and it requires a registration form in the site, providing some services for a lot of people. In this case, the recommendation is accompanied by a "referral link" containing information about the account party, to be rewarded for bringing newcomers in to the network of the company.

This program will allow the employee to receive monetary compensation, if a new employee works for more than 4 months in a chain of McDonald's." restaurants. This form of recruitment is based on the responsibility and improving overall level of team interaction and interest. It should reduce part time employees.

After analyzing the possible cases of "turnover" in the company "McDonald's", we can conclude that the main reason is the wrong choice of frames. The second influences can be identified as an insufficient adaptation of personnel to unusual devices of the labor process in Russia.

In order to eliminate the number of "staff turnover", we could organize training costs and insurance costs, the so-called preliminary stage should be introduced. It includes obtaining professional education for young workers under the age of 25 years, as the first position in the company and the process of adapting to it.

The average "turnover" in the chain of restaurants "McDonalds" is 300% a year and the average worker leaves the work place after 4 months, so it is possible to calculate the minimum cost of staff training/ The minimum wage of a worker is 95rub per hour, and duration of a training program is 4 full days of training [5].

$$95 \times 8\text{ч} = 3040$$

The restaurant chain has more than 25,000 people, it allows us to calculate the minimum cost of staff training per year (Rub.):

$$25000 \times 3040 \times 3 = 228000000$$

So normal level of "turnover," (according to an Internet resource) [6] is considered to be 80%.

As a benchmark the minimum wage has been selected in restaurant chain as a normal "turnover." According to the online resource 'orabote.net' [7] a chain of restaurants has an average annual "turnover rate" that is more than 80% and at minimum wage of 25,000 rubles. per month for a 10-hour day employment during 21 days a month. Let us consider the minimum hour rate (rub. Per hour):

$$\frac{25000}{10 \times 21} = 119$$

Innovation project aims to reduce the "turnover" of a restaurants network to normal levels due to this business segment. To increase employee motivation is to increase the minimum wage per hour to 119rub. As a result, of wage increasing the spending on education in the "turnover" is 80% (rub.):

$$25000 \times 119 \times 4 \times 8\text{ч} \times 0,8 = 76160000$$

The average cost of the training course is 1300 rubles. [8]. In the future, it is possible to organize training and team management training. The cost of training in the network of "McDonald's" is:

$$1300 \times 25000 \times 1,8 = 58500000$$

Therefore, while reducing staff turnover from 300% to 80% per year, it is possible to increase the minimum wage to 119rub as trainings and team building profit opportunities (rub.):

$$228000000 - 7610000 - 58500000 = 93340000$$

As a result of the innovative project which includes age limit frames, the introduction of the training program and team building we may reduce the cost of training personnel to 93340000 rub. pur year. As a result, reducing the "turnover" will help us to increase the professionalism of the employees, and consequently fit the costs of insurance benefits to employees. In the end, this measure will increase the profit of "McDonald's".

References

1. Organization of activity of the restaurant; // URL: <http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=493766> (date of treatment: 06/08/2015)
2. Franchising in the hotel and restaurant business; // URL: http://otherreferats.allbest.ru/marketing/00190501_0.html (date of treatment: 06/09/2015)

-
3. The requirement to restaurants "Luxe", "upper" and "first"; // URL: <http://www.xn6kccihhc7eigaqchgr1etf.xn--p1ai/0-statii-4.html> (date of treatment: 06/09/2015)
 4. Top 10 of the largest restaurant chains in the number of establishments on the territory of Russia; // URL: http://rusfranch.ru/press_center/newsd.php?ID=3337 (date of treatment: 06/10/2015)
 5. Top 100 most valuable brands in the world; // URL: <http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/top-100-samyh-dorogih-brendov-mira-194355/> (date of treatment: 06/10/2015)
 6. The Dark Side of America // URL: <http://www.usinfo.ru/macdonalds.htm> (date of treatment: 06/10/2015)
 7. Staff turnover, a blessing in disguise // URL: <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=8498> (date of treatment: 06/10/2015)
 8. LLC "Laci groups» // URL: <http://orabote.net> (date of treatment: 06/12/2015)
-

POVOD EVGENY ANDREEVICH – undergraduate Mechanics of Radio Engineering faculty don state technical university institute of service and business (branch) DSTU in Shakhty.

ROLDUGINA ALLA EVGENIEVNA – Associate Professor, the candidate of technical sciences, Institute of service and business (a branch) Don state technical University Town Shachty, Russia.

DMITRIENKO NADEZHDA ALEKSEEVNA – Associate Professor, Institute of service and business (a branch) Don state technical University Town Shachty, Russia.

UDC 658:005.5

V.A. Rassokhina, N.A. Dmitrienko

IMPROVE THE FUNCTIONING OF THE BUSINESS SYSTEM ON CROWDSOURCING PLATFORMS

The article deals with the structure, particularly of crowdsourcing as a factor of increasing the efficiency of the organization. Allocated the conditions necessary for the successful operation of online crowdsourcing platform. The directions of increasing efficiency of crowdsourcing technologies in the organization are considered.

Keywords: crowdsourcing; intellectual capital; innovative development; areas for improvement; efficiency.

In the current conditions of economic, political instability, an ever increased competition, progressive development of information technologies at Russian enterprises are forced to search new methods of increasing the efficiency of operation. Of course, effectiveness of system's operation is based on rational use of technological, financial, material, labor types of resources. However, in the era of information society, the dominant factor in increasing the efficiency of enterprises is knowledge which is regarded to be the intellectual capital of the business system.

Relating to this, the enterprise efficiency management system should include systems of statistical and technology mining for marketing analysis and forecasting; modeling simulation system, allowing to describe scenarios of long-term enterprises development and the effects of management decisions; Internet platforms for creating ideas and group decision-making for the evaluation and selection of strategic alternatives on the basis of expert assessments (social technologies).

One of the most remarkable examples of social technologies is crowdsourcing – involvement of many people to work together using modern Internet platforms as a medium of group activity.

According to the data of IBM Global CEO Study 2015 which is based on interviews with 765 CEOs and the biggest business leaders, most ideas for optimization of processes are done with the purpose to improve efficiency of business systems come from employees of the company [1].

In 2003, Luis von Ahn with his colleagues, first proposed the term “a human computation”, which operates the human capabilities to perform computing tasks, beyond the control of the computer. Later on, in 2006, the term “crowdsourcing” was formulated by the editor of the journal “Wired”, Jeff Howe, in the article entitled “The Rise of Crowdsourcing”.

The necessity to implement this system is based on the fact that the growth of indicators of business efficiency approved by three business processes: development of new products; development of labor productivity; cost saving. In the concept “mobile enterprise” these processes are carried out within the crowdsourcing internal corporate network platform where the dominant role belongs to “Virtual performers” or employees.

The market share growth and customer satisfaction are based on the use of “external crowdsourcing”, which is a system of interfacing processes: expansion of the customer database; increase of customer loyalty; strengthening of the brand.

Let's point out some special aspects of the intellectual crowdsourcing [2, p.125-126]:

1. Absolutely indifferent to professional qualifications and experience.
2. Only the final product means.
3. Prevailing value of the initiative, coming “from below”.
4. Evaluation of upcoming decisions by the crowdsourcing community.
5. Giving consideration to the best ideas by the experts and company management according to the following criteria: economic efficiency of solutions, the possibility of use of idea in various functional units of the company (universality), uniqueness and innovativeness of an idea.

Application of the ideas exchange system will solve the following problems of innovative development of the company:

1. It will increase the creative activity of employees;
2. It will ensure the necessary conditions for generating ideas, sharing of knowledge;
3. It will create a database of knowledge and the best practices used in the company;

4. It will maximize the speed of response to changes and the impact of the external environment of the direct and immediate influence on the operation of the company (reaction to the activity of competitors, of the requests of consumers and others).

5. It will raise the level of involvement of employees of all levels into the process of solving tactical and strategic tasks of the company.

The crowdsourcing system should become the basis of the concept of a single digital workplace of the business systems, as well as, functionally linked with other IT-solutions used in the company.

The conditions necessary for successful functioning of the crowdsourcing platform:

1. The voluntary nature of the work performed (generating new ideas and proposals should come from the company's employees voluntarily, but not by order of the management staff);

2. There should be a system that supports multi-user mode of work and ability to update information in real time mode;

3. There should be mechanisms to filter information and choose the best solutions, i.e. it is necessary to use the module of expert estimation. Also there must be a method of evaluating and processing the contribution of each participant.

4. There should be a system of rewarding people for their participating in the exchange of knowledge and ideas. The motivation for employees may be as material rewards, as various bonuses: gifts and souvenirs, recognition of the company's management, career progression, abilities for self-affirmation, communication and mutually beneficial cooperation with members of the same community.

At the present time, dozens of websites, software systems, and mechanisms are created to ensure the possibility of crowdsourcing to perform any classes of tasks. Some of the crowdsourcing platforms are quite independent, others are sponsored or established by the brands. Here are the most notable examples of crowdsourcing in the world:

1. Wikipedia is an encyclopedia, created by thousands of internet users;

2. «InnoCentive» is the source to carrying out researches in various areas – from engineering to management. It unites more than 125 000 researchers, offering their solutions for specific companies.

3. «Amazon Mechanical Turk» is an intellectual exchange market. Interested companies and enterprises put intellectual tasks to public opinions. Anyone can offer their own solutions based on rewarding;

4. «Procter & Gamble» offers the customers to become participants of the production process, to share their ideas on the website InnoCentive ([http:// www.innocentive.com](http://www.innocentive.com)), offering large money rewards in exchange to more than 160 thousands of “solvers”;

5. «Muji» is Japanese furniture company which collects new radical ideas with the help of its corporate website for its products through a database, which includes about half a million members. Then Muji asks them to evaluate designs. The list of the most popular ideas is given to professional designers who develop products directly.

6. Intrade.com specializes in the area of co-operative prediction of the markets movement.

Special attention should be paid to the experience of such large companies as Fiat, Starbucks. These business giants have created their own community to exchange ideas. So, since the website Fiat Mio had been launched, in early 2009, nearly two million unique visitors have placed more than 10 000 solutions and ideas on it, that should transform cars of the largest Italian manufacturer into supercars of the future. All proposals placed were being processed and studied by engineers. Fans of Starbucks participate in development of new coffee recipes: on the website of Mystarbucksidea where hundreds of users' suggestions, comments about interior design and so on are daily published. And any coffee shop chain can take an idea. This method of retaining existing customers is modern enough than keeping books of complaints and suggestions, where people rarely look in. In Russia crowdsourcing technology only started to appear. In fact, there are only two companies working in this segment – Witology and WikiVote!

The object of development for Witology is the platform of a new type, which allows to identify key problems in complex projects, to find and bring the most active, competent and productive professionals in any industry anywhere in the world using Internet technology to their solution [3]. The software product created by Witology, has special algorithms of filtration of “social noise” at the level of ideas and people (when there are hundreds of crowdsourcing people working, they produce a lot of ideas, comments, creating so called “social noise”). It has also been developed methods for producing a synergetic intellectual potential. For existing systems a selected idea has been received as the highest rating. In Witology ideas are formed, improved, developed and selected – process of intellectual synergies is born. Another fundamental difference from western competitors is the possibility of extraction the so-called “hidden knowledge”.

Witology offers to use intellectual potential of own staff whose minds have hidden knowledge up to 80%. Employees are given a task, it is broken into subtasks – and debate begins in the internal network. Know-how of Witology is the active process to conduct this debate (for this the company has a specially trained staff) and how

to get the right solution out of this discussion. Using sophisticated algorithms developed in Witology, the program itself will help the management staff to find the right solution. Criteria for selection of the program were set during the development by the creators of the project.

The company WikiVote! is the platform for the collaborative development of texts and work to improve them. Today WikiVote! Has managed a number of major projects. A typical example is an opened network project in which the citizens could participate, who are interested in creating clearer, more understandable and, approved by society, text of the Federal Law on education. More than 5.5 thousand participants were involved in the project, 169 ideas on the most serious issues were received.

Witology and WikiVote! became the main partners of the innovative project of Sberbank of Russia, which was implemented in the framework of the celebration of its 170th anniversary. In October-November 2011, the unprecedented crowdsourcing project "Sberbank-21" was implemented, which attracted 120 thousand participants from 64 countries.

On the Internet websites, represented by WikiVote!, 3 reports are created, accumulating innovative ideas and suggestions in three areas: "Sberbank-21-The Future", "Russia-21-Progress" and "Innovations-21 Crowdsourcing". Among the internal bank projects it is possible to outline: creation of new versions of the standard legal documents: "the policy of innovative activity", "the policy of branch management activity (2012-2013), group solution of optimization of business processes. According to the information for 2012, the economic effect of implementation the best proposals, received in the course of crowdsourcing projects was up to 13 billion rubles.

Like any process, crowdsourcing has disadvantages.

1. Definition of the task in "one action" (question-answer), and as a result there is lack of information on this issue;

2. The principle of "neighborhood team", who wants to take part, he is involved (there is no any absolute involvement of employees in crowdsourcing);

3. A huge number of ideas, where smart ideas are lost among the creepy ideas;

4. Anchored position (mental focus on expressed ideas or their criticism, without thinking in original way), gregariousness (unwillingness to go against the views of the majority when suggesting own ideas or evaluating existing), hyper optimism (lack of analysis of situations in which the idea might not work);

5. In the process of selecting the best ideas the most popular are focused on.

The advantage is that crowdsourcing allows to look at the existing problems with different points of view through the participation of the broad segments of the population with different personal and professional knowledge. At the same time ideas generated in the process of communication and their discussion, in general result, form the basis of ideas that can be used by the organizers of such kind of communication as a starting area in development of innovations.

Suggestions for improving the crowdsourcing technology:

1. Solve complex, large-scale tasks "in several steps";

2. Provide a deep analysis of the problems;

3. Define criteria of effectiveness of group solution;

4. Regularly test "virtual maker" on the level of creativity, productivity, etc.

5. In the process of generating ideas, filter out waste ideas, make the groups of similar ones, remove effects of anchored position, gregariousness and hyper optimism;

6. In the process of completion of ideas, multistage filtration pool of ideas and their command completion are needed;

7. In selection of ideas it is necessary to use different methods of evaluation, reinforce the importance of ideas with clear arguments;

8. Final solutions must be carefully selected and well developed, including the ideas that are not characterized enough, but potentially brilliant.

Thus, crowdsourcing is a tool for using the intellectual potential of the company in development of new products and services, formation of customer loyalty, implementation of innovations, development of business ideas and, in our opinion, the most important thing: crowdsourcing platform allows to react to changes, threats and opportunities occurring both in the external environment and the internal business processes with high speed.

Information sources

1. IBM [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ibm.com> (date of the application: 04.01.2016)
2. J. Howe. Crowdsourcing. Collective intelligence as a tool for business development // Secret of the Firm. – 2012. – №8. – P.125-126.
3. Witology [Electronic resource]. – Mode of access: <http://witology.com/> (date of the application: 05.01.2016)

4.Puchkov N.N. Intellectual capital in the modern Russian enterprise // MID (Modernization. Innovation. Development). – 2014. – №1 (17). – P. 22-24.

RUSSOHINA VALENTINA ALEKSEEVNA –undergraduate of economic faculty, Institute of service and business (a branch) Don state technical University Town Shachty, Russia.

DMITRIENKO NADEZHDA ALEKSEEVNA – Associate Professor, Institute of service and business (a branch) Don state technical University Town Shachty, Russia.

УДК 338.124.4

А.А. Смирнов

ПРОБЛЕМЫ ЭКСПРЕСС – ДИАГНОСТИКИ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются сложности экспресс – диагностики, понятие, цели и задачи, значение и роль экспресс – диагностики в условиях турбулентной экономики и кризисного состояния организации, а так- же суть диагностического анализа.

Ключевые слова: банкротство, экспресс- диагностика, ликвидность, кризис, рентабельность, платежеспособность, прибыль, мониторинг, анализ.

Каждая организация, берёт начало с момента становления, сталкивается с рядом проблем, которые могут вызвать острый кризис, сопровождающийся резким ухудшением финансовых показателей: рентабельности, оборачиваемости оборотных средств, ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости. Кризис может возникнуть на любом из этапов ЖЦ организации. В экономике выделяют перечень этапов циклического развития организации: появление идеи, проектирование, планирование, строительство, освоение производственных мощностей, функционирование, развитие, упадок, закрытие или реорганизация. Организация может пройти их полностью, а может остановиться в своем развитии на любом этапе, не достигнув результатов или прекратить свое существование. В связи с вышесказанным перед менеджерами стоит вопрос о том, что же такое диагностика, как следует её проводить и каковы её проблемы.

Каждая организация нуждается в постоянном отслеживании положения. Один из эффективных способов анализа организации – это экспресс-диагностика, она отражает «экспресс» взгляд хозяйственной ситуации предприятия. С целью выявления проблем в функционировании организации и причин их возникновения диагностика направлена на оценку состояния исследуемого объекта.

Диагностика относится к мало исследованным проблемам управленческой науки и отечественной экономики.

Термин “диагностика” от слова “диагноз” в переводе с греческого языка означает распознавание, определение. В обиходе, под словом “диагноз”, подразумевается, во-первых, констатация результатов исследования, во-вторых, заключение по этим результатам на основании показателей, нормативов, характеристик. Диагноз – это конкретное состояние, которое имеет объект анализа. Диагностика – инициализация состояния объекта, предмета, процесса или явления управления посредством выполнения и выявления слабых и сильных сторон в исследовательских процедурах принимая во внимание актуальность проблемы диагностики для отечественных организаций, некоторые авторы исходя из специфики функционирования отечественной экономики ввели свое понятие диагностики.

Дмитриева Н.С. разграничивает диагностику и экономический анализ тем, что экономический анализ – это определение количественного значения параметров, в то время как диагностика представляет собой комплексное заключение о состоянии исследуемого объекта, которое делается на основе различной аналитической информации и помимо количественных параметров, диагностика содержит качественные выводы и заключения по состоянию объекта исследования.

Муравьев С.С. считает диагностику способом установления характера отклонений показателей хозяйственной деятельности предприятия на основе оценки факторов, влияющих на данные показатели.

С точки зрения целей его проведения диагностического анализа и масштаба работ, можно выделить следующую последовательность диагностики:

- комплексный диагностический анализ;
- экспресс – диагностика;
- диагностика банкротства.

Экспресс-диагностика – оценка близости состояния организации к банкротству на основе регулярного вычисления данных баланса и соответствующих коэффициентов. Экспресс-диагностика предполагает анализ и оценку небольшой группы первоочередных индикаторов, направленных на предложение рекомендаций по улучшению текущего финансового состояния организации. Таким образом, экспресс-

диагностика дает объективную картину текущего состояния организации на основе анализа стандартных форм отчетности.

Задача диагностики состоит в определении мер, направленных на эффективную работу всех составляющих элементов системы а так же на выбор способов реализации этих мер, в частности: изучение и анализ финансового состояния, изучение причин его динамики и разработке рекомендаций по повышению финансовой устойчивости и платежеспособности организации.

Вышеприведённые задачи решаются путем расчета и изучения причин ухудшения или улучшения абсолютных и относительных показателей.

Из чего можно заключить, экспресс-диагностика состояния организации проводится с помощью оперативного изучения отчетности и расчета относительных показателей, трансформируемых в динамику, которые позволяют оценить тенденцию и глубину изменений состояния организации.

Фактор времени – одна из существующих особенностей кризиса. На степень неплатежеспособности организации, а так же необходимость учета временных параметров при диагностике обращено внимание и в некоторых нормативных документах. В соответствии с этими документами в числе абсолютных показателей финансового состояния предприятия используется коэффициент восстановления или утраты платежеспособности. Данный коэффициент имеет четкие факторные временные параметры (начало и конец отчетного периода в месяцах года). Отсюда следует, дефицит времени для принятия управленческого решения и на реализацию антикризисных процедур в организации является особенностью.

При рассмотрении экспресс – диагностики финансовой несостоятельности, следует выделить группу положений, которые определяют суть экспресс- диагностики:

- диагностика определяет 2 сферы использования, это диагностика бизнес-процессов и диагностика результатов деятельности состояния организации;
- диагностика направлена на расчет финансовых показателей, а так же на анализ «не финансовых показателей»;
- в диагностике необходимо использовать принцип разумной достаточности, (необходимо брать те показатели, которые являются информационной основой для принятия управленческих решений).
- соблюдение принципа сравнимости, сопоставление финансовых показателей и других данных, имеющих отношение к объекту диагностики;
- соблюдение принципа временной согласованности, проведение диагностики согласно временному регламенту, например раз в месяц или раз в несколько месяцев экспресс-диагностика и один раз в год должна проводится комплексная диагностика.
- соблюдение принципа законности, суть которого состоит в том, что после расчёта всех финансовых коэффициентов, сделанного горизонтального и вертикального анализа финансовой отчетности, необходимо проведение комплексного анализа положений дел компании, используя метод SWOT-анализа.

По результатам исследований можно сделать вывод о том, что эффективность экспресс-диагностики повышается при условии соблюдения следующей последовательности этапов ее выполнения:

- выявление принадлежности объекта к определенной группе, классу или рангу объектов;
- установление отличий диагностируемого объекта от объектов своего ранга путем сравнения;
- определение допустимой корреляции от базовых показателей;
- разработка методики формирования институциональных норм в качестве базовых показателей работоспособности организации.

Первая стадия кризиса, в большинстве случаев скрытая, – это снижение рентабельности и объемов прибыли падение деловой активности фирмы предельной эффективности капитала, показателей. Выходом из этой стадии может стать пересмотр стратегии организации и её реструктуризация, а так же пересмотр тактик, ведущих к снижению издержек, сокращению штатов рабочих мест, управленческого аппарата и повышению производительности труда.

Вторая стадия кризиса это появление убыточности производства. Эта проблема решается посредством стратегического планирования и управления, реализуется с помощью добровольной реструктуризации организации.

Третья стадия означает возможность отсутствия собственных средств и резервных фондов у организации. Это негативно влияет на перспективы развития, рациональное бюджетирование долгосрочное и среднесрочное планирование денежных потоков, и синхронизировано со значительным сокращением производства. Реструктуризация организации и внедрение программы стабилизации финансово – экономического состояния требуют экстренных мер по изысканию средств для их осуществления. В случае непринятия оперативных мер наступает кризис ликвидности и банкротство организации, что является результатом регрессии четвертой стадии. На этой стадии особенность диагностики заключается в расчете

ценности признаков, характеризующих наступающий кризис, а так же расчёте уровня риска при принятии управленческих решений нахождения оборотных средств для экстренного варианта.

Четвертую стадию характеризует состояние острой неплатежеспособности организации. Возникает угроза прекращения производственного процесса, а затем и банкротства организации. На этой стадии диагностика с использованием коэффициентов ликвидности, восстановления платежеспособности, обеспеченности собственными оборотными средствами позволяет определить наличие факта финансовой несостоятельности организации и возможность её нейтрализации через процедуру банкротства.

Отсюда следует, что уточнение понятий диагностики, а так же этапов кризиса предприятия и банкротства приводит к выводу, что первая, вторая и начальный этап третьего этапа кризиса организации является содержанием кризиса для его собственников. Четвертая стадия кризиса представляет собой угрозу для кредиторов. Использование этих понятий, а так же обоснование объясняется технологией диагностических процедур на каждом этапе кризиса.

Опираясь на анализ вышерассмотренных теорий, можно сделать вывод, что диагностику банкротства, финансово-экономического состояния, систем управления и организационной структуры необходимо быть дополнить методологией институционального подхода. Благодаря этому, оценка способности организации “выдержать” напряжение кризисной ситуации выводится из отклонения уровня корпоративности институтов организации и технологий.

Проблема индивидуальных свойств экспресс-диагностики остается актуальной и включает:

- изучение и анализ новых качеств объектов управления в результате развития социально-экономической системы;
- выявление причинно-следственных связей в развитии объекта и субъекта управления и их развития;
- постоянный мониторинг состояния ситуации в условиях турбулентной экономики;
- востребованность повышения прогностических функций диагностики и эффективности антикризисных.

Диагностические исследования относятся к числу теорий, исследующих и описывающих механизмы функционирования в обществе и экономике. Однако экспресс-диагностика до сих пор остается проблемой мало исследованной. Именно поэтому достаточно актуальной оказывается разработка методологии построения аналитических моделей, разработки унифицированных процедур для организаций, а так же организационно-экономических условий их существования.

Библиографический список

1. Алексеев, Н.В. Управление предприятием в кризисной ситуации: учебник / Н.В. Алексеев. – М.: ИД «ФОРУМ», 2011. – 538с.
2. Астахов, В.П. Анализ финансовой устойчивости фирмы и процедуры, связанные с банкротством: учебник / В.П. Астахов. – М.: Ось-89, 2009. – 372с.
3. Баканов, М.И. Теория экономического анализа [Текст]: учебник / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 544с.

СМИРНОВ АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВИЧ – магистрант, Донской государственный технический университет, Россия.

АНАЛИЗ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается процесс движения денежных потоков на примере ОАО «Газпром». Посредством проведения анализа денежных потоков автором выясняются причины дефицита денежных средств и определения источников их поступления и направления расходования для контроля текущей платежеспособности ОАО «Газпром».

Ключевые слова: денежный поток, анализ потоков денежных средств, платежеспособность предприятия, ликвидные активы, контроль денежных потоков.

В современных условиях для успешного функционирования предприятию важно научиться анализировать и управлять собственными денежными потоками. Ведь цель организации – это не только получать прибыль, но и быть способным оплачивать свои операции – покупать товары, платить за оказанные ему услуги и выполненные для него работы, платить налоги в государственный бюджет, выплачивать своим работникам вознаграждение за труд [1].

Основная цель анализа потоков денежных средств заключается в том, чтобы на основе объективной оценки движения денежного потока выяснить причины дефицита денежных средств и определить источники их поступления и направления расходования для контроля за текущей платежеспособностью ОАО «Газпром» [2].

Открытое акционерное общество «Газпром» – глобальная энергетическая компания. Представляет собой вертикально-интегрированную нефтяную компанию. Основные направления деятельности – геологоразведка, добыча, транспортировка, хранение, переработка и реализация газа, газового конденсата, нефти, а также производство и сбыт тепло- и электроэнергии.

ОАО «Газпром» является правопреемником имущественных прав и обязанностей Государственного газового концерна «Газпром» (Указ Президента РФ от 5 ноября 1992), в том числе его прав пользования землей, недрами, природными ресурсами, а также прав и обязанностей по заключенным концерном договорам. «Газпром» располагает самыми богатыми в мире запасами природного газа. Его доля в мировых запасах газа составляет около 18 процентов, в российских – около 72 процентов.

Компания перерабатывает более 80% добываемой нефти, демонстрируя оптимальное соотношение добычи и переработки. Главными видами деятельности предприятия являются разведка и добыча, транспортировка и переработка нефтегазовых продуктов, а также маркетинг и газораспределение.

Денежный поток представляет собой совокупность распределенных во времени объемов поступления и выбытия денежных средств в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности организации. Чистый денежный поток рассчитывается как разница между притоками и оттоками денежных средств, его результат может быть, как положительной, так и отрицательной величиной [3].

Оно определяет конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве и платежеспособность предприятия.

Одним из основных элементов текущего бухгалтерского отчета, который характеризует динамику и структуру денежных потоков организации, является отчет о движении денежных средств. Он представляет собой отчет компании об источниках денежных средств и направлениях их использования за определенный промежуток времени. Данный отчет отображает величину денежных поступлений компании с классификацией по основным источникам и ее денежные выплаты [4].

Проанализируем долю денежных средств в составе активов ОАО «Газпром» в период 2012-2014 гг. (табл. 1). За анализируемый период времени сумма денежных средств и денежных эквивалентов сократилась на 604434350 тыс. руб.; величина как оборотных, так и всех активов возросла на 757996373 тыс. руб. и 2214458764 тыс. руб., соответственно. За рассматриваемый отрезок времени удельный вес наиболее ликвидных активов в составе оборотных и всех активов увеличился на 18,43% и 5,08%, соответственно. Также увеличился удельный вес денежных средств и денежных эквивалентов в составе оборотных активов на 17,14%, в составе всех активов на 4,72%.

Таблица 1

Динамика доли денежных средств в составе активов ОАО «Газпром»

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение 2014 г. к 2012г. (+/-)
Сумма денежных средств и денежных эквивалентов, тыс. руб.	120666566	380231778	725100916	604434350
Краткосрочные финансовые вложения, тыс. руб.	21046052	25111518	70045548	48999496
Оборотные активы, тыс. руб.	2560662191	2987780814	3318658564	757996373
Активы – всего, тыс. руб.	10035277360	10855186062	12249736124	2214458764
Удельный вес наиболее ликвидных активов, %:				
• в составе оборотных активов;	5,53	13,57	23,96	18,43
• в составе всех активов	1,41	3,73	6,49	5,08
Удельный вес денежных средств и денежных эквивалентов, %:				
• в составе оборотных активов	4,71	12,73	21,85	17,14
• в составе всех активов	1,20	3,50	5,92	4,72

Анализируя динамику и структуру положительного потока ОАО «Газпром» можно сделать вывод о том, что за анализируемый период (2012-2014гг.) величина поступлений денежных потоков от текущих операций увеличилась на 631061591 тыс. руб., но при это в структуре они сократились на (4,32%); величина поступление денежных потоков от инвестиционных операций увеличилась на 279844332 тыс. руб. (4,59%); величина поступлений денежных потоков от финансовых операций сократилась на 48627933 тыс. руб. (1,75%). Наибольшее изменение в структуре денежных потоков от текущих операций являются совсем незначительными, в пределах 0,1-4,7%. Таким образом, можно сделать вывод о том, что за анализируемый период существенных изменений в структуре положительного денежного потока ОАО «Газпром» не наблюдалось. Наибольший удельный вес в структуре положительного денежного потока занимает статья «Поступление денежных потоков от текущих операций» 4896360065 тыс. руб. (88,52%); а наименьший удельный вес занимает статья «Поступление денежных потоков от финансовых операций» 213691865 тыс. руб. (3,86%).

Анализируя динамику и структуру отрицательного потока ОАО «Газпром» можно сделать вывод о том, что за анализируемый период (2012-2014гг.) величина направленных денежных потоков увеличилась на 520105955 тыс. руб. Это произошло вследствие увеличения статей «В связи с погашением векселей и других долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов» и «В связи с приобретением долговых ценных бумаг, предоставление займов другим лицам» на 6,79% и 1,9%, соответственно, а также за счет сокращения статей «Прочие платежи от инвестиционных операций», «Уплата налогов на прибыль организации» на 5,06%, 3,01%, соответственно.

Эффективный контроль денежных потоков организации включает в себя следующие задачи: выполнение плановых заданий по аккумулярованию определенного объема денежных средств и их направлению в соответствии с заданными целями; равномерность распределения денежных потоков во временном периоде (отчетном году); ликвидность денежных потоков во времени. Должное выполнение вышеприведенных задач обеспечит эффективность денежного потока организации в любых условиях экономической среды [5].

Анализ эффективности денежного потока организации начинается с соотнесения ряда показателей, а именно: темпов роста чистого денежного потока, выручки, прибыли и активов. Совокупность этих вышеперечисленных данных ОАО «Газпром» представлена в таблице 2, наибольшее увеличение наблюдается по статье «Всего активов» в размере 2213834650 тыс. руб. (10,5%), а также по статье «Выручка» в размере 331129405 тыс. руб. (4,4%). А наибольшее сокращение за анализируемый период наблюдается по статье «Чистая прибыль» и оно составило 367407153 тыс. руб. (41,7%). Основной причиной такого резкого сокращения стали, курсовые разницы, рост себестоимости газа, а также снижение поставок газа на Украину.

Таблица 2

Соотношение темпов роста чистого денежного потока,
выручки, прибыли и активов ОАО «Газпром»

Показатели	Сумма тыс. руб.			Темпы роста, %		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.	в среднем за 2014-2012 гг.
Чистый денежный поток	-60675568	247099782	281496467	-	113,92	-
Всего активов	10035900474	10848419141	12249735124	108,1	112,9	110,5
Выручка	3659150767	3933335313	3990280172	107,5	101,4	104,4
Прибыль от продаж	993206947	961826778	921245510	96,8	95,8	96,3
Чистая прибыль	556387169	628144243	188980016	112,9	30,1	58,3

Проанализируем интенсивность и эффективность денежного потока ОАО «Газпром» при помощи коэффициентов интенсивности и эффективности денежного потока (табл. 3).

Таблица 3

Анализ интенсивности и эффективности денежного потока ОАО «Газпром»

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение 2014 г. к 2012 г. (+/-)
Положительный денежный поток, тыс. руб.	4669190054	5103172126	5531468044	862277990
Отрицательный денежный поток, тыс. руб.	4729865622	4856072344	5249971577	520105955
Чистый денежный поток, тыс. руб.	-60675568	247099782	281496467	342172035
Коэффициент ликвидности денежного потока	0,9872	1,0509	1,0536	0,0664
Коэффициент эффективности денежного потока	-0,0128	0,0509	0,0536	0,0664

Согласно данным таблицы 3, на протяжении всего рассматриваемого периода вся совокупность исследуемых показателей имеет положительную динамику.

Коэффициент ликвидности денежного потока в 2012г. составил 0,9872, это свидетельствует, о том, что в данном году расходования денежных средств преобладали над поступлениями денежных средств; в 2014г. коэффициент ликвидности денежного потока составил 1,0536, что говорит о преобладание положительного денежного потока над отрицательны. Коэффициент ликвидности денежного потока, в 2014г. по сравнению с 2012г. увеличился на 0,0664, что говорит о незначительном увеличении данного показателя. Также на аналогичную величину увеличился и коэффициент эффективности денежного потока.

Таким образом, на основе вышеприведенных данных можно сделать вывод о том, что за исследуемый период 2012-2014гг. эффективность денежного потока ОАО «Газпром» незначительно увеличилась. Это произошло, в основном, за счет увеличения чистого денежного потока организации.

Библиографический список

- 1.Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2014. – 256 с.
- 2.Тимофеева Т.В. Анализ денежных потоков предприятия: учеб. пособие / Т.В. Тимофеева. 3-е изд., перераб. и доп. М: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2011. – 368с.
- 3.Снатенков А.А. Прогнозирование финансового состояния организации: учебное пособие. – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2012. – 112с.
- 4.Тимофеева Т.В., Снатенков А.А. Анализ и прогнозирование денежных потоков организации: практикум: учеб. пособие / Т.В. Тимофеева, А.А. Снатенков – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2016.
- 5.Киреева Н.В. Экономический и финансовый анализ: учебное пособие: соответствует ФГОС высшего профессионального образования 3-го поколения. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 292с.

ВАЛЫШЕВ СЕРГЕЙ СЕРГЕЕВИЧ – студент направление подготовки «Экономика», Оренбургский филиал «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Россия.

УДК 330

Н.С. Дралина, Д.П. Селютина

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

Основным инструментом для анализа осуществления строительной деятельности, является статистическая информация, и полученные с ее помощью статистические показатели. Используя официальную статистическую информацию, всегда можно узнать методологию ее сбора, особенности агрегирования информации, а также методику распространения данных выборочного обследования на генеральную совокупность, что в ряде случаев имеет особую важность.

Ключевые слова: *строительные организации, парный коэффициент корреляции, регрессионный анализ, оценка статистической значимости параметров регрессии.*

В процессе осуществления строительной деятельности тесно взаимодействуют заказчики и инвесторы, инвесторы и банки, заказчики и подрядчики по проектированию и строительству. Здесь особенно важно обладать достоверными сведениями о деловой состоятельности и надежности партнеров. Особенно необходимы характеристики деловой состоятельности и надежности при проведении конкурсов, торгов, тендеров [1].

Рекламной информации здесь совершенно недостаточно из-за ее тенденциозности и поверхностного отражения деловых характеристик. Для взаимодействующих субъектов со сложным составом работ и длительными сроками их выполнения требуются более обоснованные данные.

Основным инструментом для анализа является статистическая информация, и полученные с ее помощью статистические показатели. Несмотря на то, что существует множество коммерческих организаций, проводящих собственные исследования, а также непосредственно занимающиеся сбором информации по определенной программе обследования организаций строительной отрасли, официальная статистическая информация остается самым доступным, прозрачным и надежным источником данных для анализа экономического состояния строительной отрасли.

Используя официальную статистическую информацию, всегда можно узнать методологию ее сбора, особенности агрегирования информации, а также методику распространения данных выборочного обследования на генеральную совокупность, что в ряде случаев имеет особую важность.

Для количественной оценки влияния выделенных факторов на финансовое состояние строительных организаций нами был проведен корреляционно-регрессионный анализ по данным Оренбургской области, за период с 2000 по 2014 гг., по следующим показателям:

- Y – коэффициент автономии строительных организаций;
- X₁ – ВРП на душу населения, темп роста, %;
- X₂ – среднедушевой доход населения, темп роста, %;
- X₃ – индекс инфляции, %;
- X₄ – коэффициент покрытия (соотношение дебиторской и кредиторской задолженности);
- X₅ – факторы времени;
- X₆ – рентабельность производства строительной организации, %;
- X₇ – коэффициент износа основных средств в строительстве;
- X₈ – сальдированный финансовый результат строительных организаций, темп роста, %;
- X₉ – объем инвестиции в основной капитал строительных организаций, темп роста, %;
- X₁₀ – объем выполненных работ на одну строительную организацию, темп роста, %.

Дадим оценку влияние ряда показателей на состояние строительного сектора экономики региона [2]. В результате применения алгоритма корреляционного анализа была получена матрица парных коэффициентов корреляции (таблица 1).

Таблица 1

Матрица парных коэффициентов корреляции

	y	x ₁	x ₂	x ₃	x ₄	x ₅	x ₆	x ₇	x ₈	x ₉	x ₁₀
y	1,0										
x ₁	0,563	1,0									
x ₂	0,823	0,731	1,0								
x ₃	0,830	0,638	0,804	1,0							
x ₄	-0,562	0,010	-0,289	-0,502	1,0						
x ₅	-0,830	-0,712	-0,971	-0,803	0,326	1,0					
x ₆	0,633	0,313	0,502	0,639	-0,536	-0,404	1,0				
x ₇	-0,162	-0,366	-0,545	-0,291	-0,235	0,576	0,178	1,0			
x ₈	-0,006	0,103	0,072	-0,175	0,067	0,079	0,488	0,199	1,0		
x ₉	0,354	0,793	0,680	0,528	0,002	-0,652	0,193	-0,547	0,085	1,0	
x ₁₀	0,815	0,571	0,830	0,698	-0,382	-0,792	0,550	-0,229	0,121	0,388	1,0

По этой матрице можно судить о тесноте связи факторов с результативным признаком и между собой. Наиболее тесная связь выявлена между среднедушевым доходом населения и коэффициентом автономии строительных организаций ($r_{y,x_2} = 0,822$).

В ходе пошагового регрессионного анализа, для проведения многомерного статистического анализа из 10 факторов мы отобрали 1 фактор:

X_2 – среднедушевой доход населения, темп роста, %.

С применением пакета Excel были получены результаты, которые представлены рисунком 1.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	ВЫВОД ИТОГОВ							
2								
3	<i>Регрессионная статистика</i>							
4	Множественный R	0,82290067						
5	R-квадрат	0,677165512						
6	Нормированный R-квадрат	0,65233209						
7	Стандартная ошибка	7,10894554						
8	Наблюдения	15						
9								
10	<i>Дисперсионный анализ</i>							
11		<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>		
12	Регрессия	1	1378,061613	1378,061613	27,2683124	0,000164698		
13	Остаток	13	656,982387	50,53710669				
14	Итого	14	2035,044					
15								
16		<i>Коэффициенты</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значение</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>	
17	Y-пересечение	-94,66255897	23,86326196	-3,966874233	0,001609477	-146,2160021	-43,1091158	
18	x2	1,026684875	0,1966111	5,22190697	0,000164698	0,601932416	1,451437333	
19								

Рис. 1. Результаты регрессионной статистики

В ходе расчета получено следующее уравнение регрессии:

$$\hat{y} = -94,66 + 1,02X_2,$$

которое показывает, что с увеличением среднедушевого дохода населения на 1% коэффициент автономии строительных организаций увеличится на 1,02 ед.

Коэффициент детерминации $R^2 = 0,677$ свидетельствует о том, что 67,7% всей вариации коэффициента автономии строительных организаций, обусловлено влиянием среднедушевого дохода населения, а 32,3% вариации обусловлено другими неучтенными в модели факторами.

Оценка статистической значимости параметров регрессии проверяется с помощью t-статистики Стьюдента. Выдвигаем гипотезу H_0 о статистически незначимом отличии показателей от нуля: $a = b_i = 0$, и определяем t-критерия Стьюдента:

$$t_a = -3,96; t_{b_2} = 5,22.$$

$t_{табл}$ для числа степеней свободы $df = n-3 = 15-3 = 12$ и $\alpha = 0,05$ составит 2,18. Фактические значения t-статистики превосходят табличные значения, поэтому гипотеза H_0 отклоняется, т.е. b_2 не случайно отличается от нуля, и является статистически значимым.

Оценку надежности уравнения регрессии в целом и показателя тесноты связи, даёт F-критерий Фишера. По данным таблицы дисперсионного анализа $F_{факт} = 27,26$. Вероятность случайно получить такое значение F-критерия составляет 0,00016, что не превышает допустимый уровень значимости 5%. Следовательно, полученное значение не случайно, оно сформировалось под влияние существенных факторов, т.е. подтверждается статистическая значимость всего уравнения и показателя тесноты связи.

Таким образом, на основании проведенного анализа по имеющимся статистическим данным было выявлено, что на состояние строительного сектора экономики региона наибольшее влияние оказывает среднедушевой доход на душу населения – с увеличением среднедушевого дохода населения на 1% коэффициент автономии строительных организаций увеличится на 1,02 ед.

В целом на основе проведенного анализа, можно сделать вывод, что коэффициент автономии строительных организации зависит от темпа роста дохода населения, т.е. чем больше в регионе будет величина среднедушевого дохода населения, тем строительные организации будут более финансово устойчивы.

Библиографический список

1. Тимофеева Т.В. Практикум по финансовой статистике: учеб. пособие / Т.В. Тимофеева, А.А. Снатенков. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2014. – 320 с.
2. Снатенков А.А. Оценка финансовых показателей организаций строительного комплекса (по материалам Оренбургской области): монография / А.А. Снатенков, И.В. Воюцкая, Б.А. Батанов. – Оренбург, 2015. – 72с.
3. www.gks.ru

ДРАЛИНА НАДЕЖДА СЕРГЕЕВНА – студент направление подготовки «Менеджмент», Оренбургский филиал «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Россия.

СЕЛЮТИНА ДАРЬЯ ПАВЛОВНА – студент направление подготовки «Менеджмент», Оренбургский филиал «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Россия.

УДК 330

Р.А. Пивоваров

АНАЛИЗ И РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается характеристика денежных потоков организации на примере ОАО «Оренбургский хлебокомбинат». Проводится анализ основных показателей движения денежных средств.

Ключевые слова: денежные потоки, методы анализа денежных потоков, интенсивность и эффективность денежного потока.

В постоянно изменяющихся условиях современной рыночной экономики все более усиливается многогранность и сложность отношений между хозяйствующими субъектами. В данной обстановке возрастает приоритетность и роль экономического анализа, основной целью которого является полноценное обследование механизма стабильности финансовых отношений.

Анализ денежных потоков является неотъемлемой составной частью финансового анализа организации. Данный компонент является основополагающим во всей структуре финансовых отношений компании. В систему его показателей входит прибыль, что является основной целью функционирования любой коммерческой организации. Результаты анализа денежных потоков используются для увеличения прибыльности организации. Исходя из данного положения, актуальность темы данной статьи не вызывает сомнений [1].

При анализе денежных потоков используются главным образом данные годовой бухгалтерской отчетности. Основными источниками информации служат отчет о движении денежных средств, бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах [2].

В качестве примера организации рассмотрим ОАО «Оренбургский хлебокомбинат». ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» является одним из крупнейших предприятий перерабатывающей промышленности Оренбургской области, которое способно при помощи своих производственных мощностей выпускать в сутки до 100 тонн хлебобулочных и кондитерских изделий. Широкий ассортимент – более 40 наименований хлеба, батонов и булочных изделий, более 200 наименований кондитерских изделий, позволяет покупателям приобрести продукцию на любой вкус. С целью сохранения качества и удобства при хранении часть продукции производится в упаковке. Продукция комбината пользуется заслуженным спросом не только у жителей областного центра, но и городов и районов области, ее с удовольствием приобретают и в других регионах России.

Таблица 1

Динамика доли денежных средств в составе активов
ОАО «Оренбургский хлебокомбинат»

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	Изменение 2014г. к 2012г. (+/-)
Сумма денежных средств и денежных эквивалентов, тыс. руб.	2103	1550	1275	-828
Оборотные активы, тыс. руб.	58599	61884	71680	13081
Активы – всего, тыс. руб.	85235	97623	116081	30846
Удельный вес наиболее ликвидных активов, %:				
- в составе оборотных активов;	3,59	2,5	1,78	-1,81
- в составе всех активов	2,47	1,59	1,1	-1,37

Одним из основных элементов текущего бухгалтерского отчета, который характеризует динамику и структуру денежных потоков организации, является отчет о движении денежных средств. Он представляет собой отчет компании об источниках денежных средств и направлениях их использования за определенный промежуток времени (часто – 2 года). Данный отчет отображает величину денежных поступлений компании с классификацией по основным источникам и ее денежные выплаты. Он дает общее представление результатов деятельности организации, краткосрочной ликвидности, долгосрочной креди-

тоспособности, а также помогает существенно облегчить процедуру проведения финансового анализа компании [3, с. 19].

Проанализируем долю денежных средств в составе активов ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» в период 2012-2014гг. (табл. 1).

Исходя из данных табл. 1, можно сделать вывод о том, что за анализируемый период времени сумма денежных средств и денежных эквивалентов сократилась на 828 тыс. руб.; величина как оборотных, так и всех активов возросла на 13081 тыс. руб. и 30846 тыс. руб. соответственно. За рассматриваемый отрезок времени удельный вес наиболее ликвидных активов в составе оборотных и всех активов незначительно сократился.

Проведем анализ отчета о движении денежных средств при помощи прямого метода. Результаты анализа представлены в табл. 2.

Таблица 2

Анализ отчета о движении денежных средств
ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» прямым методом

Показатели	Сумма, тыс. руб.			2014г. к 2012г., %
	2012г.	2013г.	2014г.	
Остаток денежных средств на начало года	1550	1275	936	60,39
Поступление денежных средств	565071	524202	548045	96,97
Направлено денежных средств	570706	532541	554857	97,22
Остаток денежных средств на конец года	1275	936	749	58,75

Результаты анализа, представленные в табл. 2, говорят о том, что абсолютно все исследуемые показатели отчета о движении денежных средств организации имеют отрицательную динамику, а именно:

- остаток денежных средств на начало года сократился на 614 тыс. руб. (39,61%);
- величина поступлений денежных средств снизилась на 17026 тыс. руб. (3,03%);
- величина направленных денежных средств уменьшилась на 15849 тыс. руб. (2,78%);
- остаток денежных средств на конец года сократился 526 тыс. руб. (41,25%).

Данный факт демонстрирует снижение совокупности наиболее ликвидных активов организации, что может привести к трудностям в платежеспособности организации, расчетах с поставщиками и подрядчиками и т.д.

Проанализируем динамику поступлений денежных средств по видам деятельности ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» (рис. 1).

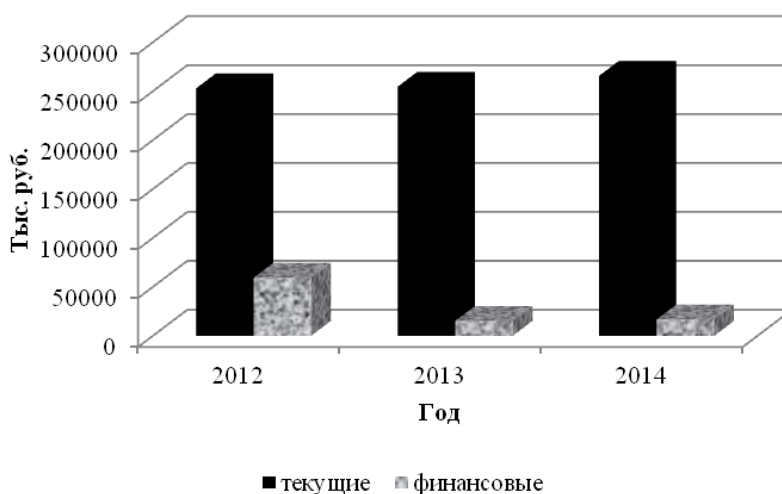


Рис. 1. Динамика поступлений денежных средств по видам деятельности организации

Согласно данным рис. 1, инвестиционная деятельность в ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» отсутствует. На протяжении всего периода времени величина финансовых поступлений резко сократилась. Особенно резкое снижение зафиксировано в 2013г. по сравнению с 2012г. (44155 тыс. руб.). Величина денежных потоков от текущих операций за анализируемый период выросла незначительно (12762 тыс. руб.).

Рассмотрим показатели динамики состава и структуры положительного и отрицательного денежного потока ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» за 2012-2014гг. при помощи рис. 2.

Как видно из представленной гистограммы, на протяжении всего рассматриваемого периода времени величина поступлений практически равна величине израсходованных средств. Данное равенство говорит о грамотной и оптимизированной политике руководства ОАО «Оренбургский хлебокомбинат», которое обеспечивает равенство поступивших и израсходованных денежных средств.

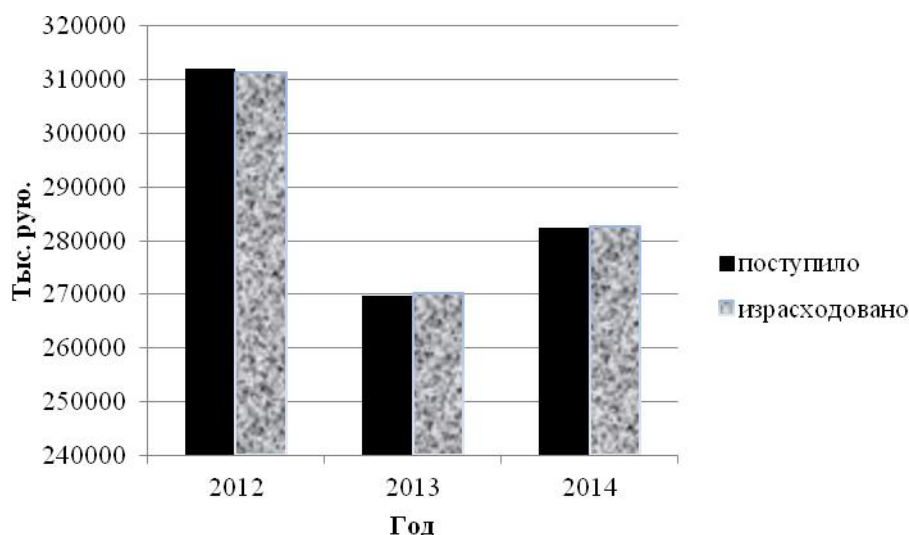


Рис. 2. Динамика поступления и расходования денежных средств ОАО «Оренбургский хлебокомбинат»

Также немаловажным аспектом при анализе денежных потоков организации является анализ его эффективности. Эффективный контроль денежных потоков организации включает в себя следующие задачи: выполнение плановых заданий по аккумулярованию определенного объема денежных средств и их направлению в соответствии с заданными целями; равномерность распределения денежных потоков во временном периоде (отчетном году); ликвидность денежных потоков во времени. Должное выполнение вышеприведенных задач обеспечат эффективность денежного потока организации в любых условиях экономической среды [4, с. 36].

Проанализируем интенсивность и эффективность денежного потока ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» при помощи коэффициентов интенсивности и эффективности денежного потока (табл. 3).

Таблица 3
Анализ интенсивности и эффективности денежного потока ОАО «Оренбургский хлебокомбинат»

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	Изменение 2014г. к 2012г. (+/-)
Положительный денежный поток, тыс. руб.	312195	269683	282407	-29788
Отрицательный денежный поток, тыс. руб.	311328	270236	282682	-28646
Чистый денежный поток, тыс. руб.	867	-553	-275	-
Коэффициент интенсивности денежного потока	1,003	1,002	1,001	-0,002
Коэффициент эффективности денежного потока	0,003	0,002	0,001	-0,002

Согласно данным табл. 3, на протяжении всего рассматриваемого периода вся совокупность исследуемых показателей имеет отрицательную динамику. Коэффициент интенсивности денежного потока, характеризующий изменение его величины за определенный период времени, сократился на 0,002, что говорит о незначительном сокращении данного показателя. На аналогичную величину сократился и коэффициент эффективности денежного потока.

Таким образом, на основе вышеприведенных данных можно сделать вывод о том, что за исследуемый период 2012-2014 гг. эффективность денежного потока ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» незначительно сократилась. Это произошло, в основном, за счет сокращения чистой прибыли организа-

ции. В структуре как поступивших, так и направленных денежных потоков ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» значительный перевес наблюдается в сторону поступлений от текущих операций. Данная компания не осуществляет, какую бы то ни было инвестиционную деятельность, поэтому сравнительная характеристика проводилась только между текущими и финансовыми денежными потоками. В целом, по совокупной величине денежных средств организации наблюдается незначительное снижение (2-3%).

Библиографический список

1. Тимофеева Т.В., Снатенков А.А. Анализ и прогнозирование денежных потоков организации: практикум: учеб. пособие / Т.В. Тимофеева, А.А. Снатенков – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2016.
2. Кокина Т.Н. Внутренняя отчетность в системе анализа денежных потоков и платежеспособности коммерческой организации // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – №24. – с. 15-22.
3. Снатенков А.А. Прогнозирование финансового состояния организации: учебное пособие. – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2012. – 112с.
4. Косорукова И.В. Анализ проблем использования прибыли и денежного потока в принятии финансовых решений // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – №41. – с. 36-40.

ПИВОВАРОВ РОМАН АЛЕКСАНДРОВИЧ – студент направление подготовки «Экономика», Оренбургский филиал «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Россия.

УДК 330.1

Н.В. Сотникова

КОМИССИЯ ПО ЗАКУПКАМ

В статье рассматриваются особенности организации и порядка работы комиссии по закупкам. Выявлены и проанализированы основные нюансы, которые встречаются заказчиком при организации проведения процесса закупок.

Ключевые слова: комиссия, функции, задачи, заказчик, вид комиссии, локально-нормативные документы.

Комиссия по закупкам – это коллегиальный орган, который создается заказчиком для определения и выбора исполнителя.

Для формирования и обеспечения последующей деятельности комиссии заказчик должен определить вид комиссии, ее состав и установить порядок работы и сроки действия.

Комиссии, как правило, создаются до начала проведения закупки. Согласно Федеральному закону от 05.04.2015 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» комиссии собираются и утверждаются не позднее размещения извещения или уведомления о проведении закупки, торгов, конкурса. [1]

Российское законодательство устанавливает следующие виды комиссий по закупкам:

1. Конкурсная комиссия:

- Для проведения открытого конкурса;
- Для проведения конкурса с ограниченным участием;
- Для проведения двухэтапного конкурса;
- Для проведения закрытого конкурса;

2. Аукционная комиссия:

- Для проведения электронного аукциона;
- Для проведения закрытого аукциона;

3. Котировочная комиссия:

- Для проведения запроса котировок;

4. Комиссия по рассмотрению заявок на участие в запросе предложений и окончательных предложений:

- Для проведения запроса предложений;

5. Единая комиссия – независимо от способа проведения.

Требования к минимальному числу членов комиссии также закреплены в Федеральном законе от 05.04.2015 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» и отражены в Таблице 1. [1]

Таблица 1

Требования к числу членов комиссии

Вид комиссии	Число членов комиссии
Единая комиссия	Не менее 5 человек
Конкурсная комиссия	
Аукционная комиссия	
Котировочная комиссия	Не менее 3 человек
Комиссия по рассмотрению заявок на участие в запросе предложений и окончательных предложений	

В состав комиссии должны входить хотя бы 50% людей от общего числа, которые обладают профессиональными знаниями в сфере государственных закупок, а также знаниями об объекте закупок.

Основные задачи комиссии по закупкам можно сформировать в следующие пункты:

- Проверка заявок участников, которые должны соответствовать требованиям закупочной документации;
- Выбор победителя процесса закупок, порядок избрания которого закреплен в закупочной документации.

Из вышеперечисленных задач вытекают следующие основные функции коллегиальной комиссии:

- Прием заявок участников процесса закупок;
- Прием решений о переносе сроков проведения процесса закупок;
- Предоставление ответов на запросы, разъясняющие положения, уведомления, требования к процессу проведения закупок;

- Привлечение в случае необходимости экспертов;

Эксперт или экспертная комиссия – это обладающие специальными знаниями и опытом физические или юридические лица, которые осуществляют на основании договора деятельность по изучению и оценке предмета экспертизы, а также подготовке заключений по итогам проверки.

- Оценка участников торгов;
- Проведение переговоров;
- Принятие решений по проведению переторжки;
- Выбор победителя торгов;
- Принятие решений об отстранении участников процесса закупок;
- Завершение закупки;
- И так далее.

В сложившейся российской практике все члены комиссии по закупкам выполняют свои роли, к которым приписывается выполнения определенных функций (Таблица 2).

Таблица 2

Состав комиссии

Члены комиссии	
Председатель комиссии	<ul style="list-style-type: none"> • Руководство деятельностью комиссии; • Открывает и ведет заседания комиссии; • Объявляет перерывы на заседаниях комиссии; • Назначает ответственного за вскрытие конвертов с заявками на участие; • Проводит объявления; • Проводит процедуру переторжки; • Принимает решение о переносе заседаний комиссии; • Определяет порядок рассмотрения вопросов на заседаниях и совещаниях комиссии; • Предлагает привлечение экспертов; • Функции члена комиссии; • И так далее.
Заместитель председателя комиссии	<ul style="list-style-type: none"> • При отсутствии председателя комиссии выполняет его функции; • Функции члена комиссии.
Члены комиссии	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомство с документацией, которая относится к процессу закупки; • Принимают решения; • Формирование решений о допуске / не допуске участника к процессу закупок; • Оценивают заявки участников и так далее.
Секретарь комиссии	<ul style="list-style-type: none"> • Осуществляет организационное и техническое обеспечение заседаний комиссии; • Ведет протоколы заседаний; • Уведомляет членов комиссии о заседаниях; • Направляет документы и материалы, необходимые для заседаний; • И так далее.

Деятельность, порядок формирования, обязанности, порядок расформирования и ответственность членов комиссии и самой комиссии по процедуре проведения закупок определяется внутренними локально-нормативными документами (Таблица 3).

Таблица 3

Локально-нормативные акты

Вид документа	Форма документа	Содержание	Примечание
Приказ о создании комиссии	Произвольно, на бумажном носителе	<ul style="list-style-type: none"> • Вид комиссии; • Ф.И.О., должность председателя комиссии; • Ф.И.О., должности членов комиссии; • Порядок работы комиссии. 	Составляет документ – работник контрактной службы, Утверждает – руководитель заказчика или иное уполномоченное лицо, Дата утверждения – не позднее даты размещения извещения о начале процесса закупки.
Положение о комиссии	Произвольно, на бумажном носителе	<ul style="list-style-type: none"> • Порядок и сроки уведомления членов комиссии о проведении заседаний; • Порядок и форма проведения заседаний; • Условия и правила принятия решений; • Порядок проведения заседаний; • Права и обязанности председателя и членов комиссии по закупкам; • Ответственность комиссии в целом и ее членов отдельно. 	Составляет документ – работник контрактной службы, Утверждает – руководитель заказчика или иное уполномоченное лицо, Дата утверждения – не позднее даты размещения извещения о начале процесса закупки.
Приказ о внесении изменений в состав комиссии	Произвольно, на бумажном носителе	<ul style="list-style-type: none"> • Ф.И.О. членов комиссии, которые подлежат исключению из основного состава комиссии; • Причину исключения; • Ф.И.О. членов резервного состава комиссии, которые подлежат включению в основной состав. 	Составляет документ – работник контрактной службы, Утверждает – руководитель заказчика или иное уполномоченное лицо, Дата утверждения – дата выявления обстоятельств, которые препятствуют работе члена комиссии в основном ее составе.

При формировании комиссии по закупкам заказчик должен учитывать следующие основные правила:

- Комиссия должна состоять из нечетного числа людей, для принятия правомочных решений;
- Профиль деятельности членов комиссии должен соответствовать объекту процедуры закупки;
- Должен существовать резервный состав членов комиссии, из числа которого можно произвести замену членов главного состава комиссии.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.09.2015) URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 10.11.2015);

СОТНИКОВА НАТАЛЬЯ ВИТАЛЬЕВНА – магистрант, Нижневартковский государственный университет, Россия.

УДК 332.6

Д.Р. Галиакберова, Р.В. Кузнецов

**«ПРОЗРАЧНОСТЬ» БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ:
СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

В статье рассматриваются вопросы совершенствования системы бухгалтерского учета в области ее достоверности. Показаны причины и методы борьбы государства с компаниями, уклоняющихся от соблюдения нормативно правовых актов. А также важность достоверности бухгалтерской отчетности и для самих компаний.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, налоговый кодекс, достоверность отчетности, изменения законодательства, аутсорсинг.

Тенденция к прозрачности бухгалтерской деятельности и как следствие повышение уровня достоверности бухгалтерской отчетности в РФ с каждым годом усиливается. Она особенно актуальна не только в период экономического кризиса, упадка оборотов компании, но и тогда, когда фирма «процветает». Достоверное ведение бухгалтерского учета приводит, как следствие, к существенному снижению рисков в принятии финансовых и управленческих решений.

Понятие «достоверность» является основным из требований к ведению бухгалтерского учета согласно Федеральному закону №402 [1]. Пунктом 6 ПБУ 4/99 "Бухгалтерская отчетность организации" устанавливается, что бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении [3]. При этом, согласно ПБУ, достоверной и полной считается бухгалтерская отчетность, сформированная исходя из правил, установленных нормативными актами по бухгалтерскому учету. Таким образом, установлено, что достоверной бухгалтерскую отчетность делает соблюдение нормативных актов [4].

На сегодняшний день невозможно с уверенностью сказать, что все компании соблюдают все правила нормативных документов. Зачастую это связано не с прямыми ошибками бухгалтеров и директоров, а умышленно. Происходит это ради уменьшения налогооблагаемой базы, уменьшения кредиторской задолженности в балансе, используются недостоверные первичные документы для увеличения расходов. Таких схем много, и меняются они от изменений в законе.

Сегодня государство активно борется с «черной» бухгалтерией, делая ее более прозрачной. Изменения, которые относятся к компетенции бухгалтеров, чаще всего касаются Налогового кодекса [2]. К примеру, выводятся из оборотов фирмы – «однодневки». Одним из сильнейших рычагов в борьбе стало изменение в формах именно налоговой отчетности. А точнее Налоговая декларация по налогу на добавленную стоимость, которую начали применять с 2015 года. Теперь вместе с декларацией налогоплательщики обязаны предоставить в налоговый орган сведения из книги покупок и книги продаж. То есть, если раньше налогоплательщики могли предоставить в налоговую инспекцию любые сведения и не страшилась такие компании даже налоговая проверка, которая проходила только через три года после открытия, так как к этому времени компания уже закрывалась. То, сейчас каждая счет-фактура проходит проверку в Федеральной налоговой службе, сверяются данные покупателя и продавца и при обнаружении любого расхождения налоговой отправляет требование. Еще одним рычагом стало то, что теперь налоговая инспекция активно сотрудничает с банковской системой и через них проходят все банковские счета предприятия. Таким образом, умышленно занижить налоговую базу не получится – налоговая инспекция снова вышлет требованием с доначисленным налогом, суммой пеней, а также потребует разъяснения.

С 2016 года контроль усиливается еще больше. Привычную для компаний форму 2-НДФЛ теперь придется сдавать четыре раза в год вместо одного. Подключились и Пенсионный фонд (ПФР) вместе с органами статистики: отчетность РСВ-1 становится ежеквартальной, а Росстат повысил штрафы за не сдачу отчетности в несколько раз. С 1 января 2016 года увеличиваются ставки акцизов на табак, алкоголь и бензин. На рассмотрении есть законопроекты, которые собираются включить в уголовный кодекс: проект федерального закона о введении уголовной ответственности за уклонение от уплаты налогов с использованием подставных компаний, контролируемых иностранных компаний и контролируемых сделок. Кроме того, предлагается ввести уголовную ответственность за хищения в сфере госзакупок с наказанием в виде лишения свободы до 20 лет.

Одновременно с этим для малого бизнеса одним из ключевых новшеств станет ограничение на проведение плановых проверок контролирующими органами — так называемые «надзорные каникулы» в течение трех лет. Исключениями станут фирмы и предприниматели, привлекавшиеся в последние три года к административной ответственности за грубое правонарушение, лишённые лицензии или те, чья деятельность приостанавливалась, а также подвергнутые административному наказанию в виде дисквалификации.

Для компаний, применяющих специальные налоговые режимы упрощенная система налогообложения (УСН) и единый налог на вмененный доход (ЕНВД) предусматривается послабление в виде уменьшения налогов. Региональные власти смогут устанавливать для компаний, применяющих УСН, ставку от одного до шести процентов, для вновь зарегистрированных Индивидуальных предпринимателей ставка может быть снижена до нуля. Кроме того, расширен список видов деятельности для применения патентов.

Таким образом, в последние годы процесс бухгалтерского учета постоянно меняется и не всегда компания готова уследить за нововведениями. В российском законодательстве, к сожалению, отсутствует понятие «аутсорсинг», а особенности его использования не прописаны ни в одном нормативно-правовом акте. Отсутствуют также внутренние правила по ведению аутсорсинга, лицензируемые и аттестационные объединения, контролирующие качество предоставляемых услуг и решающие возникающие споры. Поэтому в РФ к услугам таких компаний, относятся пренебрежительно. Сказывается и завышение аутсорсинговыми фирмами стоимости своих услуг, однако, не стоит забывать, что в таких компаниях чаще всего работают профессионалы своего дела, которые выявят ошибки быстрее штатного сотрудника [5].

Прозрачность ведения бухгалтерского учета и отчетности нужна не только для государства, как метод сбора дополнительных налогов, но и для самих компаний. Прежде всего для фирм, которые стремятся к расширению и к заключению договоров с компаниями, которые имеют мировое имя. Крупные мировые компании обычно желают проверить, с кем они имеют дело. В данном случае достижение прозрачности процессов бухгалтерского учета – пропуск к новым бизнес – перспективам.

Прозрачность бизнеса означает также привлекательность для инвесторов, так как инвестиции производятся в компании, где бизнес- процессы прозрачны и понятны. Сюда же можно отнести и участие в тендерах, конкурсах и аукционах, а также возможность участвовать в программах государственной поддержки. Чем более прозрачен бизнес, тем больше возможностей получить новых партнеров и инвесторов. Для крупных и инновационных компаний “прозрачность” дает возможность выхода на IPO. Достоверность отчетности чаще всего означает также надежность компании, что в свою очередь дает возможность взять кредиты по более низким ставкам.

Чтобы проверить достоверность показателей, указанных в отчетности, компаниям достаточно запросить у контрагента аудиторское заключение. Такое заключение, в случае, если оно является положительным, означает, что независимая аудиторская компания считает, что отчетность достоверна и не содержит существенных искажений.

Такая проверка имеет место быть только у контрагентов – акционерных обществ и крупных компаний. Для небольших компаний такая процедура является необязательной и прозрачной своей деятельности для партнеров доказать сложнее. Однако существует такой вид проверки, как инициативный. И если компания предоставила результаты такой проверки, значит можно предположить, что отчетность достоверна и компания серьезно относится к прозрачности своего бизнеса.

Таким образом, сложившаяся в России практика по усовершенствованию бухгалтерского учета в сторону ее прозрачности, а значит достоверности, важна как для государства, так и для предприятий. Но обеим сторонам нужно сделать еще много шагов, чтобы усовершенствовать данную систему. Очень важно создать в стране систему взаимопонимания государства и бизнеса. Для этого необходимо поощрять самозанятое население. Только с помощью этого можно достичь реального роста ВВП, роста количества новых рабочих мест, усовершенствования экономики в целом и достичь конкурентоспособности на мировом рынке.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) "О бухгалтерском учете"
2. Налоговый кодекс. Часть вторая. (в редакции с 29.01.16)
3. Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская финансовая отчетность» (ПБУ 4/99): Приказ Минфина РФ от 6 июля 1999 г. № 43н (ред. от 08.11.2010)
4. Бычкова С.М., Алдарова Т.М. Понятия достоверности и существенности в бухгалтерском учете // Аудиторские ведомости. 2010. № 1

5. Факторы, препятствующие развитию аутсорсинга в России. [Электронный ресурс]. URL: [http: // i-ias.ru/publikacia/outourcing_faktori.html](http://i-ias.ru/publikacia/outourcing_faktori.html) (дата обращения 15.01.2016)

ГАЛИАКБЕРОВА ДИНА РУСТЭМОВНА – бакалавр экономического факультета, Казанский (При-волжский) федеральный университет, Россия.

КУЗНЕЦОВ РОМАН ВЛАДИМИРОВИЧ – бакалавр экономического факультета, Казанский (При-волжский) федеральный университет, Россия.

УДК 332.6

Р.В. Кузнецов, Д.Р. Галиакберова

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПАРКИ: ПРИЧИНЫ СОЗДАНИЯ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье рассматриваются основные проблемы, которые помогает решить строительство промышленных парков. Также анализируются основные проблемы и перспективы развития отрасли.

Ключевые слова: промышленный парк, индустриальный парк, инфраструктур, малый и средний бизнес.

Малый и средний бизнес (МСБ) в экономически развитых странах решает огромное количество задач и присутствует во всех отраслях хозяйственной жизни страны. Именно благодаря МСБ можно решить такую актуальную проблему для сегодняшней экономической ситуации в России, как самозанятость населения. Однако в экономически развитых странах доля МСБ в ВВП составляет более 40%, а количество рабочих мест порядка 50%, в то время как в России не более 24% и 25% соответственно. Причём, большая часть МСБ представлена организациями, оказывающими услуги, в то время как доля производственных предприятий сравнительно не велика. С целью увеличения количества МСБ и в рамках поддержки и развития и производства на территории РФ, Министерством экономического развития РФ разработана программа, которая предусматривает субсидирование строительства инфраструктуры в промышленных (индустриальных) парках. Данная мера поддержки свидетельствует о понимании со стороны органов государственной власти важности тех проблем, которые помогают решить создание промышленных парков.

Промышленный (индустриальный) парк (промпарк) – это управляемый единым оператором парка (управляющей компанией) комплекс объектов недвижимости (земельный (ые) участок (ки), административные, производственные, складские и иные помещения, обеспечивающие деятельность промышленного парка) площадью не менее 80 000 кв. метров и инфраструктуры, которые позволяют компактно размещать и предоставляют условия для эффективной работы малых и средних производств (далее – промышленный парк) [1]. Промышленный парк может располагаться на территории инновационного территориального кластера. Важно отметить, что при строительстве индустриальных – промышленных парков есть два концептуально разных подхода в размещении и реализации проекта: *greenfield* (строительство начинается в «чистом поле») и *brownfield* (производится реконструкция уже имеющихся производственных помещений). Промышленные парки подразделяются на два вида: частные и государственные. Частный промышленный парк – это индустриальный парк, управляющей компанией которого является юридическое лицо, в уставном капитале не участвуют органы власти субъекта Российской Федерации и (или) муниципального образования, а инфраструктура парка принадлежит управляющей компании или девелоперу (застройщику) индустриального парка. Государственный промышленный парк – это индустриальный парк, в котором собственником коммуникации является орган государственной власти. Индустриальные парки как комплексы, сочетающие складские, производственные, офисные и социально-бытовые помещения, получили достаточно широкое распространение за рубежом. В США их насчитывается более 400. Большое количество функционирует и в западноевропейских странах, в частности в Германии – более 200. Общее количество действующих индустриальных парков в конце 2015 года в России достигло 189, в то время как в 2012 году их было не более 40. Эти данные свидетельствуют о заинтересованности бизнеса и органов государственной власти в дальнейшем развитии промышленных парков.

Причин создания промышленных парков несколько.

Во-первых – это нехватка площадей, которые бы подходили для организации различных видов производств. Первые промышленные парки в РТ – Технополис «Химград» и «АО «Камский индустриальный парк «МАСТЕР» – были созданы на базе заводов (ОАО «Гасма» и ПАО «КАМАЗ» соответственно), реконструированы и приспособлены для сдачи в аренду субъектам МСБ. То, что каждый из них заполнен более чем на 95% и постоянно расширяет площади для сдачи в аренду говорит о том, что спрос на промышленную недвижимость достаточно высокий и на рынке ощущается её нехватка. Большинство же современных парков создаются по принципу «*Greenfield*», то есть с нуля. Таким образом, изначально в проектных решениях закладывается специализация промышленного парка.

Вторая причина во многом связана с первой – строительство и ввод в эксплуатацию объектов промышленной недвижимости связаны с большими издержками, такими как строительство коммуника-

ций, здания, выкупом или арендой земельного участка. Большинство субъектов МСБ самостоятельно не могут построить полностью соответствующий потребностям производственный объект.

Третья причина связана с учётом и контролем субъектов МСБ. Выделяя финансирование, государство обязывает управляющую компанию промышленного парка контролировать резидентов (арендаторов и собственников земельных участков и помещений промышленных парков) в области учёта выручки, уплаты налогов и создании рабочих мест. То есть фактически делегирует свои обязанности.

Четвёртая причина – это возможность оказания адресной поддержки резидентам промышленных парков. В данном случае такая поддержка носит весьма противоречивый характер, потому что ряд экспертов высказывают мнение, что это противоречит принципам честной конкуренции, так как одним участникам рынка предоставляются условия лучшие, чем другим участникам.

Программа по созданию промышленных парков помогает решить ряд проблем, мешающих развитию МСБ в России. Именно поэтому регионы РФ в последние несколько лет стараются активно участвовать в программе по субсидированию создания промышленных парков. Однако, чтобы получить финансирования из федерального бюджета, региональный бюджет должен софинансировать проект парка из бюджета региона, что в свою очередь вызывает проблемы с контролем расходования субсидии. В случае с государственными промышленными парками денежные средства на счёт министерства строительства региона или организации, подведомственной ему. В случае с частными промпарками ситуация обстоит иначе. Средства напрямую направляют Управляющей компании промышленного парка, которая и расходуют полученные денежные средства согласно проектно-сметной документации, предоставленной при участии в конкурсном отборе.

При осуществлении строительства и функционирования промышленных парков возникает ряд проблем. Рассмотрим основные из них.

Одной из основных проблем является экономическая целесообразность создания промышленного парка. Согласно ГОСТ Р 56301-2014 и требованиям приказа Минэкономразвития РФ №167 от 25.03.2015 инженерные сети промышленного индустриального парка должны обеспечивать:

1) наличие на территории индустриального парка точки присоединения к электрическим сетям максимальной мощностью не менее 2 МВт, но не менее 0,15 МВт свободной максимальной мощности на каждый свободный гектар полезной площади индустриального парка или наличие действующих технических условий на технологическое присоединение или согласованного в установленном порядке проекта создания собственных генерирующих мощностей;

2) наличие существующего подключения или технических условий на подключение к сетям газоснабжения и/или наличие существующего подключения или технических условий на подключение к сетям теплоснабжения;

3) наличие существующего подключения или технических условий на подключение к системе водоснабжения и водоотведения.

4) в случаях, когда это предусмотрено основополагающими документами индустриального парка, должно быть обеспечено наличие очистных сооружений.

Учитывая вышеперечисленные требования, стоимость строительства инфраструктуры промышленного парка составляет от нескольких десятков до сотен миллионов рублей. На сегодняшний день эффективно применяется такой инструмент как субсидирование затрат на строительство инфраструктуры промышленного парка. Государство готово выделить управляющей компании парка до 200 млн. рублей единовременной субсидии для прокладки коммуникаций. Благодаря субсидии для застройщика уменьшается себестоимость подготовки земельного участка и помещений для сдачи в аренду. Соответственно, и для будущих арендаторов ставки аренды будут ниже. Данная схема финансирования выгодна государству, так как на территории парков создаются благоприятные условия для развития бизнеса, и, соответственно, создания новых рабочих мест и увеличения налоговых выплат.

Другой проблемой при реализации проекта промышленного парка является его наполняемость предприятиями-арендаторами. На примере промышленных парков, организованных на территории Республики Татарстан можно сделать вывод, что промышленные парки, такие как Технополис «Химград», «АО «Камский индустриальный парк «МАСТЕР», «Челнь», «М-7», расположенные в крупных городах или около них, заполняются арендаторами и соответственно интересны для инвестирования. У промышленных парков, расположенных на территории районов, существует риск, что на территорию парка будет трудно привлечь резидентов из-за нехватки рабочей силы, а также из-за удалённости от основных транспортных развязок.

Третья проблема, эта дороговизна многих технических решений при проектировании инфраструктуры промышленного парка и строительство большого количества площадей, которые остаются невостребованными. Например, в Санкт-Петербурге и Ленобласти действует девять индустриальных парков (занимают 1,1 тыс. га) и анонсировано строительство ещё шести (0,6 тыс. га). Если в 2013 году промыш-

ленные парки в среднем были заполнены на 60%, то сейчас – меньше чем на 50%. Причем большинство потенциальных арендаторов интересуются помещениями до 2 тыс. м² и участками до 1 га. А застройщики предлагают недвижимость по площади в несколько раз больше и дороже на 25-50% [2].

Ещё одной важной проблемой является то, что большинство парков, строящихся в одном регионе, выбирают одинаковую специализацию. Например, переработка продукции сельского хозяйства и пищевая промышленность характерна для вновь создаваемых промышленных парков в Башкирии и Татарстане, а также в Кировской области. При этом не учитывается ограниченность ресурсной базы для полноценного функционирования всех резидентов промышленных парков. Таким образом, вероятны сценарии, при котором либо ни один из резидентов промышленных парков не сможет выйти на проектную мощность из-за нехватки сырья, либо по итогам нескольких лет часть промышленных парков будет вынуждена сменить специализацию, а значит понести дополнительные затраты.

Немаловажным является и то, на каких основаниях в государственных парках осуществляет свою деятельность управляющая компания промышленного парка. На сегодняшний день в России не отработана процедура передачи прав управления территорией и инфраструктурой государственного промышленного парка управляющей компании. Согласно п. 3 ст. 39.6 Земельного кодекса РФ, регионы при наличии соответствующей региональной законодательной базы, могут утвердить особую процедуру передачи земельного участка. На данный момент, в большинстве регионов РФ соответствующая законодательная база отсутствует. В тоже время ощущается нехватка профессиональных управляющих промышленной недвижимостью, что, при создании промышленных парков приводит к таким серьёзным ошибкам, как выбор неправильной специализации промышленного парка или даже его месторасположения.

Несмотря на проблемы, у отрасли большие перспективы развития. В последнее время развитие получили небольшие парки районного масштаба. Например, до 2010 года на территории Республики Татарстан официально функционировали 2 промышленных парка – Технополис «Химград» и «АО «Камский индустриальный парк «МАСТЕР» реализованы в двух самых крупных городах (Казань и Набережные Челны соответственно). Оба парка *brownfield*, т.е. созданы путём реконструкции уже построенных ранее производственных помещений. Площадь «Технополиса «Химград» составляет более 130 Га, а размер производственных помещений составляет более 500 тыс. кв. метров. Площадь производственных помещений «АО «Камский индустриальный парк «МАСТЕР» более 100 тыс. кв. метров. С конца 2010 года началось создание проектов промышленных парков меньших по размерам (от 8 до 50 Га площадью земельного участка и 10-50 тыс. кв. метров помещений). Они позволяют решить ряд таких важных проблем, как общая дороговизна проекта и наполненность арендаторами. Именно такие небольшие индустриальные парки в наибольшей степени способствуют решению проблемы размещения субъектов МСБ в небольших городах или посёлках, так как в первую очередь стараются привлечь на территорию парка местных предпринимателей.

Таким образом очевидно, что при решении вышеперечисленных проблем, промышленные парки могут стать одной из основных точек роста для увеличения объёмов промышленного производства и количества субъектов малого и среднего бизнеса в России.

Библиографический список

1. Стандарт индустриального парка (редакция от 18.12.2013) // Официальный сайт Ассоциации индустриальных парков [электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.indparks.ru/certification/standard/>
2. Мягченко О.В. Почему малый бизнес не торопится занимать места в индустриальных парках // Электронный журнал «Деловой Петербург». 03.12.2015 URL: http://www.dp.ru/a/2015/12/02/Park_dlja_malogo_biznesa/ (дата обращения 03.02.2016).

КУЗНЕЦОВ РОМАН ВЛАДИМИРОВИЧ – бакалавр экономического факультета, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия.

ГАЛИАКБЕРОВА ДИНА РУСТЭМОВНА – бакалавр экономического факультета, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия.

УДК 330.46

С.Ш. Левина, Д.Ю. Причина

**КОГНИТИВИЗАЦИЯ МОДЕЛИ БАЗОВЫХ ФАКТОРОВ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ СОВРЕМЕННОГО ВУЗА В РФ**

В статье рассматривается качественная специфика базовых факторов когнитивной модели развития системы управления организационной культурой современного вуза в РФ.

Применение когнитивного моделирования в вопросе проектирования слабоструктурированных систем, к которым относится сложный институт организационной культуры, позволяет лицу, принимающему решения в системе управления высшем учебном заведении, получать качественную информацию, повышающей уровень обоснованности управленческих решений.

Ключевые слова: слабоструктурированная система управления, организационная культура вуза, формализация первичных представлений, когнитивная карта, когнитивное моделирование.

В теории науки управления слабоструктурированными системами (к которым относится институт организационной культуры) применение традиционных (количественных) методов выявления реальных проблем и причин их появления ограничено нечеткими представлениями (измерениями) интуитивных понятий и смысловых образов качественной информации.

Цель нашего исследования заключается в том, чтобы в контексте анализа взаимовлияний внутренних параметров организационной культуры (выраженных в субъективных представлениях работников вуза) и внешних параметров бизнес-процессов, с помощью когнитивного моделирования на примере ПГУАС рассмотреть сущностный феномен – когнитивизацию слабоструктурированной системы управления организационной культурой (ее силы, качества, знака) на примере современного вуза.

В условиях глобальной интеллектуализации, особый интерес заслуживают результаты исследований ученых, занимающихся вопросами влияния надежности человеческой информации на результаты применения методов принятия решений, в частности вопросами применимости в теории управления различных видов вербальных, когнитивных, имитационных методов. Так, крупными учеными в области информатики, теории принятия решений и искусственного интеллекта, членами Российской академии наук Асановым А.А. и Ларичевым О.И. сделан вывод, что «...«мягкие» качественные измерения типа сравнения, отнесения к классу, упорядочения гораздо более надежны, чем назначение субъективных вероятностей, количественных оценок важности критериев, «веса», полезностей и вероятностей и т.п.» [1], т. е. на повестку дня эмпирического обоснования выбора средств формализации при управлении слабоструктурированными ситуациями выходит: когнитивный подход, когнитивный анализ, применение когнитивных технологий с последующим превращением этих технологий в основу научно-технического развития общества в целом и интеллектуальной деятельности

В свое время, директор Института проблем управления имени В.А. Трапезникова Российской академии наук академик И.В. Прангишвили, говоря о методах управления сложными системами, выделял когнитивное моделирование [2] как эффективный, оправдавший себя на практике метод решения слабоструктурированных проблем.

В феврале 2012 г. в Москве состоялся первый международный Конгресс «Глобальное будущее - 2045», в рамках которого впервые в мире на самом высоком научном уровне рассматривались ключевые направления инновационных изменений, касающихся как смены самой парадигмы развития нашей цивилизации, так и новых подходов, ее обеспечивающих. И на первом Конгрессе и на втором международном Конгрессе [3] в Нью-Йорке в 2013 году в частности отмечено возрастание роли когнитивных технологий в преодолении системных кризисов различной природы. В Манифесте стратегического общественного движения «Россия 2045» одной из главных задач стратегического общественного движения является:

- Формирование культуры, связанной с идеологией будущего, техническим прогрессом, искусственным интеллектом, киборгизацией [4].

Новое качество управления знаниями затрагивает все подсистемы управления современным вузом, но в первую очередь самую когнитивную ее составляющую – систему управления организационной культурой. Слабоструктурированные, ментальные импульсы участников образовательного процесса, с

различной логикой противоположных по качеству сущностей потребительского поведения на рынке образовательных услуг, позволяют теоретикам и практикам, исследующим вопросы образовательной новатики, обоснованно применить когнитивные методы моделирования, позволяющие выявить системные показатели согласования (консонанс) и противоположных, конфликтных (диссонанс) элементов организационной культуры вуза.

Результаты деятельности учебного заведения явно проявляют себя в философии организационного взаимодействия «Win-win solution» – решение, обеспечивающее обоюдный выигрыш для всех институциональных групп (клиентов, потребителей) внутренней и внешней среды учебного заведения на рынках факторов производства:

– в качественной и количественной составляющей фактора производства «труд» выпускников вуза);

- в НИОКР (теоретической и прикладной части исследований);

- на рынке образовательных услуг в виде основной цели: реализации основных образовательных программ в условиях знание ориентированной экономике, обеспечивающей обучающемуся востребованность на рынке труда.

Особенность управления сложной системой организационной культуры заключается в том, что она осуществляется разноплановыми коллективами людей, задействованными в целевой, функциональной и обеспечивающей подсистемами управления вуза, но при этом результаты работы всех сотрудников вуза в равной мере оказывают влияние на результат управления. Для формирования списка базисных факторов системы управления организационной культурой вуза авторами использованы опрос сотрудников Пензенского ГУАС в рамках проекта "Методическое обеспечение формирования резерва руководящих кадров в высших учебных заведениях России, сопровождения и управления и профессиональным продвижением, выполненного ПГУАС по ФЦП "Научные и научно-педагогические кадры инновационной России" на 2009-2013 годы (115 респондентов из числа сотрудников, преподавателей, сотрудников кафедр) [5], а также статистические данные деятельности вуза (факты, события, признаки) [6], авторские результаты, проведенного методом ОСАИ исследования организационной культуры руководителей структурных подразделений (индивидуальное экспертное представление об организационной культуре вуза), результаты опроса преподавателей ПГУАС (коллективное субъективное представление между семантическими категориями о сложившейся ситуации в системе организационной культуры), что позволило выделить следующие факторы (концепты) и причинно-следственные связи между ними, влияющих на новое качество управления организационной культурой современного вуза. Объем выборки проведенного анкетирования составил 110 человек – 30%, что говорит о ее репрезентативности. Далее перечислены базисные факторы системы управления организационной культурой вуза. Поскольку инновационный потенциал организационной культуры в современном ВУЗе определяется накопленными знаниями, выраженными в новых технологиях, продуктах, товарах, услугах, то, соответственно, главным его источником формирования и развития является человеческий капитал, т.е. персонал ВУЗа, поэтому показателем – «Уровень инновационной составляющей организационной культуры» является главным (целевым) показателем инновационного потенциала организационной культуры ВУЗа. Все остальные факторы способствуют их формированию и росту/ снижению.

1 ГРУППА: ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА – ФАКТОРЫ ЦЕННОСТНЫХ СТАНДАРТОВ:

- Формирование позитивного имиджа ПГУАС (со значением высокий уровень).

-Создание благоприятных условий для творчества, стремления к новым знаниям, нововведениям (со значением высокий уровень).

-Создание культа потребителя образовательных услуг (со значением высокий уровень).

-Обеспечение преобладания в организационном поведении высоконравственных, этических поступков персонала (со значением высокий уровень).

- Уровень «инновационной» составляющей организационной культуры

(входной фактор – средний уровень; выходной фактор с целевым значением, высокого уровня).

- Высокий уровень преданности и лояльности ППС своей организации.

- Высокий уровень внедрения современных систем образовательного менеджмента в ПГУАС.

- Справедливая оценка труда преподавателей с привлечением международного научного сообщества (показатели международной публикационной активности и патентной активностью со значением малый уровень).

- Эстетический и эргономический уровень оформления помещений вуза (со значением средний уровень).

- Использование принципов меритократии при найме и продвижении по службе, обуславливаемые только способностями сотрудников, эффективностью их труда (со значением малый уровень).

2 ГРУППА – РЫНОЧНЫЕ ФАКТОРЫ (определяют адаптацию вуза к внешней среде, направлены на завоевание потребителя услуг):

- Увеличение доли образовательного рынка в регионе (со значением малый уровень).
- Рост удовлетворения образовательных потребностей в номенклатуре направлений бакалавров и магистров (со значением малый уровень).
- Рост удовлетворения образовательных потребностей потребителей в качестве предоставляемых услуг (со значением малый уровень).
- Рост удовлетворения образовательных потребностей в культуре их обслуживания (со значением малый уровень).
- Низкая стабильность внешней среды вуза (быстрые изменения во внешней среде).
- Высокий уровень депрессии организационных знаний (высокий темп морального и физического износа интеллектуальных активов)
- Государственная поддержка развития механизмов образовательного кредитования (со значением малый уровень).
- Низкий уровень маркетинговой инновационности вуза (анализ представления и продвижения ФОССТИС на рынках труда и формирование новых ценностных стратегий за последние 3 года)
- Увеличение доходов за счет договоров НИР, НИОКР (со значением малый уровень)
- Инфраструктура для постоянной переподготовки и повышения квалификации экономически активного населения (со значением высокий уровень).

3 ГРУППА – ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФАКТОРЫ:

- Соблюдение стандартов государственной аккредитации и лицензирования ФГОС ВПО (со значением высокий уровень).
- Выполнение плана – заказа государственного образовательного заказа на подготовку высококвалифицированных кадров по специальностям (со значением средний уровень).
- Выполнение плана подготовки научно-педагогических кадров высшей квалификации (со значением средний уровень).
- Средний удельный вес наукоемкого фактора в характере выпускаемой вузом продукции (со значением средний уровень).
- Средний уровень когнитивного потенциала сотрудников ВУЗА знаний) (со значением средний уровень)
- Рост производительности труда (со значением малый уровень).
- Низкая доля персонала ПГУАС, занятая прикладными научными исследованиями и разработками.
- Средний уровень технологической инновационности
- Модернизация, техническое перевооружение основных фондов, оснащенность технологических процессов (со значением малый уровень).

Эффективная система контроля деятельности ППС вуза (со значением средний уровень).

4. ГРУППА – СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ (степень удовлетворенности трудом, вознаграждением, социальными отношениями):

- Создание климата взаимного доверия, уважения, поддержки (со значением средний уровень).
- Рост уровня справедливой оценки руководителей структурных подразделений вуза и работников. (со значением малый уровень).
- Увеличение возможностей для раскрытия потенциала работников (со значением средний уровень).
- Рост трудовой активности, инициативы персонала вуза (со значением малый уровень).
- Повышение уровня дисциплины (со значением средний уровень).
- Сохранение рабочих мест (со значением малый уровень).
- Повышение уровня жизни (со значением малый уровень).
- Повышение уровня организации труда (со значением средний уровень)..
- Рост заработной платы (со значением средний уровень).
- Рост социальных выплат и льгот (со значением малый уровень).

В следствие, полученная информация обрабатывается на предмет устранения двусмысленностей, а также согласования суждений экспертами (рис.6). Для моделирования ситуации с помощью когнитивной карты нами используется СППР «ИГЛА» [7] (Система поддержки принятия решений), разработанного научным коллективом кафедры «Информатики и программного обеспечения» БГТУ, и СППР «Канва» [8], разработанного научным коллективом проблем управления РАН. В любой программный продукт СППР (рис.1) заносятся входные факторы – выявленные авторами концепты организационной

культуры, на которые исследователь (ЛПР) в дальнейшем будет подавать воздействия в виде управленческих решений, которые необходимо прогнозировать.

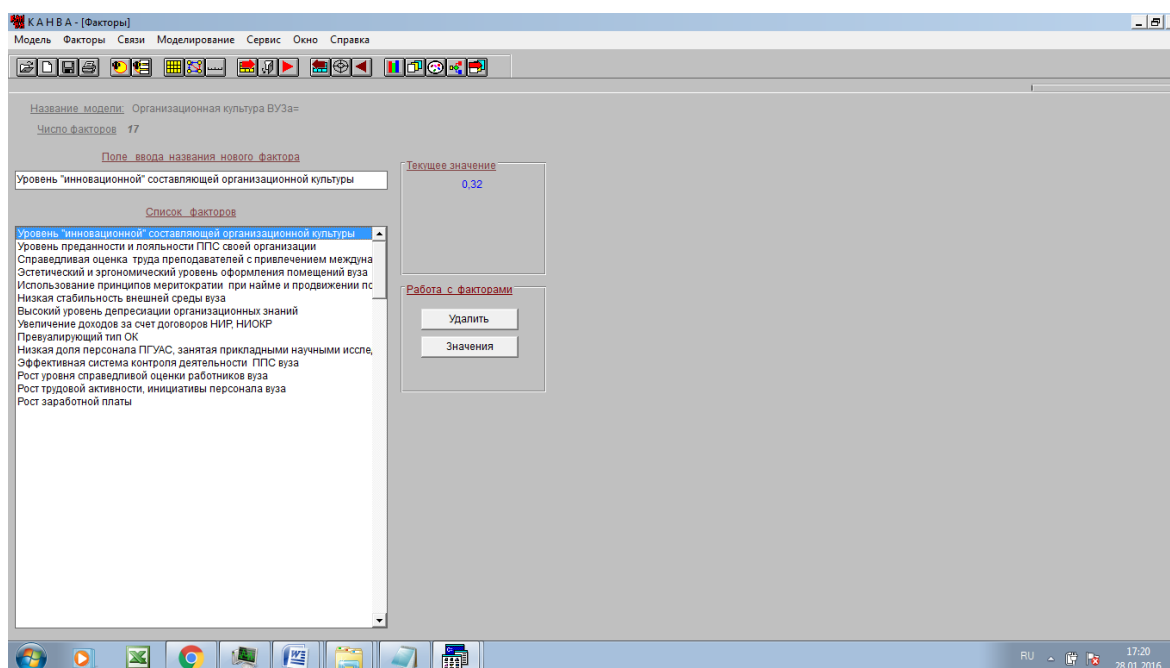


Рис. 1. СППР «КАНВА»

Продемонстрируем в СППР «ИГЛА» алгоритм когнитивизации системы управления организационной культурой ВУЗа.

Формирование групп, существенных для рассматриваемой проблематики представлено на рис. 2. Отношение причинности (влияния) между каждой парой концептов по шкале формализации показателей силы влияния и интенсивность связей между концептами (от 0 до 1) представлено в табл. 1.

Таблица 1

Значения показателей силы влияния и интенсивности связей между концептами

Интерпретация интенсивности влияния концепта на концепт			Интервал значений
Степени влияния	Сила влияния	Описание степени и силы влияния	
Минимальная	Усиливает	влияет слабо-положительно	[0, 0,2]
	Ослабляет	влияет слабо в негативном ключе:	[-0,2, 0]
Слабая	Усиливает	влияет слабо-умеренно положительно:	[0,4, 0,6]
	Ослабляет	влияет слабо в негативном ключе	[-0,4, -0,2]
Умеренная	Усиливает	влияет умеренно положительно	[0,4, 0,6]
	Ослабляет	влияет слабо-умеренно негативно	[-0,4, -0,2]
Сильная	Усиливает	влияет умеренно-сильно в положительную сторону	[0,6, 0,8]
	Ослабляет	влияет умеренно-сильно в негативном ключе	[-1, -0,8]
Максимальная	Усиливает	влияет сильно в положительную сторону	[0,8, 1]
	Ослабляет	влияет сильно в негативном ключе	[-1, -0,8]
Отсутствует		не влияет на всех	[0]

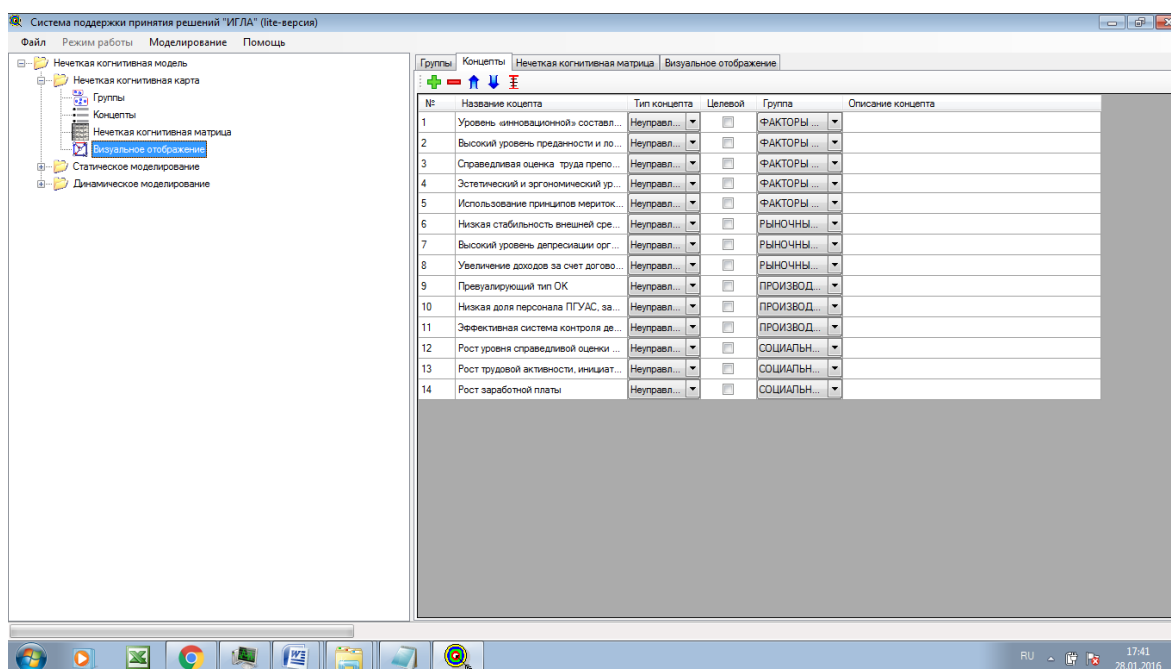


Рис. 2. Формирование групп факторов влияния на организационную культуру ВУЗа

По результатам данного этапа формируется когнитивная матрица (рис.3), содержащая усредненные оценки интенсивности влияния наиболее важных, в представлении авторов (экспертов) концептов, влияющих на инновационный уровень организационной культуры вуза.

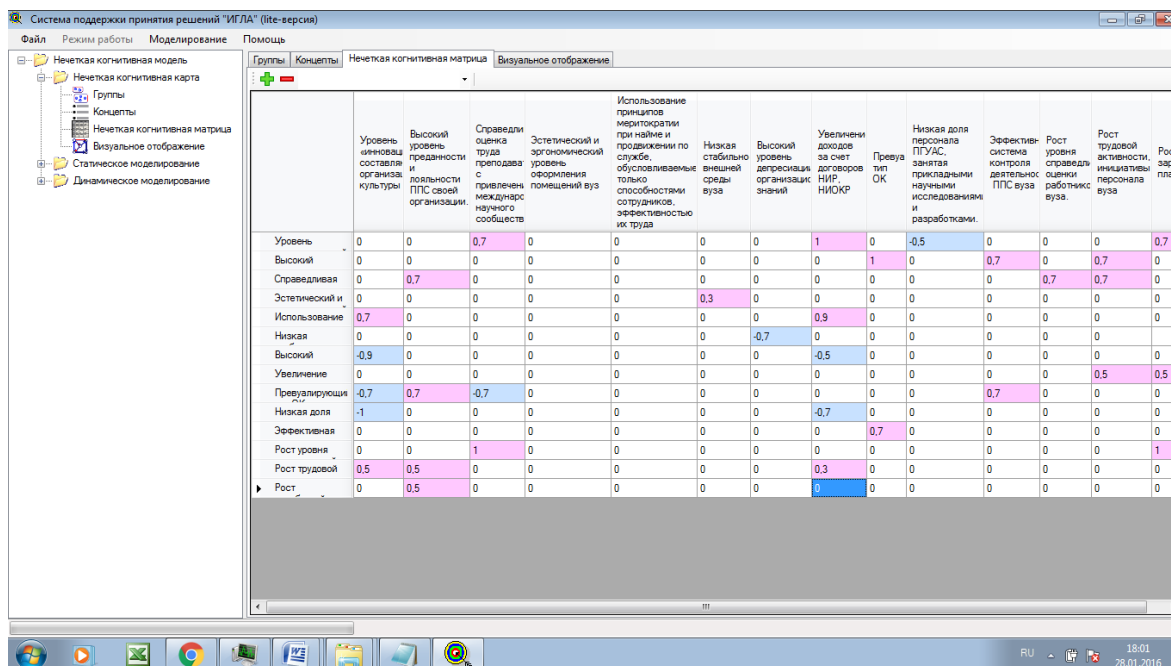


Рис. 3. Когнитивная матрица организационной культуры вуза

На следующем этапе когнитивного моделирования, когнитивная карта представляется в виде взвешенного ориентированного графа (рис.4), вершины которого соответствуют выбранному множеству факторов, а дуги, отражающие причинно-следственные связи между факторами. В нашем случае ориентированный граф отражает усредненные шкалы силы влияния показателей. Дуги имеют вес, соответствующий значению связи. Когнитивная карта отражает наиболее важные (явные) связи между факторами.

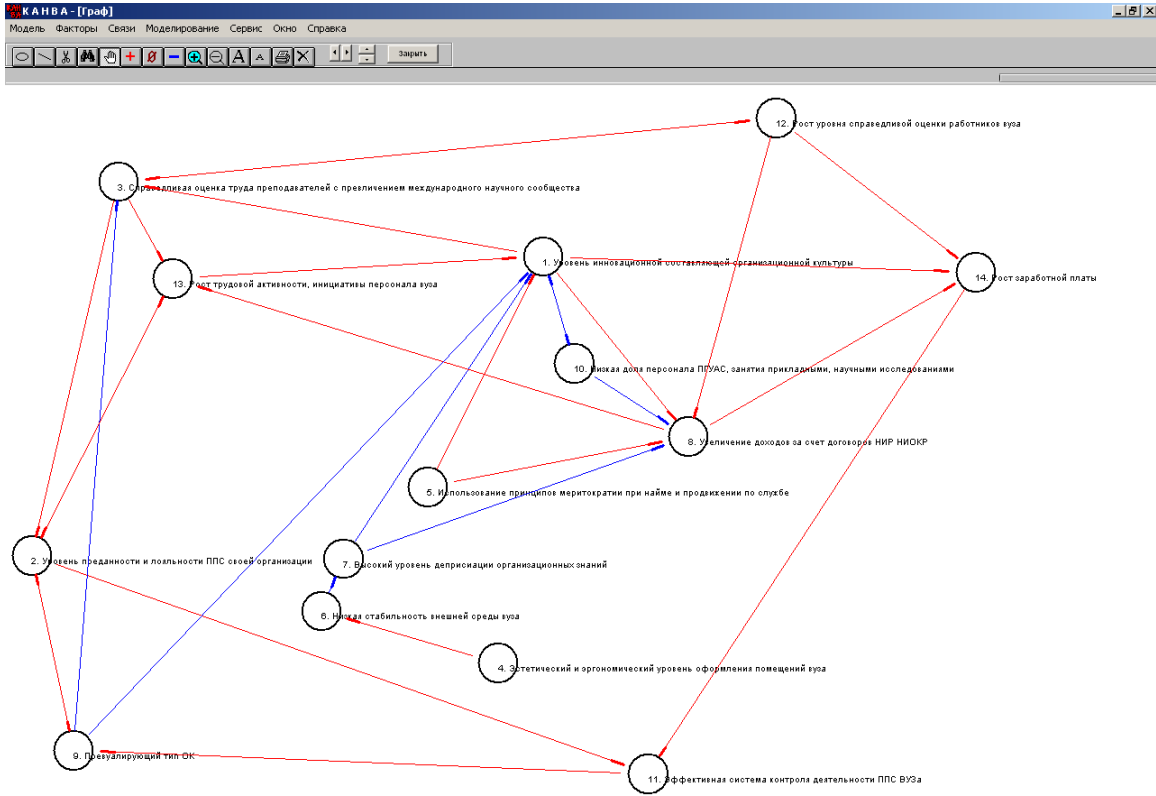


Рис. 4. Когнитивная карта в виде структурной схемы (ориентированного знакового графа)

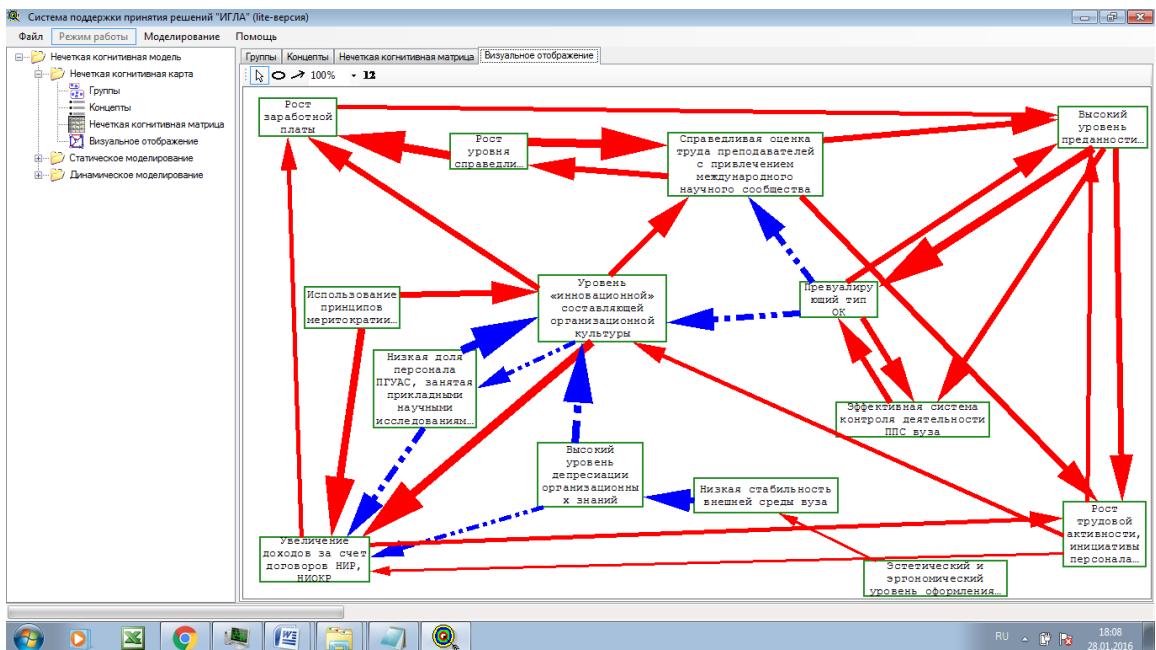


Рис. 5.

На основе показателей когнитивной карты проводится анализ доминантных факторов организационной культуры, выявляются основные группы векторных воздействий в соответствующих моделях, формирующие целевую направленность формирования и развития её инновационного потенциала.

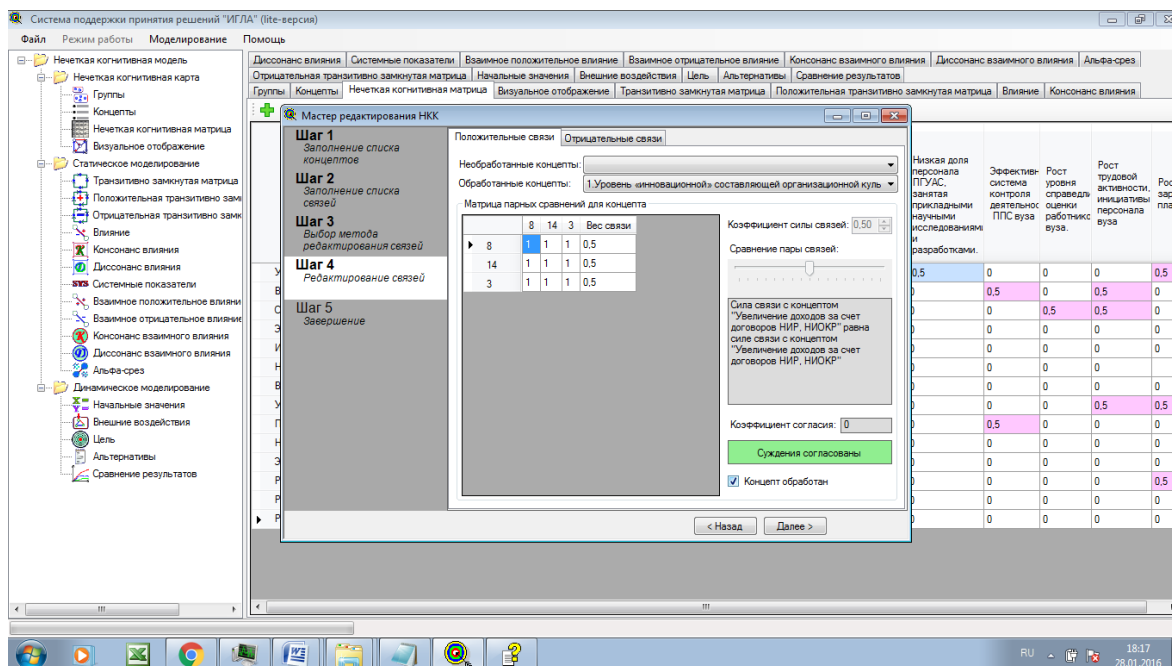


Рис. 6. Мастер редактирования нечеткой когнитивной карты

Исследование целевого концепта «Уровень инновационной составляющей организационной культуры» ВУЗа можно продолжить, если рассмотреть альфа-срезы, выделив своеобразные «узловые точки», в качестве устойчивых, сложившихся связей, оказывающих значительное влияние на систему управления организационной культурой ВУЗа. Примеры таких альфа-срезов показаны на рис. 7-9.

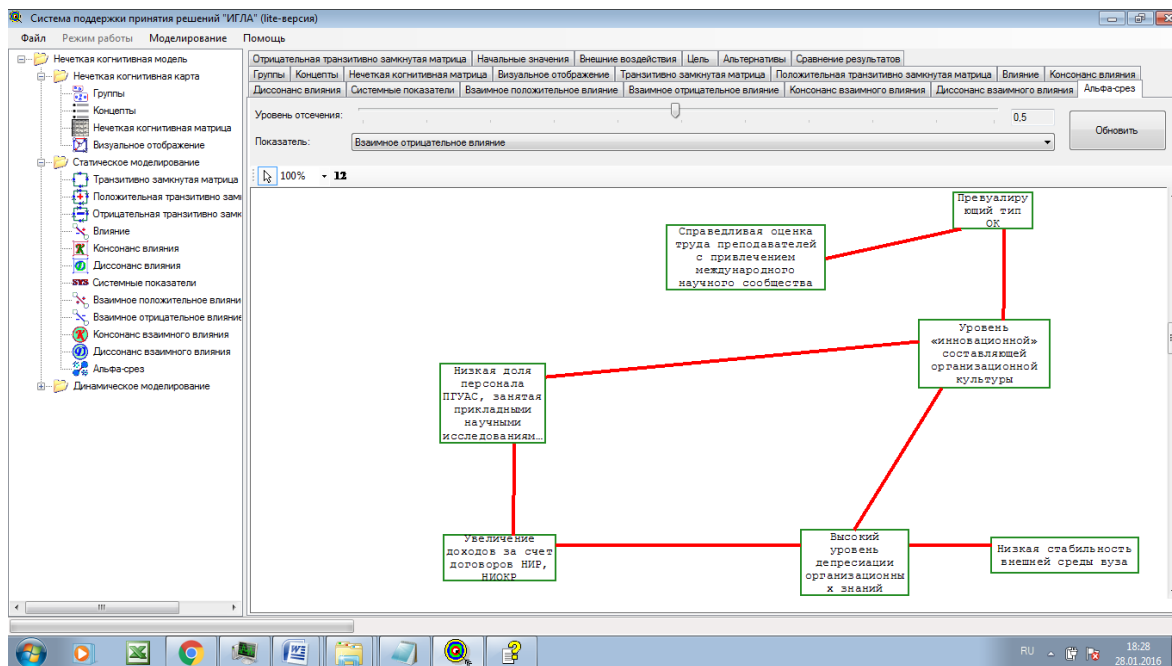


Рис. 7. Альфа-срез взаимного отрицательного влияния

В соответствии с рис. 7 при уровне среза 0.5 можно выделить базовый узел отрицательного взаимовлияния, в который входит целевой концепт «Уровень инновационной составляющей организационной культуры» ВУЗа, концепт «Высокий уровень депрессии организационных знаний», концепт «Низкая доля персонала, занятая прикладными научными исследованиями», концепт «Превалирующий тип ОК». Это означает, что при низкой стабильности внешней среды воздействие и отрицательном воздействии на эти концепты, с течением времени их негативное влияние на систему управления организационной культурой ВУЗа с течением времени будет возрастать, т.е. уровень депрессии знаний возрастет, уменьшится количество персонала ПГУАС, занятого прикладными научными исследованиями, а превалирующий тип ОК (иерархическая) укрепитсся в своей доминантной доле.

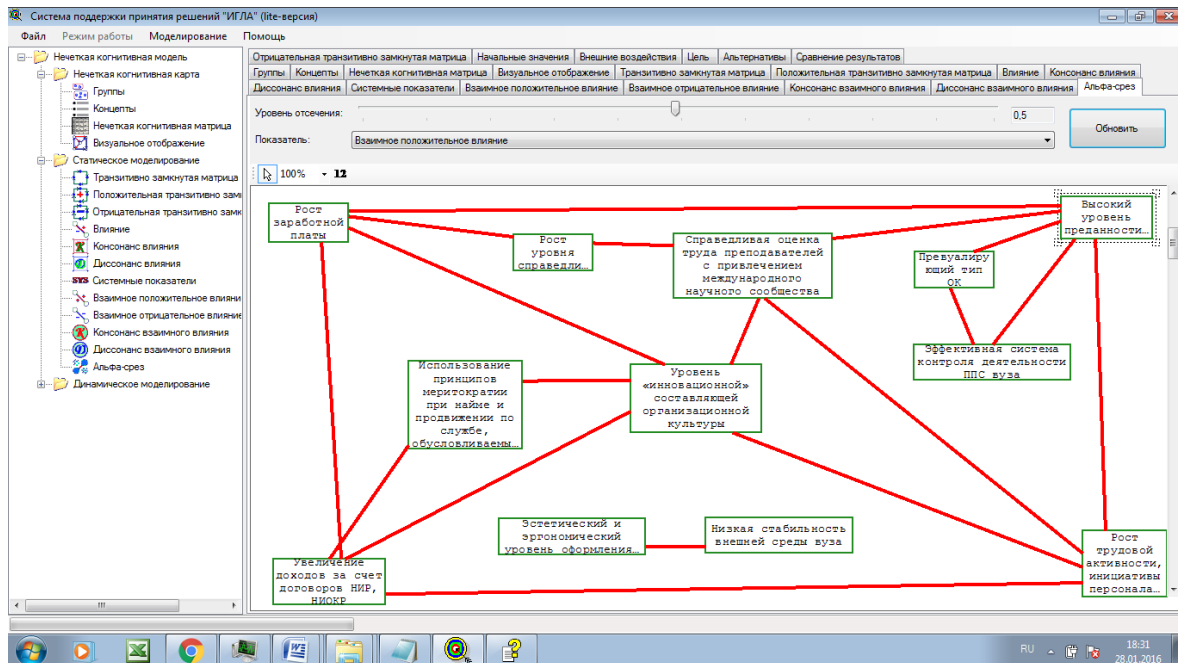


Рис. 8. Альфа-срез взаимного положительного влияния

Анализируя взаимный консонанс при уровне среза 0,5 (рис.8) можно отметить, что рассматриваемые концепты образуют большой узел устойчивых взаимно – положительных связей в целевом концепте – «Уровень инновационной составляющей организационной культуры». Концепт «Уровень инновационной составляющей организационной культуры» оказывает положительное (взаимоположительное) влияние на концепт «Увеличение доходов за счет договоров НИР, НИРС», который, в свою очередь, влияет положительно на концепты: «Рост трудовой активности, инициативы персонала» и «Рост заработной платы»;

- концепт «Уровень инновационной составляющей организационной культуры» оказывает взаимоположительное влияние на концепт «Справедливая оценка труда преподавателей с привлечением международного научного сообщества (показатели международной публикационной активности и патентной активностью со значением малый уровень) который, в свою очередь, влияет положительно на концепты: «Рост уровня справедливой оценки руководителей структурных подразделений вуза и работников.» и «Высокий уровень преданности и лояльности ППС своей организации»;

Альфа-срез взаимного диссонанса позволяет привести пример как прямого, так и опосредованного влияния концепта «Уровень инновационной составляющей организационной культуры» на другие факторы. Из рис. 9 видно, что целевой концепт «Уровень инновационной составляющей организационной культуры» подвержен отрицательному влиянию концепта «Эффективная система деятельности ППС ВУЗА», если в нее не включены показатели инновационной деятельности сотрудников, то под его отрицательным воздействием он может поменять значение с начального «средний уровень» на «низкий уровень», что говорит о приоритете проектной организационной структуры ВУЗа, ориентированной на потребителя над традиционной иерархической.

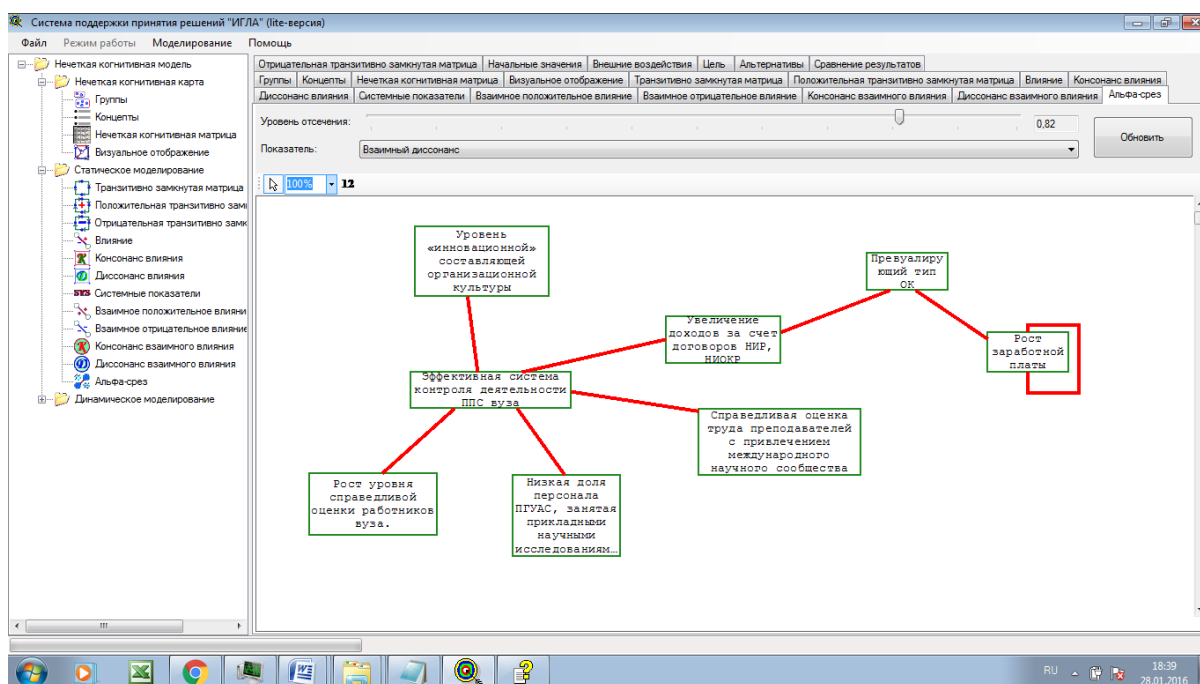


Рис. 9. Альфа-срез взаимного диссонанса

Системы поддержки принятия решений позволяют смоделировать сценарии выбора факторов модели системы управления организационной культуры под целевые установки ВУЗа (рис. 10).

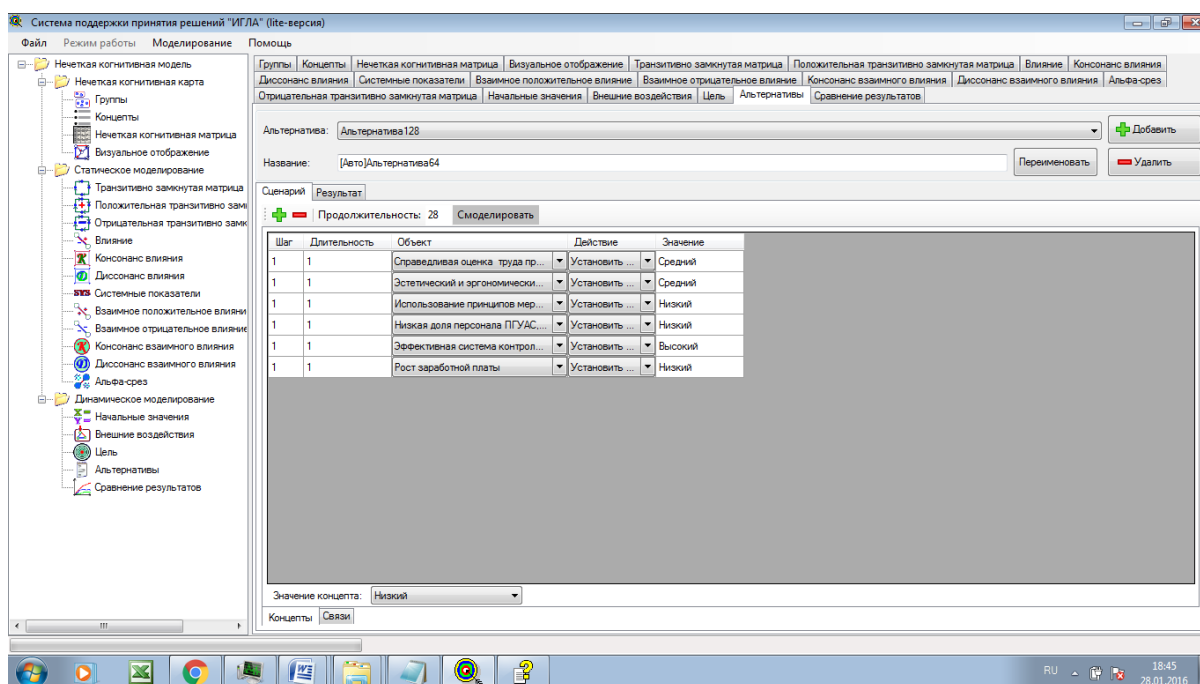


Рис. 10. Моделирование в СППР сценарных альтернатив

Анализ системных показателей когнитивной карты (рис.11) позволяет выявить концепты, обладающие функциональной ролью по отношению к целевому концепту когнитивной модели, т.е. воздействующие на ситуацию существенным образом.

Анализ системных показателей рассматривается с двух точек зрения:

- 1) воздействие концепта на систему;
- 2) воздействие системы на концепт.

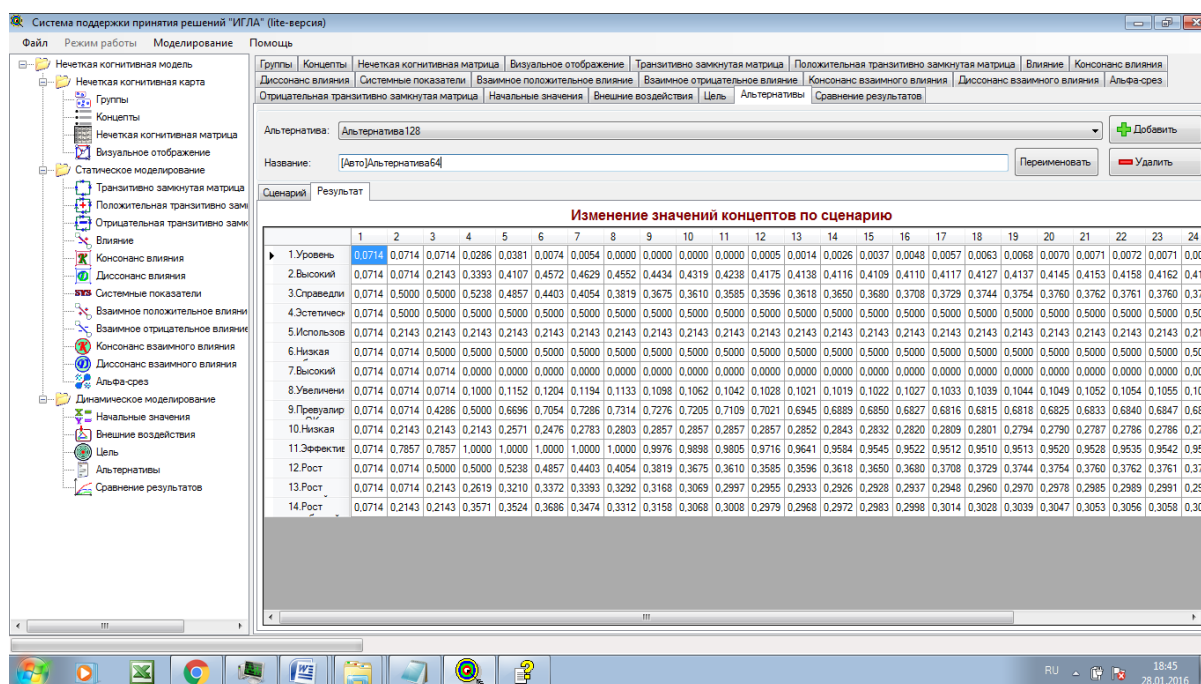


Рис. 11. Системные показатели значений концептов по сценарию

Таким образом, применение информационных технологий когнитивного моделирования системы управления организационной культурой вуза позволяют сделать вывод, что результаты исследования легко интерпретируемы для принятия решений, а также позволяют:

- во-первых, в условиях отсутствия прибора, измеряющего "величины организационной культуры" «визуализировать» образ положительной и отрицательной тенденций анализируемых факторов системы управления организационной культуры;
- во-вторых, с помощью выявленной причинно-следственной связи осознать проблему (проблемы) отклонения системы управления сложившейся организационной культуры от выбранной;
- в-третьих, «ускорить» сценарные тенденции предметной области – системы управления организационной культурой вуза, тем самым повысить интерес руководства вузом к применению и развитию данного когнитивного подхода.

Библиографический список

1. <http://it-claim.ru/Projects/SC/files/CASC2006.pdf>
2. <http://www.mtas.ru/Library/uploads/1168452488.pdf>
3. <http://www.2045.ru/news/32081.html>
4. <http://www.2045.ru>
5. <http://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnaya-kultura-regionalnogo-vuza-osobnosti-i-vozmozhnosti-razvitiya>
6. <http://pguas.ru/>
7. <http://iipo.tu-bryansk.ru/quill/>
8. <http://www.raai.org/about/persons/kulinich/pages/kanva2003.html>
9. Прангишвили И.В. О методах эффективного управления сложными системами // Тр. 5-ой междунар. конф. "Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций" (CASC'2005) / ИПУ РАН. – М., 2005. – С. 7–15. 27.
10. Прангишвили И.В. Системный подход и общесистемные закономерности. – М.: СИНТЕГ, 2000. – 528 с.
11. Асанов А.А., Ларичев О.И. Влияние надежности человеческой информации на результаты применения методов принятия решений. // Автоматика и телемеханика. № 5. 1999. С.20–31.
12. Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций (CASC'2006). Труды 6-й Международной конференции / Под ред. З.К. Авдеевой, С.В. Ковриги. М.: Институт проблем управления РАН. – 2006.
13. Сазыкина О.А., Кошев А.Н. Организационная культура регионального ВУЗа: особенности и возможности развития // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. 2012. №28.
14. Горелова Г.В., Захарова Е.Н., Радченко С.Н. Исследование слабоструктурированных проблем социально-экономических систем: когнитивный подход. – Ростов н /Дону: Изд-во РГУ, 2006.
15. <http://pguas.ru/science/services/engineering>
16. Ерохин, Д.В.. Моделирование инновационного механизма предприятия с применением нечетких когнитивных карт / Д.В. Ерохин, Д.Г. Лагерева, Е.А. Ларичева, А.Г. Подвесовский // Менеджмент в России и за рубежом.-

2006.- № 3. С. 95-111.

17.Кулинич, А.А. Компьютерные системы моделирования когнитивных карт: подходы и методы / А.А. Кулинич // Проблемы Управления. – 2010. – №3.

18.Cognitive russian modeling in the system of corporate governmance Thibeault I.V., Prichina O.S., Gorelova G.V. Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 2. С. 442-452.

ЛЕВИНА С.Ш. – кандидат экономических наук, профессор кафедры «Менеджмент», Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Россия.

ПРИЧИНА Д.Ю. – магистрант кафедры «Менеджмент», Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Россия.

УДК 658.14/.17 (075)

Мохаммад Тарик Жассим Мохаммад

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Предлагается система показателей для анализа денежных потоков организации на основе использования как общепринятых показателей, так и их дополнения специфическим показателем, позволяющим оценить вклад трудового потенциала предприятия в формирование финансовых результатов деятельности коммерческой организации.

Ключевые слова: денежный поток, анализ денежных потоков, этапы анализа денежных потоков, риск формирования денежных потоков, система показателей для анализа денежного потока организации.

Эффективно организованные денежные потоки коммерческой организации являются предпосылкой обеспечения устойчивого роста и достижения высоких конечных результатов ее финансово-хозяйственной деятельности в целом [1, с. 295-296].

Одним из условий осуществления нормальной жизнедеятельности организация является обеспеченность обоснованным объемом денежных средств. Недостаток денежных средств может оказать серьезное негативное влияние на деятельность организации, результатом может стать неплатежеспособность, снижение ликвидности, убыточность вплоть до прекращения функционирования хозяйствующего субъекта. Избыток денежных средств также может иметь отрицательные последствия для организации, поскольку избыточная денежная масса, не вовлеченная в производственно-коммерческий оборот, не приносит дохода. Для принятия обоснованных управленческих решений, связанных с движением денежных средств, для достижения наилучшего эффекта хозяйственной деятельности руководству организации необходимо систематическое получение информации о состоянии денежных средств. Следовательно, необходимы детальная оценка и постоянно выполняемый анализ денежных потоков организации.

Целью анализа денежных потоков является получение необходимого объема их параметров, дающих объективную, точную и своевременную характеристику направлений поступления и расходования денежных средств, их объемов, состава, структуры, а также объективных и субъективных, внешних и внутренних факторов, оказывающих различное влияние на изменение денежных потоков [2, с.203].

Задачами анализа денежных потоков организации являются:

- оценка обоснованности объемов денежных потоков;
- оценка денежных потоков по видам хозяйственной деятельности;
- оценка состава, структуры, динамики и направлений движения денежных средств;
- выявление и измерение влияния различных факторов на формирование денежных потоков;
- выявление и оценка резервов улучшения, разработка предложений по реализации резервов, для повышения эффективности использования денежных средств.

На наш взгляд анализ денежных средств должен выполняться в следующей последовательности.

На первом этапе необходимо проанализировать динамику объема формирования положительного денежного потока организации (притока денежных средств) по отдельным источникам. При этом целесообразно сопоставить темпы роста положительного денежного потока с темпами роста активов, объемов выручки от продаж, различными показателями прибыли (валовой прибыли, прибыли от продаж, чистой прибыли). Особое внимание необходимо уделить соотношению источников образования положительного денежного потока: внутренних (выручки от продаж) и внешних (полученных займов, кредитов), выявлению степени зависимости от внешних источников.

Второй этап анализа должен заключаться в изучении динамики объема отрицательного денежного потока организации (оттока денежных средств), а также его структуры по направлениям расходования денежных средств.

На третьем этапе необходимо рассмотреть сбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков по общему объему.

© Мохаммад Тарик Жассим Мохаммад, 2016.

Научный руководитель: *Романова Людмила Ефимовна* – доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и менеджмент», Тульский государственный университет, Россия.

На четвертом этапе следует определить роль прибыли в формировании чистого денежного потока, влияние на него различных факторов: изменения остатков производственных запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, начисленной амортизации, образованных резервов и т.п. Особое место необходимо уделить характеристике «качества чистого денежного потока», т.е. структуре источников его формирования. Высокий уровень качества чистого денежного потока характеризуется ростом удельного веса чистой прибыли, полученной за счет роста выручки от продаж, снижения себестоимости. Низкое качество имеет чистый денежный поток, значительная часть которого получена за счет роста цен на реализованную продукцию, обусловленного в большей степени инфляционными процессами, доходов от прочих операций и т.п.

Пятый этап представляет коэффициентный анализ, в процессе которого необходимо определить относительные показатели, характеризующие эффективность использования денежных средств в организации. С помощью различных факторных систем необходимо выявить разнообразные резервы роста эффективности управления денежными потоками. Представляется целесообразным дополнить существующую систему показателей рентабельности показателем, характеризующим эффективность использования фонда заработной платы организации – показателем зарплаторентабельности [3, с. 130-133].

Базовым источником для анализа денежных потоков является отчет о движении денежных средств, с помощью данных которого можно выделить воздействие текущей, инвестиционной и финансовой деятельности организации на состояние ее денежных средств за определенный период и объяснить изменения денежных потоков за этот период.

Одним из главных направлений анализа денежных потоков является обоснование степени достаточности (недостаточности) формирования объема денежной массы в целом, а также по видам деятельности, сбалансированности положительного и отрицательного денежных потоков по объему и во времени. Этому способствует анализ денежных потоков прямым методом. Необходимым условием финансовой стабильности по этому методу признается такое соотношение притоков и оттоков средств в рамках текущей деятельности, которое обеспечивает увеличение финансовых ресурсов, достаточное для осуществления инвестиций. Однако этот метод не раскрывает взаимосвязи между полученным финансовым результатом и движением денежных средств на счетах компании. Поэтому целесообразно воспользоваться косвенным методом анализа движения денежных средств.

При косвенном методе финансовый результат преобразуется с помощью ряда корректировок в величину изменения денежного потока за анализируемый период.

Для анализа денежных средств целесообразно воспользоваться системой показателей, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Система показателей для анализа денежного потока организации

Показатель	Расчет	Критерии оценки	Характеристика
<i>Размер и структура чистого денежного потока:</i>			Рассчитывается по организации в целом и по отдельным видам деятельности
– Чистый денежный поток (ЧДП)	$ЧДП = ПДП - ОДП$, где ПДП – положительный денежный поток; ОДП – отрицательный денежный поток	> 0	Степень участия ТД и ИД в ЧДП предприятия
– Доля ЧДП от текущей и инвестиционной деятельности в общем ЧДП	$(ЧДП_{ТД} + ЧДП_{ИД}) / ЧДП$	0,5	Степень участия ТД и ИД в ЧДП предприятия
– Доля ЧДП от финансовой деятельности в общем ЧДП	$ЧДП_{ФД} / ЧДП$	0,5	Степень участия ФД в ЧДП предприятия
– Платежеспособность, К-т платежеспособности	$ПДП / ОДП$ или $(ДС_{н.п.} + ПДП) / ОДП$	> 1	Обеспечивает ли организация выплаты денежных средств за счет их притока

Окончание таблицы 1

Показатель	Расчет	Критерии оценки	Характеристика
<i>Эффективность и рентабельность:</i>			
– К-т эффективности денежных потоков	ЧДП / ПДП	В динамике	Какой ЧДП приходится на единицу совокупного притока денежных средств
– К-т рентабельности ПДП	ЧП / ПДП где ЧП – чистая прибыль	В динамике	Сколько прибыли приходится на каждый рубль денежного потока
– К-т рентабельности ЧДП	ЧП/ЧДП	В динамике	Сколько прибыли приходится на каждый рубль ЧДП
– К-т зарплаторентабельности	ПП / ФЗП где ПП – прибыль от продажи; ФЗП – фонд заработной платы	В динамике	Сколько прибыли приходится на каждый рубль фонда заработной платы
Оборачиваемость – период оборота денежных средств	(Ср. остаток ДС x Д) / ОДП, где Д – количество дней в анализируемом периоде	3-5 дней	Сколько дней приходится с момента поступления денежных средств организации до момента их выбытия

Для того чтобы раскрыть реальное движение денежных средств на предприятии, оценить синхронность поступления и их расходования, а также увязать величину полученного финансового результата с состоянием денежных средств, необходимо выделить и проанализировать все направления поступления (притока) и расходования (оттока) денежных средств.

Кроме того, на реальную стоимость денежных средств влияют инфляционные процессы, обесценивая их во времени, поэтому представляется целесообразным оценить риск формирования денежных потоков по аналогии с оценкой риска лизинговых операций [4, с. 2-6; 5, с. 17-18], а также банковских операций [6, с. 34-40].

Библиографический список:

1. Коршунова Г.В., Романова Л.Е. Стратегические цели финансового развития организации // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2013. – № 5-1. – С. 295-303.
2. Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М: Финансы и статистика, 2011. – 375с.
3. Романова Л.Е. Анализ эффективности использования персонала организации // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 28. – С. 9-11.
4. Романова Л.Е., Панова О.А. Управление финансовыми рисками лизинговых операций // Финансы и кредит. – 2010. № 17 (401). – С. 2-6.
5. Романова Л.Е., Панова О.А. Влияние специфики денежных потоков на уровень финансового риска лизинговых операций // Научные труды SWorld. – 2010. – Т. 13. – № 1. – С. 17-18.
6. Романова Л.Е., Рудакова К.В. Учет совокупного кредитного риска банка при определении категории качества ссуды // Финансы и кредит. – 2012. – № 7 (487). – С. 34-40.

МОХАММАД ТАРИК ЖАССИМ МОХАММАД – магистрант, Тульский государственный университет, Россия.

УДК 331.101.3

М.И. Урсу

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье автор анализирует и определяет специфику мотивов и стимулов педагогических работников. В соответствии со спецификой, автор подчеркивает, что для разработки системы мотивации и стимулирования педагогов необходимо учитывать их потребности, ценности и мотивы, основными из которых являются: преданность профессии, желание профессионально развиваться, мотив власти, любовь к детям и воспитательской деятельности.

Ключевые слова: мотив, мотивация, стимулирование, персонал, педагогический работник, образовательная организация.

В современных условиях образовательные организации функционируют в условиях рыночных отношений, которые характеризуются не только повышенной турбулентностью внешней среды, но и конкуренцией на рынке образовательных услуг. Сложившаяся ситуация определяет необходимость повышения заинтересованности персонала, а точнее, создания мотивационной среды образовательной организации.

По мнению Коджаспировой Г.М. и Коджаспирова А.Ю., под мотивационной средой понимается совокупность условий, определяющих направленность и величину усилий, прилагаемых для достижения целей деятельности [2, с. 85]. Достижению целей образовательной организации во многом способствует грамотно выстроенная система мотивации и стимулирования персонала, с учетом особенностей профессиональной педагогической деятельности.

Педагогическая деятельность является специфической формой взаимодействия взрослого и ребенка, которая характеризуется асимметричностью позиций и различием в статусах [1 с. 15]. Это, по мнению Н.А. Аминова, обуславливает появление у педагога особого значимого мотива – мотива власти (доминирования).

Н.А. Аминов подчеркивает, что в педагогической деятельности мотив власти всегда ориентирован на действия, направленные на благополучие других людей (в частности, помощь обучающимся через знания).

Распространена также точка зрения, согласно которой профессиональные мотивы педагога можно сгруппировать в три блока:

- мотивы выбора педагогической профессии;
- мотивы, проявляющиеся в процессе труда педагога;
- мотивы совершенствования педагогической деятельности.

По мере работы педагога, приобретения им профессионального опыта, у него формируется интерес к работе с обучающимися определенного возраста, происходит осознание важности, значимости своего труда для общества, появляется интерес к развитию своих педагогических способностей.

Желание улучшить свою профессиональную деятельность будет проявляться в стремлении пополнить свой багаж новыми педагогическими приемами, техниками и методиками, улучшить имеющиеся и разработать собственные (авторские) программы обучения, повысить уровень своей компетентности.

Учитывая особенности мотивации педагогов, отметим, что стимулирование их труда характеризуется сложной поведенческой структурой, в выборе индивидуальной линии стимулов отражается степень соответствия интересов педагога с целями и интересами образовательной организации. При построении системы стимулирования важно принимать во внимание интересы и потребности педагогических работников, так как они направлены на оптимизацию структуры стимулов и гармонизацию интересов работника и организации. Стимулы выявляют то, каким образом педагог определяет свое место в системе организации и что он относит к наиболее значимому для своих профессиональных достижений.

© Урсу М.И., 2016.

Научный руководитель: *Истомина Ирина Павловна* – кандидат психологических наук, доцент, Нижневартровский государственный университет, Россия.

Так, например, подавляющее число педагогов положительно относятся к возможности поделиться своими идеями и выслушать мнение о себе со стороны руководителя. Сотрудники ценят такую возможность, она повышает у педагогов ощущение включенности в выполняемую работу, чувство собственной значимости и самоуважение. Работники, которые принимают участие в постановке целей и задач организации, разработке программ и проектов, трудятся более результативно, стремятся достичь признания. Такое стремление связано с чувством личной ответственности за общее дело, в котором они принимали непосредственное участие.

Однообразная, монотонная работа занимает существенную долю в педагогическом труде. Потеря интереса к работе, связанная с однообразием, может привести к всевозможным проблемам, которые можно избежать при правильном подходе. В данном случае необходимо разнообразить педагогический труд, используя творческий подход, не навредив при этом профессиональной деятельности.

Отметим, что педагогические работники нуждаются в поощрении сотрудничества и групповой работы. Это позволяет создать и укрепить командный дух и повысить эффективность деятельности, как отдельных объединений, так и образовательной организации в целом.

Помимо этого, педагогические работники испытывают потребность в возможностях для профессионального роста. Это может проявляться в поручении педагогу более сложной работы, также он может быть отправлен на курсы повышения квалификации. Можно делегировать работнику больше полномочий и наделять ответственностью за выполнение определенной работы.

Важным условием повышения мотивации к работе является наличие обратной связи. Необходимо информировать педагогов о перспективах работы. Следует поставить перед коллективом общую цель и постараться создать такую атмосферу, когда педагоги будут работать единой командой по достижению данной цели. Необходимо постоянно предоставлять педагогическому коллективу информацию о том, как он работает, о достигнутых целях, об имеющейся динамике, о возникающих проблемах.

Таким образом, можно сделать вывод, что в качестве основных мотивов в профессиональной деятельности педагогических работников выступают:

- преданность своей профессии;
- желание достижения высоких результатов в профессиональной деятельности;
- потребность в активной воспитательской работе;
- потребность в чувстве включенности в выполняемую работу, самоуважении и ощущении собственной значимости;
- желание педагога профессионально развиваться;
- стремление к поиску творческого подхода в работе, развитие инновационного компонента в педагогической деятельности;
- присутствие особого мотива – мотива власти;
- положительное отношение к поощрению командной работы для поднятия командного духа.

Из чего следует вывод о необходимости включения в процесс управления персоналом, в частности педагогическими работниками, следующих механизмов стимулирования:

- предоставление возможности повышения квалификации, делегирование полномочий, предоставление большей ответственности и свободы в организации работы с обучающимися;
- организация конкурсов, олимпиад, культурно-массовых мероприятий, поощрение творческой, научной и инновационной деятельности, особое поощрение высоких результатов;
- организация групповой работы, постановка общих целей, поощрение положительных результатов групповой работы;
- объявление устных и письменных благодарностей, признание руководства в виде похвальных грамот, подарков, сувениров.

Отмеченные выше мотивы и механизмы стимулирования призваны обеспечить постоянное стремление педагога к повышению профессионализма, освоению новых методов и технологий, включая их в свой педагогический инструментарий, таким образом, задавая тон в педагогической мотивации.

Библиографический список

1. Аминов, Н.А. Психологический профотбор на педагогические специальности. Ярославль, 1994. – 125 с.
2. Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. Педагогический словарь: для студ. высш. и сред. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 176 с.

УРСУ МИХАЕЛА ИВАНОВНА – магистрант факультета педагогики и психологии, Нижневартковский государственный университет, Россия.

УДК 338

*М.В. Авдеева, Н.З. Гулиева***ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА
ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

В статье рассматриваются основные методики и компоненты стратегического управления затратами на предприятии. Обоснована целесообразность построения и реализации системы управленческого стратегического контроля затрат в современных экономических условиях.

Ключевые слова: стратегическое управление затратами, издержки, конкурентоспособность; управленческий контроль.

До недавнего времени управленческий учет занимался преимущественно вопросами, связанными с внутренней сферой деятельности организации, а главной установкой для повышения конкурентоспособности было стремление к снижению издержек [1]. Но, в современных условиях глобализации мировой экономики и ужесточения экономической ситуации в стране действующие классические методы управления затратами перестают быть эффективными.

В настоящее время одно из центральных мест в работе любой организации является анализ и обоснование стратегии ее развития, которая будет ориентировать ее на конкурентные преимущества, на устранение негативного эффекта нестабильности окружающей среды, на обеспечение доходности, на уравнивание внешних требований и внутренних возможностей [2]. Поэтому для достижения долгосрочных целей и решения важных задач предприятия необходимо применение методов стратегического анализа производственных затрат [3]. Под стратегическим управлением затратами понимается аналитическая система для соотнесения значимой информации о затратах с общей стратегией предприятия [4]. Она включает подготовку и анализ информации о затратах с позиции хозяйственной стратегии фирмы, в отношении уровня будущих издержек, цен, объемов производства и тенденций к их изменению.

Особо значимым направлением с точки зрения полноты, целостности и адекватности задачам стратегического управления представляется стратегический анализ финансовой устойчивости, так как он представляет собой системный подход и интегрирует оценочные индикаторы совокупности всех внутренних и внешних параметров функционирования субъекта хозяйствования [5]. Стратегическая устойчивость является главной целью функционирования субъекта в рыночной экономике, а ее достижение основывается на интеграции и реализации стратегических и оперативно-тактических управленческих решениях. Также приоритетными направлениями стратегического анализа является: финансовая диагностика, обоснование и оценка эффективности реализации стратегии развития предприятия [6].

Стратегический анализ и выбор направлений осуществления хозяйственной деятельности предопределяет необычный подход и позволяет использовать формализованные модели и алгоритмы, при этом не учитывая их ограничений, что, в свою очередь, не обеспечивает уверенность о принятом решении. Основой стратегического планирования, базой его разработки, обоснованием принятых управленческих решений с учетом приоритетов и ориентиров деятельности компании является стратегический анализ [7].

В отличие от традиционного анализа затрат, где оценка финансового влияния альтернативных управленческих решений осуществляется без рассмотрения стратегически важных задач, стратегический анализ применяет более ясные и формализованные данные о затратах для разработки более выгодной стратегии для достижения преимущества в конкурентной борьбе. Стратегический анализ затрат направлен на выявление факторов, которые оказывают воздействие на величину затрат, а также финансовых рисков предприятия в долгосрочном периоде. Среди методик стратегического управления затратами выделяют три основные [8]:

Во-первых, это анализ цепочки создания ценностей. Эта методика представляет собой рассмотрение всех предшествующих, текущих и завершающих процессов создания стоимости. Он выявляет сильные и слабые стороны предприятия, а также конкурентные преимущества. Данный подход исходит из того, что главной целью предприятия является создание такой стоимости, которая превышала бы реальные издержки производства.

Во-вторых, анализ стратегического позиционирования, влияющего на процессы управления издержками предприятия в зависимости от его стратегического выбора в создании конкурентных преимуществ.

ществ. Предприятие может добиться успеха в конкурентном соперничестве, применяя одну из базовых стратегий – экономии на затратах или дифференциации продукции. Каждая из них предполагает различные управленческие подходы и перспективы анализа затрат. Так, если компания будет использовать первую стратегию, то есть поддерживать низкие затраты, то важным инструментом будет повышенное внимание к калькуляции нормативных затрат. А для компании, следующей стратегии дифференциации продукции (предложение разнообразной, превосходящей конкурентов продукции) тщательно спланированные производства могут быть менее важными.

В-третьих, анализ факторообразующих затрат, который предусматривает обнаружение основных факторов, определяющих модели поведения затрат для каждого звена цепи образования потребительной стоимости. Здесь особое внимание уделяется анализу влияния структурных факторов, определяемых природой бизнеса, и функциональных, зависящих от деятельности внутри самой фирмы. Также в ходе данного анализа устанавливается зависимость между изменением затрат и изменением факторов. Здесь целесообразно использовать методы детерминированного факторного анализа [9]. Исследование факторообразующих затрат позволяет фирме приобрести конкурентные преимущества.

Одним из важнейших методов стратегического анализа является SWOT-метод, который позволяет проследить как за внутренней, так и за внешней средой предприятия. С помощью анализа внешней среды предприятия можно определить возможности фирмы по достижению конкурентных преимуществ, а также угрозы, которые могут повлиять на её развитие. Данный метод позволяет определить общую стратегию предприятия, а также стратегию по управления затратами. Если слабые стороны компании превышают сильные стороны, то данная компания должна приложить усилия для создания новых сильных сторон, которые смогли бы ослабить данное напряжение и негативные последствия из вне [4].

Использование перечисленных процедур может помочь в понимании структуры затрат организации и значительно продвинуть ее в поиске путей достижения устойчивого конкурентного преимущества. Выделяют несколько компонент из системы управленческого стратегического контроля [10]:

- определение показателей, по которым будет производиться оценка реализации существующей стратегии производства, её эффективность;
- создание системы мониторинга состояния параметров производств и затрат;
- сравнение реального состояния параметров производств и затрат;
- оценка результатов сравнения и принятие решения по корректировке средств достижения целей или корректировке самой цели.

Конечно, на эффективность выполнения процесса стратегического управления также влияет качество работы производственных подразделений.

Её можно определить с помощью:

- результатов выполненной деятельности, которая рассматривается с помощью оценки производительности труда, а также с изучения потребностей, чтобы производить такую продукцию, которая позволила бы получать максимальную маржинальную прибыль;
- с точки зрения клиентов, которые оценивают качество продукции, сроки выполнения заказов;
- со взгляда на внутренние процессы производства (себестоимость продукции, затратноёмкость), инновации, обучения и совершенствования работников.

Таким образом, стратегический анализ затрат – это современный и мощный инструмент в системе стратегического управления конкурентоспособностью организации, являющийся информационной основой реализации стратегии. Поэтому предприятиям необходимо соблюдать все принципы управления затратами и тщательно проводить стратегию по анализу производственных затрат предприятия, так как это способствует созданию экономической базы конкурентоспособности предприятия, завоевания им передовых позиций на рынке.

Библиографический список

1. Носов В.И., Носов В.В. Экономический механизм управления. Саратов: Сарат. гос. агр. ун-т им. Н.И. Вавилова, 2000. – 80 с.
2. Шамшеев С.В. Диагностика проблем развития организации и причин их возникновения при проведении аудита систем управления // Социальная политика и социология. 2013. – № 5-1 (98). – С. 159–174.
3. Носов В.В. Моделирование оптимальной структуры производства сельскохозяйственной организации в условиях погодного риска // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2010. – № 1 (63). – С. 57–64.
4. Барахоева М.С. Теоретические аспекты стратегического анализа затрат на производство и себестоимости продукции, работ и услуг // Фундаментальные исследования. – 2005. – №1. – С.71-73.
5. Носов В.В. Экономическая устойчивость сельскохозяйственных предприятий в современных условиях. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2004. – 110 с.
6. Носов В.В., Уманская О.П. Рейтинговая оценка деятельности организаций // Сибирская финансовая школа. –

2011. – № 5 (88). – С. 38–42.

7. Зенкина И.В. Содержание, характерные особенности и проблемы стратегического анализа экономических субъектов в рыночных условиях // *Аудит и финансовый анализ*. – 2009. – №3. – С.1-4.

8. Каренов Р.С. Теоретические основы и практические аспекты менеджмента затрат (управления затратами) на предприятии // *Вестник КарГУ*. – 2013. – № 1 – С. 4–16.

9. Прокофьев В.А., Носов В.В., Саломатина Т.В. Предпосылки и условия развития детерминированного факторного анализа (проблемы науки «экономический анализ») [Текст] // *ЭТАП: Экономическая теория, Анализ, Практика*. – 2014. – № 4. – С. 134–145.

10. Головина Т.А., Р.А. Головин Р.А. Организация системы управленческого стратегического контроля затрат на производство и реализацию продукции промышленного предприятия // *Экономика предприятия, проблемы собственности, корпоративного управления*. – 2013. – №2– С.39–49.

АВДЕЕВА МАРГАРИТА ВЛАДИМИРОВНА – бакалавр, Российский государственный социальный университет, Россия.

ГУЛИЕВА НАРМИН ЗАБИТ КЫЗЫ – бакалавр, Российский государственный социальный университет, Россия.

УДК 330

*Р.Г. Шипшинскайте, Н.А. Зайцева***ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ВАЖНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПО ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОМУ РАЗВИТИЮ ОБЩЕСТВА**

В статье определены сложности, негативно влияющие на развитие познавательного туризма в Калининградской области, а также сформулированы перспективы развития данного вида туризма, способствующего духовно-нравственному развитию общества.

Ключевые слова: познавательный туризм, Калининградская область, перспективы развития.

Познавательный туризм составляет значительную долю в мировых туристических потоках в распределении туристов по целям путешествия. Этот вид туризма способствует пониманию туристами культурно-исторического наследия различных регионов мира [3, с. 331]. Не является исключением и познавательный туризм в Калининградской области, тем более, что средняя плотность исторических достопримечательностей в этом регионе самая высокая в России – более 100 объектов показа на 1 км². Уникальная история региона придает этому виду туризма особую популярность и делает его перспективным. Кропинова Е.Г., Жуковский И.И. [2, с. 27].

К таким объектам относятся, например, те, что связаны с прусским периодом развития региона. Для туристов представляют также интерес легенды, связанные с Самбийским полуостровом. Множество познавательных маршрутов по Калининградской области связано с немецкой готической архитектурой и культурой. В советские годы были созданы новые аттракционы, такие как Музей янтаря, Музей Мирового океана и другие [1, с. 279]. Значительное количество туристов, прибывающий в регион с познавательными целями, посещают уникальный памятник культурного наследия ЮНЕСКО – Национальный парк «Куршская коса». Растет спрос на услуги познавательного туризма со стороны туристов из Азии, многие из которых заинтересованы в знакомстве с производством янтаря и приобретении янтарной продукции.

Вместе с тем, развитие познавательного туризма в Калининградской области связано в определенных трудностями. Прежде всего это относится к неудовлетворительному уровню инфраструктуры познавательного туризма в Калининградской области. Кроме того, значительная часть объектов показа находится в неудовлетворительном состоянии, как например, замки Тевтонского ордена.

На динамику туристского потока также влияют макроэкономические факторы и прежде всего со снижением платежеспособного спроса российских туристов, ориентированных на познавательный туризм из-за экономического кризиса. Следствием кризиса также стало уменьшение финансирования Правительством РФ и региональным бюджетом программ развития туристско-рекреационного сектора экономики Калининградской области, также продвижения турпродукта Калининградской области по направлению «познавательный туризм» на мировом и внутреннем туристских рынках.

Авторами статьи по материалам проведенного анализа состояния и перспектив развития познавательного туризма выявлены перспективные направления развития познавательного туризма как одного из направлений деятельности руководства Калининградской области по духовно-нравственному развитию общества.

Именно на духовно-нравственное развитие населения Калининградской области, российских и иностранных туристов направлена реализация проекта создания историко-этнографического музея «Древняя Самбия» на территории национального парка «Куршская коса». Этот объект познавательного туризма который был построен в рамках международного проекта приграничного сотрудничества России, Литвы и Польши по линии Евросоюза «Заливы как перекрестки туризма и взаимодействия народов Юго-Восточной Балтики: от истории к современности». Большая просветительская работа ведется и в музее Мирового океана, а в перспективе будет организована и в экспозиционном корпусе «Планета Океан», который станет доминантой нового музейного центра, включающий в себя Военно-морской центр «Куб воды» и фондохранилище с экспозицией «Глубина», а также образовательный центр «ОКЕАНИЯ». Все это не только обеспечит устойчивый приток туристов в калининградскую область по направлению «познавательный туризм» в настоящее время и в ближайшем будущем, но и будет способствовать воспитанию детей и молодежи, их духовному и нравственному развитию.

Библиографический список

1 Kropinova E.G., Zaitseva N.A., Moroz M. Approaches to the assessment of the contribution of tourism into the regional surplus product. Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 6, No 3, 2015, P. 275-282. DOI 10.590/mjss2015.v6.n3s5p275

2. Кропинова Е.Г., Жуковский И.И. Перспективы развития культурно-исторического туризма в Калининградской области. Материалы Международной научно-практической конференции 15.04.2005 г. Под общ. ред. Е.Г. Кропиновой. Калининград. Издательство РГУ им. И.Канта. 2005 г.

3. Zaitseva N.A. Features and Prospects in the Development of the Services Provided in the Field of Travel Insurance. East Journal of Scientific Research. 2013, Volume 14 Number 3, p. 328-334. DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.14.3.2048

ШИПШИНСКАЙТЕ РЕГИНА ГЕНТАУТО – магистрант, Балтийский федеральный университет им. Канта, Россия.

ЗАЙЦЕВА НАТАЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА – доктор экономических наук, профессор кафедры гостиничного и туристического бизнеса, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Россия.

Ю
Р
И
Д
И
Ч
Е
С
К
И
Е

НАУКИ

УДК 340.5

А.А. Кучубин

СРЕДСТВА И МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ОБЪЕКТИВНОСТИ ВЫБОРОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Проводится анализ правовой активности граждан на выборах в Российской Федерации. Раскрываются наиболее важные причины низкой явки избирателей на выборы. Анализируются возможные методы и способы решения данной проблемы. Делается прогноз решения проблемы, в случае принятия предложенных методов.

Ключевые слова: избиратели, выборы в России, правовая активность, современные технологии.

Относительно недавно, 13 сентября 2015 года, в Омской области прошли выборы губернатора. Конечно, выборы в нашей стране, в частности в нашей области, никогда не отличались стопроцентной посещаемостью, но возможно предположить, что нынешние выборы губернатора побили все антирекорды посещаемости. По официальным данным избиркома Омской области явка составила 33,78% избирателей (521518) [1], и как бы это ни было удивительно, это не самый худший результат, если сравнить с другими областями.

2 сентября 2015 года на заседании Избирательной комиссии Омской области председатель облизбиркома Алексей Нестеренко отметил, что для обеспечения процедуры голосования и подсчета голосов на выборах Губернатора и депутатов Советов муниципальных образований Омской области, в единый день голосования 13 сентября 2015 года образовано 1783 избирательных участка, дополнительно образовано 23 избирательных участка с временным пребыванием избирателей. Досрочное голосование в территориальных избиркомах началось 2 сентября и продлилось по 8 сентября (включительно). Одним из важных вопросов, рассмотренных в ходе заседания, стал вопрос об организации голосования избирателей, являющихся инвалидами по зрению. Члены облизбиркома единогласно утвердили образцы специальных трафаретов для самостоятельного заполнения избирательного бюллетеня, в помощь избирателям, являющимся инвалидами по зрению. Помимо всего этого, в день выборов движение общественного транс-

© Кучубин А.А., 2016.

Научный руководитель: *Бугаев Константин Валерьевич* – кандидат юридических наук, доцент кафедры таможенного дела и права, Омский государственный университет путей сообщения, Россия.

порта было организовано по специальному графику [2]. В преддверии выборов велась активная работа с молодежью, с теми, для кого это были первые выборы. Но мы видим, несмотря на все улучшения условий избирательного процесса со стороны избиркома, явка избирателей в Омской области оставляет желать лучшего.

Так в чем же причина столь низкой явки? Почему лишь треть избирателей решает судьбу полуторамиллионного населения (а если рассматривать в масштабах области, то и вовсе двухмиллионного)? Выходит, миллион жителей выборы просто проигнорировали. По предположению избиркома, низкая активность населения на выборах связана с плохой погодой. Но, думаю, все мы понимаем, что причина вовсе не в этом.

Некоторая часть людей считает, что их голос ничего не решит, отсюда такая явка и победа изначального фаворита. Затем эти же люди со словами «я же говорил» уже не примут участие и в следующих выборах, образуется такой замкнутый круг. И они никак не поймут, что если бы каждый из них изменил свое мнение, проголосовал, то результат мог бы быть совсем иной. Но это вовсе не удивительно, ведь население нашей страны никогда не отличалось высокой правовой активностью.

Другая же часть людей, не принимавших участие в выборах, ссылается на нечестные методы борьбы и также считает, что их голос не сыграет роль. И правда, ни для кого не секрет, что некоторыми кандидатами применяются подобные методы (и не обязательно победителем выборов). Например, одним из таких методов является вброс избирательных бюллетеней, то есть, когда одним человеком в избирательный ящик помещается более одного бюллетеня [2]. Существуют и другие виды нарушений на выборах: подкуп избирателя, незаконное удаление наблюдателей, махинации со списками избирателей, подделка протоколов избирательной комиссии и т.д. Несмотря на то, что наказания за подобные нарушения прописаны в Федеральном законе от 26 ноября 1996 года № 138-ФЗ «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» [6], и ответственность достаточно серьезная, приходится констатировать, что нарушения всё же имеют место. Например, в январе 2012 года генпрокурор Юрий Чайка представил на тот момент президенту Дмитрию Медведеву отчет о нарушениях на выборах в Госдуму, которые состоялись 4 декабря 2011 года. Всего официально было зафиксировано около 3000 нарушений [10].

И все-таки возможно ли сделать выборы честными? И если да, то каким образом? Постараемся поразмышлять над возможными методами решения данной проблемы.

Одним из возможных методов решения данной проблемы является приглашения сторонних наблюдателей, например, из стран Европейского Союза. Ведь всем известно равнодушное отношение европейцев к России, в связи с чем их контроль будет беспристрастным, и они не упустят возможность найти какие-либо нарушения. Но, если использовать данный метод, возникает одна, пожалуй, неразрешимая проблема. Только на выборах губернатора Омской области голосование проходило на 1783 участках, даже на выборы подобного уровня будет непросто подыскать необходимое число наблюдателей, что уж говорить о президентских выборах. Отсюда становится ясно, что в избирательный процесс просто необходимо внедрение новых технологий. Одной из такого рода технологий является биометрическая идентификация. Принцип действия заключается в том, что избиратель прикладывает палец к сканеру, на экране появляется его фотография, и, если человек уже проголосовал, например, на другом участке, сделать это повторно не получится [4]. Очевидно, что данный метод обойти, если и не является невозможным, то сделать это будет достаточно дорого и проблематично. Еще одним плюсом данного метода является то, что он уже был опробован на недавно прошедших парламентских выборах в Киргизии. Нашей стране вполне по силам перенять данный метод и, опираясь на опыт Киргизской Республики, устранить его недостатки, если они, конечно, имеются. Также всем известен прекрасно функционирующий портал Государственных услуг Российской Федерации. Все граждане, зарегистрированные на нем, уже прошли процедуру подтверждения личности, и, если ввести дополнительные средства защиты (например, СМС подтверждение), то данный способ голосования также будет достаточно надежным. Но все же данный способ имеет недостатки: во-первых, сайт не сможет выдержать одновременный наплыв огромного количества пользователей, во-вторых, до сих пор не придумали идеального средства защиты от хакерских атак, поэтому результаты выборов все-таки могут не соответствовать действительности. Поэтому необходимо обратить свой взор на появившуюся недавно (в 2009г) одноранговую децентрализованную систему обмена и учета зашифрованной информацией – криптовалюту [5]. Если то мы получим:

1. Фальсифицировать голосования или выборы не возможно.
2. Голосование изначально тайное, но каждый избиратель может голосовать, по желанию, открыто.
3. Все транзакции с передачей своих голосов видны любому через интернет в обезличенном виде.
4. Подсчёт голосов происходит в реальном времени: автоматически и быстро.

5. Себестоимость таких выборов ничтожно мала, и криптовыборы (криптоголосования) можно проводить хоть каждый год. То есть переизбирать депутатов каждый год – что положительно сказывается на ответственности депутатов перед своими избирателями.

6. Криптывыборы невозможно сломать, уничтожить – пока не уничтожен весь интернет. Данные о ходе голосования хранятся на каждом компьютере, который участвовал в криптовыборах. Поэтому весь ход голосования автоматически восстановится при появлении связи между компьютерами.

7. Продолжительность голосования может быть растянута на неделю или даже на месяц – чтобы все успели без суеты проголосовать.

Перейдем к рассмотрению реализации данного метода. Каждый год создается новая криптовалюта для голосования. Создаются и опубликовываются номера кошельков (счета), которые привязаны к вариантам данного голосования и на которые избиратели будут пересылать свои криптоголоса. Каждому избирателю выдается программа-кошелек, которая создаёт криптосчет. Назовем их «голосующие счета». На этот голосующий счет перечисляется с криптосчета ЦИК (который всем известен) в качестве голоса криптомонета (криптоголос). Этот криптоголос избиратель может перевести на выбираемый счет.

Сам процесс голосования – это перевод криптовалюты (криптоголоса) избирателем со своего голосующего счета на выбираемый счет. Таким образом, на том или ином «выбираемом счету» копяются криптоголоса, и результаты голосования можно посмотреть сразу в реальном времени любому человеку через интернет [5].

Уже сейчас можно внедрить криптовыборы как вариант голосования по аналогии с досрочным голосованием. То есть избиратель, желающий проголосовать досрочно, приходит в избирком в течении месяца до основных выборов (но не позже чем за неделю) и уведомляет устно избирком. Те выдают ему программу-кошелек, а избиратель расписывается в книге избирателей, что получил «электронную крипто-бюллетень» досрочно. Таким образом, на самих выборах уже он не получит бюллетень, так как в книге избирателей напротив него уже будет стоять запись, что он голосовал заочно путем криптовыборов. Дальше он голосует так, как предложено выше в системе криптоголосования. А в ЦИК будет собрана информация отдельно по тем, кто голосовал досрочно обычным образом и через криптовыборы [5].

Стоит отметить, что в нашей стране уже есть автоматизированная система, предназначенная для проведения выборов. Ее применение регламентировано Федеральным законом от 10 января 2003 года № 20-ФЗ «О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации «Выборы»». Согласно пункту 2 статьи 5 данного закона: «ГАС "Выборы" применяется для автоматизации информационных процессов подготовки и проведения выборов и референдума, обеспечения деятельности избирательных комиссий, комиссий референдума, а также для решения задач, не связанных с выборами и референдумом, в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами, нормативными правовыми актами Центральной избирательной комиссии Российской Федерации» [7]. Обеспечение безопасности регламентируется статьей 21 данного федерального закона, в пункте 2 данной статьи сказано: «Основными мерами защиты являются:

- 1) сертификация ГАС "Выборы", а также средств ее защиты в порядке, установленном федеральным законодательством;
- 2) применение сертифицированных специальных программных средств и лицензионных программных средств общего назначения, а также сертифицированных технических средств и средств связи;
- 3) исключение несанкционированного доступа к ГАС "Выборы";
- 4) обеспечение подлинности и целостности информации в ГАС "Выборы";
- 5) защита информации при ее передаче по сетям связи;
- 6) специальная всесторонняя проверка готовности ГАС "Выборы" и ее фрагментов перед подготовкой и проведением выборов и референдума;
- 7) применение утвержденной в установленном порядке эксплуатационной документации;
- 8) организация и проведение работ по обеспечению сохранности и работоспособности комплексов средств автоматизации;
- 9) подготовка работников, подтвержденная сертификатом о праве эксплуатации комплекса средств автоматизации;
- 10) установление ответственности за нарушение правил использования и эксплуатации ГАС "Выборы" и ее фрагментов» [7].

Впервые данная система в масштабах Российской Федерации была использована в 1995 году при проведении выборов депутатов Государственной Думы второго созыва. С 2006 года данная автоматизированная система применяется совместно с КЭГ – комплексах для электронного голосования. В 2011 году при проведении выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации шестого созыва впервые до 5% избирательных участков во всех субъектах РФ были оснаще-

ны данными комплексами [9]. Отсюда виден очевидный минус – невозможность оснащения всех участков комплексами для электронного голосования.

Если же вернуться к выборам в нашей области, то согласно статье 67 восьмой главы закона Омской области от 05 июля 2012 года N 1462-ОЗ «О выборах Губернатора Омской области»: «При подготовке и проведении выборов Губернатора Омской области, в том числе при проведении регистрации (учета) избирателей, составлении списков избирателей, установлении итогов голосования и определении результатов выборов, для оперативного получения, передачи и обработки информации используется только ГАС "Выборы" в порядке, установленном Федеральным законом "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации", Федеральным законом "О государственной автоматизированной системе Российской Федерации "Выборы"» [8]. Благодаря данной системе, избиратели в течение дня могли узнавать промежуточные результаты выборов.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что выборы сложно сделать абсолютно честными и объективными, но нужно к этому стремиться, внедряя новые технологии, извлекая ошибки из собственного опыта и опыта других стран. Рано или поздно, если не стоять на месте, мы сможем прийти к системе выборов близкой к идеальной. Если люди будут видеть, что их выбор реально учитывается, а защиту от нарушений практически не обойти, то и явка на выборы значительно увеличится, то есть увеличится и объективность выборов.

Библиографический список

1. Избирательная комиссия Омской области, Предварительные итоги выборов в единый день голосования 13 сентября 2015 года [Электронный ресурс] (дата обращения: 08.10.2015) / Избирательная комиссия Омской области. – Режим доступа: <http://omsk.izbirkom.ru/way/1075117/sx/art/1090722/cp/1/br/1084716.html>, свободный
2. Избирательная комиссия Омской области, Состоялось заседание избирательной комиссии Омской области [Электронный ресурс] (дата обращения: 08.10.2015) / Избирательная комиссия Омской области. – Режим доступа: <http://omsk.izbirkom.ru/isp/sx/art/1090289/cp/1/br/1084716.html>, свободный.
3. Свободная энциклопедия Википедия, Вброс бюллетеней [Электронный ресурс] (дата обращения: 07.10.2015) / Свободная энциклопедия Википедия. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%81_%D0%B1%D1%8E%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B9, свободный.
4. НТВ, Алексей Кондулуков, Отпечатки пальцев станут пропуском на парламентские выборы в Киргизии [Электронный ресурс] (дата обращения: 08.10.2015) / НТВ, Алексей Кондулуков. – Режим доступа: <http://www.ntv.ru/novosti/1542039>, свободный.
5. Российская общественная инициатива, Честные выборы – это крипто-выборы и крипто-голосование – их невозможно фальсифицировать [Электронный ресурс] (дата обращения: 09.10.2015) / Российская общественная инициатива. – Режим доступа: <https://www.roi.ru/3864/>, свободный.
6. Федеральный закон от 26 ноября 1996 года № 138-ФЗ (ред. от 04.06.2014) «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» // Собрание законодательства РФ, 02.12.1996, № 49, ст.5497.
7. Федеральный закон от 10 января 2003 года № 20-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации «Выборы»» // Собрание законодательства РФ, 13.01.2003, № 2, ст.172.
8. Закон Омской области от 05 июля 2012 года N 1462-ОЗ (ред. от 28.05.2015) «О выборах Губернатора Омской области» // газета "Омский вестник" от 6 июля 2012 г. № 29.
9. Студопедия, История создания и развития ГАС «Выборы» [Электронный ресурс] (дата обращения: 07.10.2015) / Студопедия. – Режим доступа: http://studopedia.ru/13_162586_istoriya-sozdaniya-i-razvitiya-gas-vibori.html, свободный.
10. Newsland, Официальные цифры нарушений на выборах. Какой процент учли? [Электронный ресурс] (дата обращения: 02.11.2015) / Newsland. – Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/869064/>, свободный.

КУЧУБИН АНДРЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ – студент, Омский государственный университет путей сообщения, Россия.

УДК 34.037

А.С. Шмальц

МОШЕННИЧЕСТВО И ВЫМОГАТЕЛЬСТВО В ИТ – СФЕРЕ, ЕГО ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

С развитием Интернета и ИТ-индустрии все больше возникает опасность столкнуться с неприятностями, связанными с мошенничеством в этой сфере. В статье рассматривается данная проблема с позиции рядовых пользователей Сети. Приведен пример самого распространенного вида Интернет-мошенничества, а также примеры судебной практики по статьям, предусматривающим наказание за подобные деяния.

Ключевые слова: ИТ-сфера, преступление, интернет-мошенничество, сеть, Winlock, интернет-баннеры.

Как известно, XXI век – век информационных технологий. Буквально пятнадцать лет назад было сложно представить, что будет возможным читать новости, узнавать погоду, слушать музыку, смотреть фильмы, хранить свои документы и даже оплачивать счета с какого-то миниатюрного устройства, которое всегда находится рядом. Однозначно, за эти годы мобильные технологии сделали колоссальный шаг вперед, тем самым облегчив и сделав комфортней жизнь людей. Но все эти замечательные и удобные функции и сервисы не были бы доступны ни на одном мобильном устройстве, если не было бы его – Интернета. Именно он в какой-то степени является своеобразным «движителем» развития всего перечисленного. Благодаря Интернету идет интеграция, а в некоторых местах полный переход от привычных способов осуществления повседневных платежей, покупок и прочего к способам, предусматривающим использование различных гаджетов. Но не бывает так, чтобы развивалась только одна, благая, сфера жизни общества, вслед за ней развиваются и менее положительные ее аспекты. Поэтому преступность и мошенничество, связанное с финансами, также перешло в электронную сферу. В настоящее время на эту тему написано и опубликовано достаточно много книг и научных статей, например, статьи Комарова А. А. [1], Аванесова Г. М., Лавриновой Е. С., Басовой А. А. [2], Егорышевой А. А. [3], книга Волкова Ю. В. и Горянова А.К. [4]. Данный факт говорит о том, что проблема есть, и она актуальна.

На первый взгляд кажется, что такие преступления, как кража личных данных и контента, взлом и DDoS-атаки сайтов, блокировка операционных систем и вымогательство денег за разблокировку, кажутся чуждыми и далекими от жизни обычного человека, но это не так. Возвращаясь к самому началу статьи, хочется напомнить, что в наши дни компьютеризация идет полным ходом, а Интернет появляется даже в самых далеких уголках мира, из чего следует, что еще достаточно много «новичков» в ИТ-сфере. И тот пример интернет-мошенничества, что будет приведен ниже, наглядно иллюстрирует, какую неприятность может претерпеть неискушенный пользователь Сети.

Речь пойдет об Интернет-мошенничестве с помощью баннеров, блокирующих работу Персонального Компьютера. Такие баннеры принадлежат к семейству Trojan-вирусов и именуются Winlock'ами. Компьютер может быть подвергнут угрозе этого вируса при скачивании пользователем «зараженного» файла из Интернета. После распаковки скачанного файла вирус активизируется в фоновом режиме и, как чаще всего бывает, вступает в свою полную силу при следующем запуске ПК. После загрузки операционной системы на экране вместо привычного рабочего стола, ярлыков и прочего появляется окно, которое информирует пользователя о том, что его компьютер заблокирован по той или иной причине. Для того, чтобы блокировка была снята, пользователю предлагается положить определенную сумму денег на указанный номер, после чего пользователю будет выслан пароль, позволяющий снять блокировку. Естественно, как и было сказано выше, большинство малограмотных интернет-юзеров поведутся на подобную уловку и сломя голову побегут к терминалам оплаты набивать карманы злоумышленников своими деньгами.

Сделать собственный Winlock не составляет никакого труда, ибо Интернет кишит видео- и текстовыми инструкциями по его созданию [5, 6]. Распространить его тоже не сложно, стоит лишь прикрепить

© Шмальц А.С., 2016.

Научный руководитель: *Бугаев Константин Валерьевич* – кандидат юридических наук, доцент кафедры таможенного дела и права, Омский государственный университет путей сообщения, Россия.

вирус к файлу и выложить последний на какой-либо файлообменный сайт. Поэтому можно утверждать, что данный вид мошенничества в Сети наиболее распространен ввиду легкости создания программы-вымогателя и простоты ее распространения.

Но не все так плохо, ведь любое противозаконное действие не остается безнаказанным. Далее будут приведены примеры Winlock'ов с дифференциацией степени наказания.

1) Winlock с вымогательством до 1000 рублей (рисунок 1).

Данный Winlock карается административной ответственностью за мелкое хищение, совершенное путем кражи, мошенничества, присвоения или растраты, установленным статьей 7.27 КоАП РФ. Хищение чужого имущества считается «мелким», если украдено на сумму не более 1000 рублей, и хищение совершено путем кражи, мошенничества, присвоения или растраты без отягчающих обстоятельств.



Рис. 1. Winlock с вымогательством до 1000 рублей

2) Winlock с вымогательством от 1000 до 2500 рублей (рисунок 2).

Подобная кража (в данном случае – мошенничество), независимо от стоимости похищенного, включает административную ответственность и переходит в разряд уголовно наказуемых преступлений, если это:

- мошенничество, совершенное группой лиц по предварительному сговору (ч. 2 ст. 159 УК РФ);
- мошенничество, совершенное организованной группой (ч. 4 ст. 159 УК РФ);
- хищение, совершенное путем присвоения или растраты, если это деяние совершено группой лиц по предварительному сговору, а равно с причинением значительного ущерба гражданину (ч. 2 ст. 160 УК РФ).

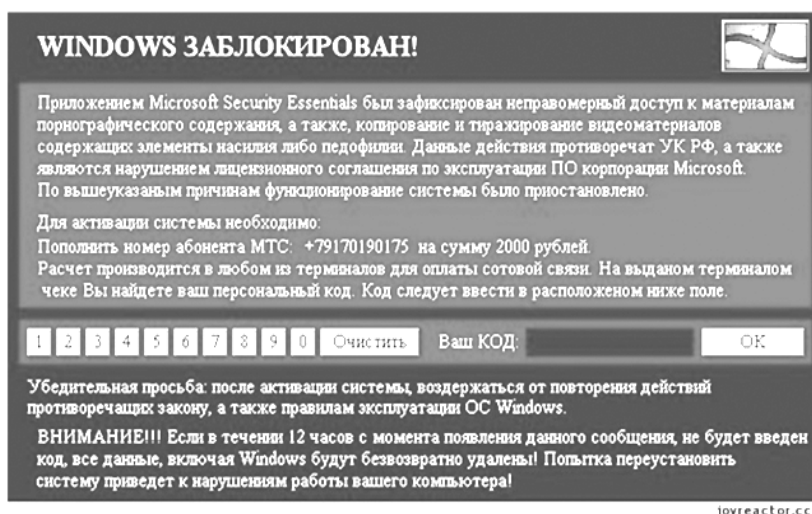


Рис. 2. Winlock с вымогательством от 1000 до 2500 рублей

3) Winlock с вымогательством свыше 2500 рублей (рисунок 3).

В подобном случае лицо, совершившее мелкое хищение, наказывается административным штрафом в размере до пятикратной стоимости похищенного имущества или административным арестом на срок до 15 суток. За совершение уголовно наказуемых хищений (ч.1 ст. 158, ч.1 ст. 159, ч.1 ст.160 УК РФ) предусмотрены различные виды уголовных наказаний: от штрафа в размере от 2500 рублей до лишения свободы сроком на 2 года.

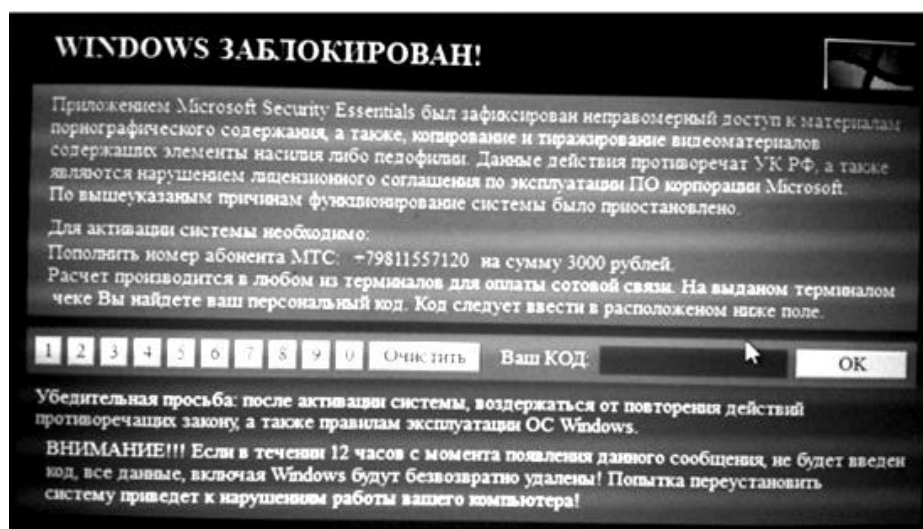


Рис. 3. Winlock с вымогательством свыше 2500 рублей

Несмотря на относительно небольшие разовые суммы вымогательства, в итоге общая сумма награбленного таким способом может достичь значительного размера, как, например, в раскрытом в 2010 г. деле московских блокировщиков [14]. Преступники получали деньги за разблокировку зараженных компьютеров с их владельцев посредством платных SMS стоимостью от 300 до 1000 руб. Данная группа мошенников действовала в течение года, и ее выручка за этот срок составила около 1 млрд. руб. Задержанным были предъявлены обвинения в мошенничестве и распространении вредоносных программ по статьям 159 и 273 УК РФ. Причем наказание по первой статье предусматривает до 10 лет лишения свободы со штрафом до 1 млн. руб., по второй – до семи лет.

Хочется отметить, что хоть и не так давно интернет-преступность стала активно развиваться, нанося достаточно сильный ущерб обществу, но уже сейчас есть соответствующие статьи в законодательстве РФ, карающие подобные действия. Преступления в сфере компьютерной информации описываются следующими статьями закона:

- статья 272 УК РФ. Неправомерный доступ к компьютерной информации [8];
- статья 273 УК РФ. Создание, использование и распространение вредоносных компьютерных программ [8];
- статья 274 УК РФ. Нарушение правил эксплуатации средств хранения, обработки или передачи компьютерной информации и информационно-телекоммуникационных сетей [8];
- статья 159.6 КоАП РФ. Мошенничество в сфере компьютерной информации [9];
- статья 7.27 КоАП РФ. Мелкое хищение [10].

Злоумышленников, взламывающих сайты, базы данных, системы защиты компьютерных сетей, персональные компьютеры с помощью троянов и ворующих личные данные (пароли от почты, соц. сетей и т.п.), привлекают к ответственности по статье 272 УК РФ. В зависимости от пункта, статья предусматривает наказание в виде лишения свободы на срок от 1 до 7 лет и штраф до 300000 рублей, а также возможно наказание в виде принудительных работ сроком до 2-х лет. Всевозможных вирусописателей, крекеров, дилетантов, создающих вирусы-блокираторы с помощью готовых программ, привлекают к ответственности по статье 273 УК РФ. В зависимости от тяжести последствий, данной группе лиц грозит наказание, аналогичное предусмотренному статьей 272 УК РФ. Организаторам DDoS-атак на сайты грозит статья 274 УК РФ. Наказание по этой статье уголовного кодекса несколько мягче, чем по предыдущим статьям, и вместо 7 лет срок лишения свободы составляет 5. Также не исключена карательная мера в виде принудительных работ на срок до 5 лет. Нельзя оставить незамеченным и то, что ответственность по этим статьям наступает с 16 лет. Нередко приговор выносится сразу по двум статьям: 272 и 273, а иногда и по трем (272, 273, 159.6), четырем (273, 274, 159.6, 163 – вымогательство) и более [4, 5, 6, 7]. Размер

штрафов, указанных в статьях, не обязательно будет соответствовать тем денежным средствам, которые суд постановит взыскать с преступника. Потерпевший, в свою очередь, может потребовать со злоумышленника компенсацию морального ущерба. И, конечно же, совершенно не обязательно то, что, если злоумышленник совершил преступление в сфере компьютерной информации, его будут судить только по этим 3-5 статьям.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что преступления в IT-сфере являются достаточно серьезным поводом для дальнейшего развития и применения правовой и законодательной базы.

Библиографический список

1. Комаров А. А. Современное право: журнал / М: "Новый индекс". 2009. №1. С 91 – 92.
2. Аванесов Г. М., Лавринова Е.С., Басова А. А. Современные аспекты Экономики. 2014. №10 (206). С 37-43.
3. Егорышева А. А., Макаренко И. А. Сборник научных статей. 2013. С 72 – 75.
4. Волков Ю. В., Гориянов А. К. Мошенничество в Интернете. 2011. С. 108.
5. Как сделать WinLock. Самый простой способ: <https://www.youtube.com/watch?v=EEo9iARXisg>
6. WinLock, delphi 7 – НРС: <http://hpc.name/thread/43856/p1.html>
7. CNews: http://safe.cnews.ru/news/top/v_moskve_zaderzhana_krupnejshaya_banda
8. Уголовный Кодекс Российской Федерации (в ред. от 13.07.2015 г., с изм. от 16.07.2015 г.) // Преступления в сфере компьютерной информации, 13.06.1996, №63, гл. 28.
9. Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации (в ред. от 03.11.2015 г.) // Собрание законодательства РФ, 30.12.2001, №195, ст. 7.27.
10. Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации (в ред. от 03.11.2015 г.) // Собрание законодательства РФ, 30.12.2001, №195-ФЗ, ст. 159.6.
11. РосПравосудие: <https://rospravosudie.com/court-oktyabrskij-rajonnyj-sud-g-kirova-kirovskaya-oblast-s/act-499453549/>
12. РосПравосудие: <https://rospravosudie.com/court-sovetskij-rajonnyj-sud-g-tomska-tomskaya-oblast-s/act-496578371/>
13. РосПравосудие: <https://rospravosudie.com/court-kirovskij-rajonnyj-sud-g-tomska-tomskaya-oblast-s/act-467129631/>
14. РосПравосудие: <https://rospravosudie.com/court-kirovskij-rajonnyj-sud-g-tomska-tomskaya-oblast-s/act-488108406/>

ШМАЛЬЦ АЛИНА СЕРГЕЕВНА – студент, Омский государственный университет путей сообщения, Россия.

УДК 340

Д.М. Грачев

ЗАЛОГ КАК МЕРА ПРЕСЕЧЕНИЯ В УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ РОССИИ

Данная статья посвящена исследованию залога как меры пресечения в уголовном процессе России. Автор акцентирует внимание на механизме применения залога в отечественном судопроизводстве, рассматривает предмет залога и процессуальные проблемы применения данной меры пресечения.

Ключевые слова: *залог, мера пресечения, механизм применения залога, залогодатель, залогодержатель, подозреваемый, обвиняемый, предмет залога, оценка залога, процессуальные проблемы применения залога.*

Абсолютно очевидно, что общество имеет заинтересованность в эффективной деятельности органов дознания, предварительного следствия, прокуратуры и суда. Каждое преступление должно быть раскрыто, а виновное лицо своевременно изобличено и привлечено к уголовной ответственности. Возможность совершения этим лицом других преступных деяний должна решительно пресекаться.

Уголовный процесс преследует своей целью защиту прав и законных интересов участников уголовного судопроизводства, что предполагает применение специальных средств, которые способны предупредить и устранить противодействия со стороны подозреваемого или обвиняемого. Отсутствие таких специальных средств в значительной степени затруднило бы реализацию главного назначения уголовного судопроизводства.

Можно предположить, что отсутствие средств уголовно-процессуального пресечения создавало бы условия для лица, совершившего преступление, беспрепятственно уклоняться от уголовной ответственности или исполнения приговора, серьезно мешать процессу доказывания и установлению истины по делу и тем самым затруднить или вообще лишить возможности осуществить правосудие над ним, что исключало бы возможность выполнения уголовным судопроизводством своего основного назначения, провозглашенного п. 1 ч. 1 ст. 6 УПК РФ – защиту прав и законных интересов лиц и организаций, потерпевших от преступлений [6].

К таким средствам, которые являются составной частью государственно-принудительного механизма и нацеленных на эффективную борьбу с преступностью, относятся меры уголовно-процессуального пресечения. Одной из мер уголовно-процессуального пресечения, не связанных с ограничением свободы подозреваемого или обвиняемого, выступает залог, который к тому же является единственной имущественной мерой пресечения в российском уголовном судопроизводстве. Говоря о специфике применения указанного вида процессуального принуждения, следует подчеркнуть, что она состоит не только в прямом воздействии на поведение подозреваемого (обвиняемого), но и в существенном ограничении имущественных прав залогодателя.

Согласно ч. 1 ст. 106 УПК РФ залог состоит во внесении или передаче подозреваемым, обвиняемым либо другим физическим или юридическим лицом на стадии предварительного расследования в орган, в производстве которого находится уголовное дело, а на стадии судебного производства – в суд недвижимого имущества и движимого имущества в виде денег, ценностей и допущенных к публичному обращению в Российской Федерации акций и облигаций в целях обеспечения явки подозреваемого либо обвиняемого к следователю, дознавателю или в суд, предупреждения совершения им новых преступлений.

Правовое понимание залога определяет его как способ обеспечения исполнения обязательства, при котором залогодержатель приобретает право в случае неисполнения должником обязательства получить удовлетворение за счет заложенного имущества [8].

Таким образом, нарушения подозреваемым или обвиняемым обязательств, связанных с применением данной меры пресечения, влекут неблагоприятные последствия для залогодателя, выраженные в обращении залога в доход государства, а для подозреваемого, обвиняемого – применение более строгой меры пресечения.

Данная мера уголовно-процессуального пресечения воздействует на сферу имущественных интересов личности, ограничивая, прежде всего, ее экономические права. Как отмечает Е.Г. Васильева, сам факт нахождения лица под залогом, а также большая вероятность, в случае его нарушения, быть лишенным свободы, представляет собой серьезное психическое принуждение [2, с. 92].

Статистика применения меры пресечения в виде залога по материалам Судебного Департамента при Верховном Суде РФ за первое полугодие 2015 года свидетельствует о наметившейся тенденции к снижению количества заявленных ходатайств об избрании данной меры пресечения. Так, за первое полугодие 2015 года было рассмотрено 109 ходатайств о применении меры пресечения в виде залога, что на 23,8% меньше чем за аналогичный период 2014 года (показатель составил 143 заявленных ходатайства) [5]. Снижение количества заявленных ходатайств об избрании меры пресечения в виде залога объясняется отсутствием у подозреваемого, обвиняемого денежных средств, движимого или недвижимого имущества, достаточных для внесения минимального размера залога, определенного законодательством РФ.

Федеральный закон от 07.04.2010 № 60-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» детально регламентирует правила применения залога как меры пресечения в уголовном процессе [7]. По мнению Р.В. Ярцева, базовой концепцией изменений, внесенных вышеназванным законодательным актом, послужила гуманизация уголовного судопроизводства, мотивирование и ориентация его участников (в первую очередь – обвинения и суда) на более частое применение в отношении подозреваемых и обвиняемых мер пресечения, не связанных с лишением свободы [9, с. 170-184].

В настоящее время существуют две разновидности процедуры применения меры пресечения в виде залога.

Одна процедура действует, когда залог избирается в отношении подозреваемого или обвиняемого, который перед этим не подвергался мере пресечения. Другая процедура применения залога действует в ситуации, когда залогом заменяется ранее избранная или подлежащая применению мера пресечения, такая как заключение под стражу или домашний арест, в порядке, предусмотренном частями 2, 7, 8 ст. 106 УПК РФ.

Вид и размер залога согласно ч. 3 ст. 106 УПК РФ определяются с учетом характера совершенного преступления, данных о личности подозреваемого или обвиняемого и имущественного положения залогодателя. Предметом залога как меры пресечения может выступать не любое движимое или недвижимое имущество. Этот вывод следует из системного толкования ряда нормативных актов.

Не может приниматься в качестве залога имущество, на которое в соответствии с законом не может быть обращено взыскание. Имущество, которое не может стать предметом залога, определено в ст. 446 ГПК РФ [4].

Согласно ст. 334, 336 ГК РФ предметом залога может быть всякое имущество, в том числе вещи и имущественные права, за исключением имущества, на которое не допускается обращение взыскания, требований, неразрывно связанных с личностью кредитора, в частности требований об алиментах, о возмещении вреда, причиненного жизни или здоровью, и иных прав, уступка которых другому лицу запрещена законом. Залог отдельных видов имущества может быть ограничен или запрещен законом [3].

С целью обеспечения нормального хода уголовно-процессуальной деятельности, государственные органы применяют специальные инструменты, ограничивающие права и свободы человека. Именно поэтому меры процессуального принуждения традиционно принято считать «режущим инструментом» уполномоченных органов [1, с. 84].

В отношении рассматриваемой меры пресечения, следует подчеркнуть, что в правоприменительной практике она не получила широкого распространения, несмотря на то, что имеет неоспоримые преимущества перед другими мерами пресечения.

К причинам незначительного применения залога следует отнести сложность самой процедуры и ненадлежащая законодательная регламентация отдельных элементов этой меры пресечения. К преимуществам залога, прежде всего, относятся те условия, что человек не лишается свободы и не подвергается личностной деформации, а государство не несет расходов по содержанию подозреваемых, обвиняемых в следственных изоляторах.

Анализ правоприменительной практики позволяет выделить ряд причин, по которым залог как мера пресечения применяется достаточно редко:

1. Сложная социально-экономическая ситуация в нашей стране, выраженная в социальном неравенстве и низком уровне доходов населения, когда имея финансовую возможность внести залог, одни подозреваемые, обвиняемые могут находиться на свободе, напротив, другие, не имея такой возможности, вынуждены дожидаться суда в следственном изоляторе. Учитывая вышесказанное, подобная ситуация может привести к возрастанию социальной напряженности в нашем государстве.

2. Еще одной немаловажной причиной является то обстоятельство, что находясь на свободе, подозреваемый (обвиняемый) может угрожать свидетелю, иным участникам уголовного судопроизводства. Мера пресечения должна избираться с учетом интересов потерпевшего, свидетеля, если у них имеются основания опасаться за свою жизнь и здоровье. Однако статья 106 УПК РФ не содержит каких-либо ограничений для ее применения, в частности по составам преступлений и характеристики личности подозреваемого и обвиняемого.

3. Следует подчеркнуть отсутствие законодательной регламентации механизма внесения залога подозреваемым или обвиняемым. На практике может возникнуть ситуация, когда подозреваемый или обвиняемый имеет необходимую денежную сумму для внесения залога, но при обстоятельствах содержания под стражей не может реализовать данное действие.

4. Вид и размер залога определяются судом с учетом характера совершенного преступления. Дознаватель, следователь, суд должны самостоятельно решать, какой суммой или иными ценностями может располагать залогодатель, чтобы она не ставила его в трудное материальное положение и одновременно могла служить гарантом надлежащего поведения. Специальные цели данной меры пресечения состоят в том, чтобы подозреваемый или обвиняемый являлся по вызову к следователю, дознавателю и в суд, в предупреждении новых преступлений. Сумма для гражданина должна быть существенной, чтобы удерживать человека от нежелательных для правоохранительных органов действий или бездействия.

5. Избрание предметом залога не денег, а, например, недвижимого имущества усложняет работу следователя. Залогодатель обязан письменно подтвердить отсутствие ограничений (обременений) прав на это имущество. В случае предоставления заведомо ложных сведений об отсутствии таких ограничений (обременений), возникает необходимость обращения в компетентные органы с целью запроса необходимой информации в отношении указанного имущества.

В заключении нужно сказать, что институт залога как меры пресечения в уголовном процессе России имеет полутора вековую историю, и в рамках нормативно-правового регулирования данный процессуальный институт существенным образом не изменился, хотя и не нашел широкого распространения в практике применения.

Следует отметить, что избрание залога как меры пресечения наиболее результативно на последующих этапах расследования преступления, т.е. при изменении ранее избранной меры пресечения в виде заключения под стражу, когда по уголовному делу собраны все доказательства причастности лица к совершенному преступлению и обвиняемый не имеет возможности помешать собиранию доказательств и установлению истины по уголовному делу.

Библиографический список

1. Азаренок Н., Камышин Н. Об эффективности изменений норм УПК РФ о залоге // Уголовное право. – 2010. – № 4. – С. 84 – 89.
2. Васильева Е.Г. Меры уголовно-процессуального принуждения. – Уфа: РИО БашГУ, 2013. – С. 92.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) // «Российская газета», № 238-239, 08.12.1994.
4. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ (ред. от 06.04.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.05.2015) // «Парламентская газета». – № 220-221. – 20.11.2002.
5. Статистика применения меры пресечения в виде залога по материалам Судебного Департамента при Верховном Суде РФ за первое полугодие 2015 года. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79&item=3184> (Дата обращения: 12.12.2015)
6. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. от 03.02.2014, с изм. от 18.10.2015) // Российская газета. – 2001. – № 249.
7. Федеральный закон от 07.04.2010 № 60-ФЗ (ред. от 06.12.2011) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // «Российская газета». – № 75. – 09.04.2010.
8. Цоколова О.И., Костылева Г.В., Муженская Н.Е., Данилова С.И. Домашний арест и залог как меры пресечения // СПС «КонсультантПлюс».
9. Ярцев Р.В. Совершенствование уголовно-процессуального законодательства в сфере применения мер пресечения: реалии и тенденции / Р.В. Ярцев // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – № 3 (122). – С. 170-184.

ГРАЧЕВ ДЕНИС МИХАЙЛОВИЧ – студент Института магистратуры, Саратовская государственная юридическая академия, Россия.

УДК 340

Д.М. Грачев

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЗАЛОГА В УГОЛОВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ РОССИИ

Данная статья посвящена процессу развития залога в уголовном судопроизводстве России. Автором рассматриваются основные исторические этапы становления и развития института залога в отечественном уголовном процессе, проводится исторический анализ отечественного уголовно-процессуального законодательства о регламентации порядка избрания меры пресечения в виде залога.

Ключевые слова: залог, институт залога, мера пресечения, механизм применения залога, залогодатель, залогодержатель, подозреваемый, обвиняемый, предмет залога, история развития института залога.

Впервые залог как мера пресечения получил закрепление в Судебных уставах 1864 года. И.Я. Фойницкий, анализируя уголовно-процессуальное законодательство России второй половины XIX века, писал: «Уставы 20 ноября совершенно изменили систему Свода по вопросу о мере пресечения: сузили применение личного задержания и развили другие меры пресечения, оставляющие обвиняемых на свободе» [4, с. 370].

До 1864 года действовало уголовное законодательство 1842 и 1857 годов, в котором предусматривались четыре меры, применяемые органами полиции для пресечения побега обвиняемых (подозреваемых): содержание в тюрьме, домашний арест, надзор полиции и отдача на поруки. Система применения данных мер пресечения являлась крайне неэффективной, поскольку не решала возложенных на нее задач. Очевидность неэффективного применения такой системы в данный исторический период подтверждает и то, что практически по всем уголовным делам использовалась только такая мера, как взятие под стражу. Разработчики Устава руководствовались устремлением прекратить повсеместно царивший в России произвол по вопросам задержания. В рамках этой цели, создатели Устава исходили из того, что, с одной стороны, задержанием подозреваемых обеспечивается действие закона о наказаниях, с другой стороны, от взятия под стражу не только страдает свобода и честь задержанного, но иногда зависит и благополучие целых семейств.

Пересмотрев положения Свода законов, Устав уголовного судопроизводства закрепил разветвленную систему мер пресечения. В нее вошли:

- отобрание вида на жительство или взятие подписки о явке к следствию;
- отдача под особый надзор полиции;
- отдача на поруки;
- взятие залога;
- домашний арест;
- взятие под стражу.

П.И. Люблинский классифицировал их на меры, имеющие своим содержанием денежное или имущественное обеспечение, и меры, основанные на личном обеспечении. По его мнению, прогрессивность Устава уголовного судопроизводства (далее по тексту УУС) заключалась в том, что обвиняемый мог избежать помещения в тюрьму, посредством применения к нему других мер пресечения. Залог рассматривался как альтернатива содержанию под стражей [1, с. 348].

И.Я. Фойницкий отмечал, что стремясь оградить интересы гражданской и личной свободы, Судебные уставы 1864 г. значительно сузили применение личного задержания и дали широкое развитие другим мерам, предполагающим оставление обвиняемых на свободе [3, с. 54].

Залог избирался по решению мирового судьи в отношении лиц, обвиняемых в преступлениях, за которые могло быть назначено наказание в виде заключения в тюрьме или крепости, соединенных с лишением некоторых особенных прав и преимуществ (ст. 80, 418 УУС).

В соответствии со ст. 79 УУС «залог должен состоять в деньгах или движимом имуществе, и может быть представлен как самим обвиняемым, так и всяким другим лицом».

Сумму залога определял мировой судья, исходя из строгости наказания, угрожающего обвиняемому, а также с учетом материального положения залогодателя. Оговаривалось, что залоговая сумма не

может быть менее вознаграждения, отыскиваемого потерпевшим от преступления, если иск его подкрепляется достоверными доказательствами (ст.80, 425 УУС) [2, с. 124].

УУС не устанавливал минимальной суммы залога, предоставляя право решения этого вопроса лицу, уполномоченному избирать меру пресечения. Можно предположить, что законодатель намеренно отказался от указания в законе конкретных сумм, предусматривая, что такая формализация не позволит правоприменителю использовать залог в отношении широкого круга лиц. Как справедливо указывал И.Я. Фойницкий, «для одних и малая сумма была бы нереальная, для других и большая ничего не значила» [5.с.371].

О принятии залога, в соответствии с требованиями закона, следователь составлял постановление, которое подписывалось как им, так и залогодателем. Копия постановления вручалась заинтересованным лицам. До внесения залоговой суммы обвиняемый подвергался содержанию под стражей или домашнему аресту.

В случае если обвиняемый скрывался от следствия и суда, залог расходовался следующим образом: часть денежных средств в размере заявленного иска передавалась потерпевшему, оставшаяся сумма обращалась в доход государства и направлялась на улучшение условий содержания под стражей (ст. 427 УУС).

Если обвиняемый отлучался с места постоянного проживания в то время, когда его присутствие на следствии или суде не требовалось, то это не признавалось уклонением, влекущим негативные правовые последствия.

В случае доказанного факта уклонения обвиняемого от следствия и суда, залог подлежал конфискации. Не имел значения факт принятия залогодателем каких-либо действий, направленных на воспрепятствование незаконным действиям обвиняемого. Залогодателю предоставлялась возможность обращения в суд с заявлением об отказе от принятых на себя обязанностей. В случае удовлетворения такого ходатайства в отношении обвиняемого избиралась иная мера пресечения.

В послеоктябрьский (1917 год) период система мер пресечения, закрепленная Уставом уголовного судопроизводства 1864 года, претерпела существенные изменения. Декретом о суде № 1 от 24 ноября 1917 года все законы, противоречащие революционным принципам, были отменены. И хотя в этот период не был принят ни один нормативный акт, закрепляющий систему мер пресечения, в первую очередь как антиреволюционные прекратили свое действие отобрание вида на жительство и особый надзор полиции.

Впервые в советском законодательстве система мер пресечения была закреплена в «Положении о военных следователях» от 30 сентября 1919 года в пункте 78. Указанная система насчитывала следующие виды мер пресечения: письменное обязательство о явке к следователю и неотлучке с места жительства или службы; отдачу на поруки; представление залога; отдачу под ближайший надзор начальства; арест.

В 1922 году в РСФСР был принят первый советский Уголовно-процессуальный кодекс, который сохранил залог как меру пресечения. Воспроизведена она была без существенных изменений и в УПК РСФСР 1923 года. Кодекс определил залог как «деньги или иное имущество, вносимое в суд самим обвиняемым или другим лицом, или организацией в обеспечение явки обвиняемого к следователю и суду» (ст.153). Давая такое определение, законодатель не расшифровывает термин «иное имущество».

Таким образом, в решении вопроса об определении суммы залога УПК РСФСР 1923 г. и УПК РСФСР 1960 г. принципиально не отличались от УУС. В качестве залога могли быть внесены денежные средства (иное имущество и ценности). Конкретную сумму устанавливало лицо, ведущее производство по уголовному делу (ст. 153-154 УПК РСФСР 1923 г., ст.99 УПК РСФСР 1960 г.).

С середины 80-х годов, с началом перестройки политической и общественной жизни государства и в ходе развития демократических начал в управлении обществом, в России остро встал вопрос о пересмотре всей системы уголовного судопроизводства. Происходит фактическая реанимация залога как меры пресечения, следователи и суды стали достаточно широко применять эту меру для обеспечения явки обвиняемых. В свете положений Конституции о праве каждого на свободу и личную неприкосновенность (ст.22) такая практика представляется вполне оправданной, ибо сужает сферу применения ареста, когда в ходе производства по делу это не вызывается необходимостью. Однако окончательно судьба залога будет определена в новом Уголовно-процессуальном кодексе Российской Федерации.

В УПК РФ 2001 года регламентация применения залога существенным образом не изменилась. Залоговая сумма устанавливалась лицом, ведущим предварительное расследование (прокурором), либо судом. Впоследствии в УПК РФ были внесены изменения в части передачи суду полномочий по решению вопроса об избрании залога в качестве меры пресечения.

Вместе с тем, несмотря на полуторавековую историю закрепления залога в российском уголовно-процессуальном законодательстве, рассматриваемая мера пресечения в силу различного рода причин не нашла широкого распространения.

Библиографический список

1. Люблинский П.И. Свобода личности в уголовном процессе. Меры обеспечения неуклонения обвиняемого от правосудия. – СПб., 1906. – С. 348.
 2. Устав уголовного судопроизводства с позднейшими узаконениями, законодательными мотивами, разъяснениями Прав.Сената и циркулярами министра юстиции / под ред. исп. обяз. Обер-Секретаря Угол. Кассац. Д-та Прав.Сената М. Шрамченко, помощника Обер-Секр. того же Д-та В.Широковым. – СПб. – 1899. – С. 124.
 3. Фойницкий И.Я. Курс уголовного судопроизводства. – Т.1. – СПб. – 1996. – С. 54.
 4. Фойницкий И.Я. Курс уголовного судопроизводства. – Т.2. – СПб. -1996. – С. 370.
 5. Фойницкий И.Я. Курс уголовного судопроизводства. – Т.2. – СПб. -С. 371.
-

ГРАЧЕВ ДЕНИС МИХАЙЛОВИЧ – студент Института магистратуры, Саратовская государственная юридическая академия, Россия.

УДК 340

И.Б. Курбонбоев

К ВОПРОСУ О ПРИРОДЕ ИНСТИТУТА ПОДВЕДОМСТВЕННОСТИ ДЕЛ О ЗАЩИТЕ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ

В статье рассмотрены вопросы подведомственности дел о нарушении гражданских прав и законных интересов граждан.

Ключевые слова: право на защиту, субъекты гражданского права, суд, подведомственность, подсудность.

Согласно ст. 11 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) [1] защиту нарушенных или оспоренных гражданских прав осуществляют в соответствии с подведомственностью дел, установленной процессуальным законодательством, суд, арбитражный или третейский.

Вышеупомянутая 11 статья ГК РФ определяет три важных положения:

во-первых, гражданские права подлежат защите в суде независимо от того, имеется ли соответствующее указание в ГК РФ и иных законах;

во-вторых, суд защищает не только права, но и законные интересы, при этом защите подлежит как нарушенное, так и оспариваемое право;

в-третьих, судебный порядок является преимущественной, но не единственной формой защиты прав.

Защита гражданских прав в административном порядке осуществляется лишь в случаях, предусмотренных законом. Решение, принятое в административном порядке, может быть обжаловано в суд. При этом право обжалования не зависит от того, предусмотрена ли такая возможность законом или иными правовыми актами.

Таким образом, основной формой защиты гражданских прав является судебная форма защиты. Статья 46 Конституции РФ определяет, что каждому гарантируется судебная защита его прав и свобод [2].

Судебные органы, которые осуществляют защиту гражданских прав, указаны в ГК РФ. К таким органам закон относит суд общей юрисдикции, арбитражный суд и третейский суд. Так какой именно уполномоченный орган разбирает дела о нарушении гражданских прав и законных интересов? Для определения «принадлежности» дела и нужен институт подведомственности.

Институт подведомственности в гражданском процессе предназначен для разграничения компетенции государственных органов, правомочных разрешать юридические споры. Сам термин «подведомственность» происходит от глагола «ведать».

Подведомственность дел каждому из судов определяется Федеральным конституционным законом «О Конституционном Суде Российской Федерации» [3], Гражданским процессуальным кодексом РФ (далее – ГПК РФ) [4], Арбитражным процессуальным кодексом РФ (далее – АПК РФ) [5] и иными законами РФ.

В компетенции Конституционного суда РФ входит проверка конституционности нормативного правового акта, примененного или подлежащего применению в конкретном деле. Проверка осуществляется по жалобам граждан на нарушение конституционных прав и свобод и по запросам судов.

Подведомственность исковых дел судам общей юрисдикции определяется методом исключения, т. е. они рассматривают все дела, кроме тех, которые прямо отнесены к ведению арбитражных судов. Поэтому важно правильно разграничивать компетенцию общих и арбитражных судов. По общему правилу отнесение к подведомственности арбитражных судов исковых дел осуществляется на основании двух признаков в совокупности: во-первых, характера спора – он является экономическим, связанным с осуществлением предпринимательской деятельности; во-вторых, характеристики спорящих субъектов – это юридические лица и граждане-предприниматели (ст. 28 АПК). Подведомственность того или иного спора определяется субъектами спорных правоотношений.

Споры с участием граждан – физических лиц, как правило, подведомственны судам общей юрисдикции. Споры, где участвуют юридические лица и индивидуальные предприниматели, рассматривает арбитражный суд. [6]

Среди видов судебной подведомственности выделяют исключительную, альтернативную, условную и смешанную.

Исключительная судебная подведомственность означает, что данное конкретное юридическое дело может быть разрешено только судом и ни каким иным органом, а также возможность стороны обратиться непосредственно в суд, минуя любое досудебное рассмотрение дела каким либо органом. Подавляющее большинство гражданских, семейных, жилищных, экологических и других дел характеризуются исключительной подведомственностью.

Альтернативная подведомственность существует тогда, когда дело по закону может быть разрешено не только судом, но и иным органом, однако обязательность обращения в этот орган не закреплена. То есть альтернативной называется подведомственность по выбору лица, ищущего защиты своих прав. Отнесение дела к рассмотрению конкретного органа обычно предусматривается в договоре или ином документе. Стороны могут передать дело на рассмотрение третейскому суду.

Соглашение о размере алиментов или о разделе имущества подлежит заверению нотариуса и имеет силу исполнительного лица. Но стороны также могут обратиться в суд, что бы определить размеры материальных притязаний в судебном порядке.

Под условной подведомственностью, ее иногда еще называют императивной, понимается порядок рассмотрения дела, при котором обязательно досудебное обращение в какие-либо другие органы в определенной законом последовательности. Так трудовые споры подлежат предварительному рассмотрению в комиссиях по трудовым спорам. [7]

Для многих административных дел закреплено обязательное досудебное обращение в вышестоящий, по отношению к принявшему решение, орган, или к должностному лицу. По многим категориям дел установлен обязательный предварительный претензионный порядок урегулирования споров.

Смешанная подведомственность объединяет в себе характеристики, свойственные нескольким другим видам подведомственности. Так, в соответствии с Кодексом административного судопроизводства Российской Федерации от 08.03.2015 N 21-ФЗ, гражданин вправе обратиться с жалобой на действия (решения), нарушающие его права и свободы, либо непосредственно в суд, либо к вышестоящему в порядке подчиненности государственному органу, органу местного самоуправления, учреждению, предприятию или объединению, общественному объединению, должностному лицу, государственному служащему.

Данный выбор свойственен также и альтернативной подведомственности, однако в отличие от альтернативной подведомственности, если гражданин все же обратился в административный орган, то для возникновения права на обращение в суд необходимы или отказ вышестоящего в порядке подчиненности органа, объединения, должностного лица в удовлетворении жалобы или отсутствие ответа в течение месяца со дня подачи жалобы.

Таким образом, можно выделить несколько критериев, определяющих подведомственность дел о защите гражданских прав определенным органам.

1. Одним из самых важных критериев выступает характер спорного правоотношения, то есть содержание спора. Так ст. 22 ГПК РФ закрепляет круг дел, относящихся к компетенции суда.

2. Не менее важным является и субъектный состав правоотношения. Особую важность субъектный состав приобретает при разграничении компетенции судов общей юрисдикции и арбитражных судов.

3. Спорность или беспорность спора определяет необходимость предварительного разрешения спора или возможность непосредственной реализации исполнительным органом прав гражданина.

4. Наличие или отсутствие соглашения между сторонами спора о предварительном досудебном порядке урегулирования спора или о передаче спора на рассмотрение определенного органа характеризует возможность немедленного обращения в суд за защитой нарушенного права.

5. Характер оспариваемого акта (нормативный или ненормативный) определяет необходимость обращения в Конституционные суды, арбитражные либо суды общей юрисдикции.

6. Уровень органа, принявшего акт определяет звено судебной системы, в котором этот акт может быть оспорен.

Библиографический список

1. Часть первая Гражданского кодекса Российской Федерации от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ // СЗ РФ от 5 декабря 1994 г. N 32 ст. 3301
2. Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании СЗ РФ от 04 августа 2014 N 31 ст. 4398.
3. Федеральный конституционный закон от 21 июля 1994 N 1-ФКЗ «О Конституционном Суде Российской Федерации» // СЗ РФ от 25 июля 1994 N 13 ст. 1447
4. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14 ноября 2002 г. N 138-ФЗ // СЗ РФ от 18 ноября 2002 г. N 46 ст. 4532.

5. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24 июля 2002 г. N 95-ФЗ // СЗ РФ от 29 июля 2002 г. N 30 ст. 3012

6. Тарусина Н.Н. Основы совершенствования законодательства о защите субъективных прав и интересов в кн.: Проблемы совершенствования законодательства о защите субъективных гражданских прав / под ред. В.В. Бутнева. Ярославль, 1988. С. 47-48

7. Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. М., 2014. С. 101-104.

8. Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации от 08.03.2015 N 21-ФЗ // СЗ РФ от 9 марта 2015 N 10 ст. 1391

КУРБОНБОВ ИХТИЕР БАХТИЕРОВИЧ – магистрант юридического факультета, Одинцовский гуманитарный университет, Россия.

УДК 347

Е.М. Лебедева

ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЮРИДИЧЕСКОЙ ПРИРОДЫ КОРПОРАТИВНОГО ДОГОВОРА

В статье анализируется проблема определения юридической природы корпоративного договора. Также в статье рассмотрены исторические аспекты института корпоративного договора, проблемы его зарождения в России. В ходе исследования приведены точки зрения ведущих цивилистов на проблему, сделан вывод автора о юридической природе корпоративного договора.

Ключевые слова: корпоративный договор, корпоративные отношения, договор, гражданское право, акционерное соглашение, юридическая природа.

Исследование корпоративного договора стало актуальным задолго до появления данного понятия в гражданском законодательстве России. Однако, после принятия статьи 67.2 ГК РФ, корпоративное законодательство перешло на новый этап развития.

Корпоративный договор как институт регулирования отношений между корпорацией и акционерами зародился в Великобритании, в начале XIX века, при этом по своей форме являлся скорее уставом, в середине XIX века появляется вторая форма корпоративного договора, регулирующего отношения между акционерами. Безусловно, развитие рыночных отношений привело к тому, что к началу XX века корпоративный договор использовался повсеместно, однако в судебной практике прослеживались консервативные суждения судей, и не все корпоративные договоры защищались государством [2, с. 2]. Подобная модель регулирования корпоративных отношений сохранялась и в США, лишь с середины XX века появилась положительная практика оценки судами корпоративных договоров, появилось закрепление основных в законодательстве.

По юридической силе корпоративный договор в современной Великобритании приравнен уставу общества, при этом противоречие данных актов решается в пользу корпоративного договора. В англо-американском корпоративном праве действие корпоративного договора ограничивается лишь принципом защиты третьих лиц. Однако исследование применения института корпоративного договора в Великобритании привело к неоднозначному результату: лишь в 6% случаев корпорации используют корпоративный договор как инструмент управления. Так можно ли говорить, что форма управления в виде корпоративного договора, зародившаяся два века назад, постепенно исчезает, или же данная статистика является скорее отражением внутренних особенностей корпораций в Великобритании?

Действительно, применение корпоративных договоров снизилось в англо-американской системе корпоративных отношений, однако связано это, в первую очередь, с появлением гибких правовых норм, которые прямо закреплены законом, как в США, и сложились в судебной практике, как в Великобритании. Главная предпосылка развития института корпоративного договора – отсутствие либеральных норм ведения бизнеса, а также консервативность судов, относительно деятельности корпораций.

Необходимо отметить, что в России предпосылки оказались те же. До принятия в 2008 году норм об акционерном соглашении и соглашении участников общества с ограниченной ответственностью, появилась необходимость регулирования зарождающихся отношений, поэтому возникали проблемы с «ухомом» в иностранные правовые порядки, нарушением прав акционеров и участников общества, которые не имели законной возможности регулировать корпоративные отношения.

Корпоративный договор в России является инструментом корпоративного управления, которое законодатель обособил от иных гражданско-правовых отношений. Специфика общественных отношений по корпоративному управлению определяет отличия корпоративных договоров от иных договоров, при этом в науке существуют различные точки зрения на юридическую природу корпоративного договора.

В исследованиях отечественных ученых, посвященных изучению юридической природы корпоративных договоров преобладает "обязательственный подход". Ученые признают специфику корпоративного договора, однако не отрицают его обязательственную природу. Так, по мнению А.И. Масляева корпоративный договор определяется как "общецелевой, предпринимательский гражданско-правовой договор, по которому стороны (участники данного акционерного общества) обязуются согласованно осуще-

ствлять принадлежащие им имущественные и неимущественно-организационные права на акции, а также права, удостоверенные этими акциями, в целях удовлетворения их общего интереса в управлении обществом" [6, с. 10].

Иного мнения придерживается В.С. Гурьев, отмечая, что корпоративные договоры имеют доверительный характер, то есть в случае, когда корпоративным договором нарушается принцип пропорциональности объема корпоративной правоспособности и доли участия в уставном капитале хозяйственного общества, можно говорить о заключении соглашений "из существующих между ними личных, доверительных отношений, учитывают личный вклад каждого из них в инвестирование и управление обществом" [3, с. 11]. При анализе правовой природы корпоративных договоров можно сделать вывод о том, что элемент фидуциарности присутствует, однако он присутствует и во многих других сделках, а значит не может расцениваться как квалифицирующий признак.

Подход о том, что корпоративные договоры являются также организационными договорами вытекает из концепции О.А. Красавчикова о гражданско-правовых организационных отношениях, "построенных на началах координации и субординации социальных связей, которые направлены на упорядочение (нормализацию) иных общественных отношений, действий их участников либо на формирование социальных образований" [4, с. 163]. По справедливому замечанию Д.А. Ломакина, корпоративные договоры «могут лишь регламентировать процедуру осуществления корпоративных прав, но не могут порождать новые корпоративные права, не предусмотренные ни законом, ни уставом указанного общества. То же самое можно сказать и о корпоративных обязанностях» [5, с. 36]. Объектом организационно-корпоративных правоотношений из корпоративных договоров будут действия участников в рамках организуемых правоотношений, например возникающих в процессе голосования на общем собрании акционеров, реализации права преимущественного приобретения долей участия в уставном капитале (акций).

Безусловно, мы видим общие черты с многосторонними сделками, однако корпоративный договор не является сделкой в классической форме, признак доверительных отношений является факультативным, а рассмотрение корпоративного договора в рамках организационных отношений предполагает выделение в них подвида организационно-корпоративных отношений. В указанном контексте верным представляется суждение В.К. Андреева о том, что корпоративный договор необходимо сопоставлять не столько со сделкой, сколько с уставом или решением общего собрания участников [1, с. 17-19]. Данный подход основан на анализе англо-американской модели корпоративного договора и получил название «корпоративный подход», особенно развит в цивилистике США и Канады, однако в России предполагает корреляцию с иными теориями.

Выделение корпоративного договора как специфического обязательства связано с тем, что основной принцип обязательственного права о свободе договора с трудом распространяется на корпоративный договор, так как корпоративные отношения возникают не при заключении корпоративного договора, а при создании корпорации. Также свобода корпоративного договора ограничена законом и уставом общества, что позволяет говорить о том, что корпоративный договор не является смешанным договором, а является самостоятельным институтом.

Библиографический список

1. Андреев В.К. О характере корпоративного договора // Юрист. – 2015. – № 3. С. 13-19.
2. Варюшин М.С. Генезис и эволюция корпоративных договоров в корпоративном праве Англии и США // Законодательство и экономика. – 2013. – № 9.
3. Гурьев В.С. Акционерные соглашения как группа корпоративных договоров: Автореф. дис.... канд. юрид. наук. – М., 2012. 22 с.
4. Красавчиков О.А. Организационные гражданско-правовые отношения // Антология уральской цивилистики. 1925-1989: Сб. статей. – М.: Статут, 2001. – 489 с.
5. Ломакин Д.В. Корпоративные правоотношения: общая теория и практика ее применения в хозяйственных обществах. – М.: Статут, 2008. – 512 с.
6. Масляев А.И. Акционерное соглашение в международном частном праве: Автореф. дис.... канд. юрид. наук. – М., 2010. 18 с.

ЛЕБЕДЕВА ЕКАТЕРИНА МИХАЙЛОВНА – магистрант института права, Челябинский государственный университет, Россия.

УДК 347.2

А.И. Макушева

ОБЪЕКТЫ ПРАВА ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В статье рассматриваются объекты права оперативного управления в системе вещных прав. Проведен анализ объектов права оперативного управления, в результате которого выявлена несостоятельность имеющихся в литературе попыток придать праву оперативного управления иную природу, отличную от вещного права.

Ключевые слова: *вещное право, объекты вещных прав, право оперативного управления, имущество.*

На основе позиций З.А. Ахметьяновой, С.Ю. Бадмаевой [1] вещное право (к которому относится и право оперативного управления) следует считать разновидностью гражданского субъективного права, представляющей собой строго определенные законом вид и меру поведения правомочного лица (субъекта) в своих интересах в отношении индивидуально-определенной вещи.

Вполне очевидно, что, в силу самого термина «вещное», объектом такого права должна являться вещь как предмет материальной действительности [2]. Отсутствие (гибель) вещи приводит к отсутствию (прекращению) вещного права. Таким образом, срок вещного права определяется:

- в отношении права собственности – временем существования вещи в виде материального блага;
- для срочного сервитута – необходимости в ней;
- способности вещи удовлетворять потребности, исходя из ее целевого назначения.

Соотнеся вещь и объект вещного права, можно уяснить тот круг явлений, на которые возможно распространение вещно-правового режима и установление вещного права.

Следует отметить, что в юридической литературе существует, по крайней мере, два полярных подхода к пониманию вещи как объекта вещного права:

1. В широком смысле слова: в понятие вещи включается совокупность вещей, находящихся у лица на праве собственности или ином вещном праве, и имущественных прав и обязанностей, которые характеризуют имущественное положение их носителя [3].

2. В узком смысле слова: под вещью понимают только совокупность вещей как материальных ценностей, не включая имущественные права и обязанности [4].

Нельзя не согласиться с тем, что первый подход имеет определенный базис, в том числе исторический, воплощенный в жизнь еще римскими юристами. Однако, широкая трактовка вещи в качестве объекта вещных прав, к сожалению, приводит к неизбежному смешению понятий вещного и обязательственного права. Исходя из этого, в качестве объекта вещного права более правильным представляется признавать вещь в узком смысле слова.

Как разновидности объектов гражданских прав вещи обладают общими признаками, присущими всем объектам: материальность, физическая обособленность, законодательное признание и системность. В то же время, являясь объектом вещных прав, они характеризуются индивидуально-определенными признаками. Именно такая индивидуальная определенность по сути является специфическим признаком объекта вещных прав. Невозможно и бессмысленно иметь на праве собственности или ином вещном праве некий абстрактный участок земли, в этом случае право собственника или иного обладателя вещного права становится беспредметным, лишенным действенной правовой защиты и теряет для него всякий смысл.

Таким образом, объектом вещного права должна выступать только материальная, физически обособленная вещь. В российской правовой системе права в данном случае рассматриваться в качестве объекта не могут [5]. В связи с этим необоснованное расширение вещно-правового режима и распространение его на имущественные права невозможно в силу различий их естественных свойств. Невозможно установление вещного права на обязательственное по той причине, что право как мера возможного поведения субъекта не может быть объектом чье-либо обладания. Субъективные имущественные права могут быть объектом гражданского оборота, однако это вовсе не означает, что они являются объектом вещных прав.

Встречающаяся в литературе позиция о возможности существования вещи как объекта материального, так и нематериального мира [6], представляется безосновательной и не имеющей под собой доста-

точных оснований. Наряду с существованием других прочих признаков, вещь как объект вещного права всегда материальна.

Применительно к вещным правам существующая в гражданском праве конструкция права на право [7] фактически основывается не на праве как таковом, а на конкретном объекте, к которому это право приложимо. Право как мера возможного поведения всегда предметна и направлена и потому имеет конкретный объект. В связи с этим указанная теория может быть применима лишь к сфере обязательственных правоотношений. В отношении вещного права в целом и права оперативного управления в частности использовать данную конструкцию не представляется возможным.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что объектами вещных прав должны являться материальные, физически обособленные, самостоятельные вещи, представляющие собой известное целостное единство, обладающие индивидуально-определенными признаками на момент установления вещного права и признанные в таком качестве законом.

В целом, чтобы определить, возможно ли распространение вещно-правового режима на то или иное явление, объект вещных прав, следует определить:

1. Является ли данное явление единой целостной вещью, способной к самостоятельному участию в гражданском обороте качестве самостоятельного объекта гражданских прав, или это только составная часть юридически неделимой вещи? При этом под составной частью юридически неделимой вещи следует понимать часть вещи, неотъемлемый ее элемент, соединенный с основной вещью посредством поглощения (телесной связи), хозяйственной или функциональной связи, не имеющий самостоятельного существования и, следовательно, не способный к самостоятельному участию в гражданском обороте. При отсутствии составной вещи основная вещь, по воззрениям оборота, считается не законченной. Составная часть единой неделимой вещи вполне может быть объектом обязательственных отношений, но она никак не должна становится объектом вещных прав.

2. Способно ли данное явление (благо) находиться в обладании субъекта?

3. Отвечает ли оно признаку материальности и физической обособленности.

4. Обладает ли это явление признаком индивидуальной определенности на момент установления вещного права?

В то же время в действующем ГК РФ в разделе II, посвященном праву собственности и другим вещным правам, повсюду используется иной термин – «имущество». Анализ норм ст. 128 ГК РФ показывает, что вещи являются разновидностью имущества. При этом последнее понятие в гражданском праве имеет весьма объемное смысловое значение. В разных статьях ГК РФ (а также и иных законов) ему придается неодинаковое значение:

– имущество сводится лишь к вещам (п. 2 ст. 15, п. 2 ст. 46, ст. 133, 134, 301 и др. ГК РФ);

– данным понятием охватываются вещи, деньги и ценные бумаги (п. 1 ст. 302, п. 1 ст. 307 и др. ГК РФ);

– имуществом называются не только перечисленные выше объекты, но и имущественные права (ст. 18, 24, п. 1 ст. 56, ст. 126, 209, в обязательственном праве – ст. 307 и др. ГК РФ);

– в самом широком значении оно охватывает вещи, имущественные права и обязанности (ст. 58, п. 2 ст. 63, ст. 132, 217, статьи, посвященные имуществу, переходящему по наследству – п. 1 ст. 1112 и др. ГК РФ).

Отсюда следует, что при применении соответствующих норм в каждом случае требуется внимательный и профессиональный подход для определения значения понятия «имущество».

Под иным имуществом, указанным в ст. 128 ГК РФ и не относящимся к вещам, понимаются безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, имущественные права, а также другие, не отвечающие признакам вещей материальные блага¹.

Таким образом, в российском законодательстве сложилась весьма противоречивая ситуация, когда в целом вещное право, по сути, не является таковым вследствие погрешностей юридической техники. По всей видимости, именно данное обстоятельство, привело к возникновению упомянутых выше двух подходов к пониманию вещи как объекта вещного права.

Еще в энциклопедическом словаре Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона было отмечено, что термин «имущество» является юридическим понятием, отличаемым теорией права от понятия вещи и совокупности вещей или благ. При этом уточнялось, что оба эти понятия в русских законах смешиваются. Согласно авторам словаря под имуществом юристы понимали всю совокупность юридических отношений

¹ Например, гражданские права и обязанности могут возникать по поводу использования воздушных коридоров и других нетипичных объектов (подробнее см.: Лапач В.А. Система объектов гражданских прав: теория и судебная практика. СПб.: Юрид. центр Пресс, 2002).

личности (субъекта прав), могущую быть оцененной на деньги, или известный комплекс этих отношений. Поэтому в состав имущества включались:

- вещи и связанные с ними юридические отношения, увеличивающие или уменьшающие их ценность;
- обязательства, в смысле как требования, так и обязанности;
- все остальные права и обязанности (имущественные) личности (авторские права, право участия, концессии и т.д.) [8].

Установленные противоречия можно устранить двумя способами, последовательно заменив сопряженные с вещным правом конструкции «имущество» на:

- 1) непосредственно понятие «вещь»;
- 2) уточненный термин «вещное имущество» (либо «имущество вещного характера»).

Следует отметить, что в связи с развитием технологий, средств связи и других подобных факторов, присущих постиндустриальному обществу, классификация объектов гражданских прав вызвала в юридической науке ряд проблем.

Так, пока в обращении были преимущественно наличные деньги, документарные ценные бумаги, особых вопросов не возникало, поскольку все они являлись вещами. Развитие же безналичного денежного оборота, бездокументарных ценных бумаг, недостаточная разработанность коренных моментов теории гражданского права и несовершенство законодательной базы способствовало обострению проблем, возникновению противоположных мнений по поводу природы и правового режима данных объектов гражданских прав [9]. Это неминуемо привело к попыткам воздействия на возникающие правоотношения неадекватными юридическими средствами.

Наиболее дискуссионным в отечественной науке гражданского права являлось рассмотрение бездокументарных ценных бумаг как объекта вещного права. С введением в действие Федерального закона от 2 июля 2013 г. №142-ФЗ [10] противоречия цивилистической конструкции ценной бумаги были сняты. В ч. 1, 2 ст. 142 были даны два самостоятельных определения понятий документарных и бездокументарных ценных бумаг. Под последними стали пониматься обязательственные и иные права, которые закреплены в решении о выпуске или ином акте лица, выпустившего ценные бумаги в соответствии с требованиями закона, и осуществление и передача которых возможны только с соблюдением правил учета этих прав в соответствии со ст. 149 ГК РФ. Таким образом, бездокументарные ценные бумаги не являются ценными бумагами в их классическом понимании и, соответственно, объектами вещного права в целом. Поэтому к ним не могут применяться вещно-правовые формы защиты.

Безналичные денежные средства также не являются объектом вещных прав. Согласно новой редакции ст. 128 ГК РФ безналичные денежные средства непосредственно отнесены к иному имуществу, а не вещам. В то же время относительно понятий денег, денежных средств в тексте ГК РФ можно встретить не всегда корректные формулировки, которые, как представляется, могут привести к путанице.

Так, вводя в ст. 128 ГК РФ термин «наличные деньги», законодатель по какой-то причине последовательно использует в ст. 130 ГК РФ общее понятие «деньги».

П. 1 ст. 66.1 ГК РФ в качестве одной из форм вклада участника хозяйственного товарищества, общества в его имущество называет денежные средства, затем вещи. Ранее, до внесения изменений Федеральным законом от 5 мая 2014 г. №99-ФЗ [11] пунктом 6 ст. 66 ГК РФ устанавливалось, что «вкладом ... могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права либо иные права, имеющие денежную оценку». Последняя формулировка представляется более корректной, но ее следует уточнить с учетом различной природы видов денежных средств.

В связи с вышеизложенным, основываясь на единообразной терминологии, представляется необходимым внести изменения в указанные выше нормы, изложив их в следующей редакции:

– начало п. 2 ст. 130 ГК РФ – «2. Вещи, не относящиеся к недвижимости, включая наличные деньги и ценные бумаги, признаются движимым имуществом...»;

– начало п. 1 ст. 66.1 ГК РФ – «1. Вкладом участника хозяйственного товарищества или общества в его имущество могут быть наличные деньги, другие вещи, безналичные денежные средства...».

В отношении другого спорного вопроса по поводу природы энергии представляется необходимым согласиться с точкой зрения В.Г. Нестолия: «Энергия не вещь, а свойства различных объектов... Каждая вещь обладает энергией, и эта энергия есть информация, которую вещь способна передавать и «заряжать» ею другие вещи» [12]. Не представляется возможным обладать правом собственности или иным вещным правом на электрическую, тепловую, атомную и иную энергию («бестелесное» имущество), которая является свойством¹ вещей (в данном случае сетей), в равной мере как нельзя обладать правом соб-

¹ Именно свойством, а не самой вещью.

ственности, например, на звук, свет, запах. Все иные рассуждения, доводы, «подводящие» энергию к вещам, – не более чем юридическая фикция.

Договор энергоснабжения, которому посвящены норма ст. 539-548 ГК РФ, относится к договорам купли-продажи лишь постольку, поскольку содержит признаки данного договорного обязательства – одна сторона передает другой за плату электроэнергию. Но содержащиеся в §1 гл. 30 ГК РФ общие правила о договоре купли-продажи следует применять к энергоснабжению со значительной предусмотрительностью, потому что в качестве товара в обязательствах из договора купли-продажи выступают не любые объекты гражданских прав, а только лишь вещи (п. 1 ст. 455 ГК РФ). Из этого вытекает, что общие правила о купле-продаже не должны применяться к энергоснабжению не только в определяемых правилами об энергоснабжении ситуациях, но и в случаях противоречия общих правил о купле-продаже сущности правоотношений, возникающих в связи со снабжением энергией.

Еще одним спорным моментом является отнесение к объектам вещного права предприятия как имущественного комплекса (ст. 132 ГК РФ). В первую очередь, нельзя согласиться с бытующим в литературе подходом, в соответствии с которым предприятие представляет собой сложную вещь [13]. В соответствии со ст. 134 ГК РФ сложную вещь формируют только лишь вещи. Предприятие же является как фактически, так и юридически сложной конструкцией, включающей в себя различные по своей правовой природе объекты гражданских прав, и представляет собой своеобразную совокупность не только вещей (земельных участков, зданий, сооружений, оборудования и др.), но и определенных прав и обязанностей (в т. ч. неимущественного характера, которая в некоторых случаях может быть разделена на составные части. Законодатель, признавая предприятие единым целым, тем самым признает его неделимость. В то же время входящие в его состав элементы по своей правовой природе могут представлять собой самостоятельные объекты прав. По этой причине следует поддержать позицию авторов, выступающих против отождествления предприятия с вещью (В.В. Витрянский, Ю.Г. Жариков, О.М. Козырь, М.Г. Масевич) [14].

По-видимому, признание предприятия объектом гражданских правоотношений позволяет некоторым ученым сделать предположение о возможности установления вещных прав на указанный объект. Тем не менее, как было сказано ранее, объектом вещного права является только индивидуально-определенная вещь, а предприятие как имущественный комплекс выступает единым целым только в обязательственных отношениях (т.е. может рассматриваться в качестве объекта купли-продажи, аренды и др. сделок), либо в случаях универсального правопреемства. В вещных же правоотношениях такой комплекс распадается на составные части (вещи, права), каждая из которых при этом подчиняется собственному правовому режиму (вещному, обязательственному). Сказанное позволяет сделать вывод, что предприятие как имущественный комплекс не является и не может являться объектом вещных прав и, тем более, как таковым единственным объектом права оперативного управления, как об этом утверждает З.Г. Юсупова [15].

Проведенный анализ объектов права оперативного управления показывает несостоятельность имеющихся в литературе попыток придать праву оперативного управления иную природу, отличную от вещного права.

Библиографический список

- 1.См.: Ахметьянова З.А. Вещное право: к вопросу о понятии // Нотариус. 2014. №1. С. 33-37; Бадмаева С.Ю. Объекты вещных прав в российском гражданском праве: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. М., 2008. С. 18.
- 2.Философский энциклопедический словарь / Ред.-сост.: Е.Ф. Губский и др. М.: ИНФРА-М, 2009.
- 3.См.: Нуждин Т.А. Нетипичные объекты вещных прав в современной российской цивилистике: обзорно-критический анализ // Гражданин и право. 2010. №7. С. 70-77; Сеницын С.А. Признаки вещных прав в правах арендатора: проблемы вещной или абсолютной квалификации права аренды // Законодательство. 2014. №3. С. 18-23 и др.
- 4.См.: Бадмаева С.Ю. Объекты вещных прав в российском гражданском праве: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. М., 2008; Хатунцев О.А. Право собственности, иные вещные права и гражданско-правовые способы их защиты: проблемы теории и практики. М.: АП «Наука и образование», 2011 и др.
- 5.Бадмаева С.Ю. Объекты вещных прав в российском гражданском праве: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. М., 2008. С. 19.
- 6.См., напр.: Яскунов А.С. Проблемные аспекты правового регулирования и защиты вещных нематериальных благ / А.С. Яскунов // Российское законодательство: современное состояние и перспективы развития: материалы двенадцатой межрегиональной научной студенческой конференции (Вологда, 11-12 апреля, 2010 г.). Вологда, 2010. С. 244-246.
- 7.См., напр.: Емелькина И.А. Современные тенденции развития вещного права в российском праве и некоторых зарубежных правовых системах // Научные труды РАЮН. Вып. 14: в 2 т. Т. 2. М.: Юрист, 2014. С. 67-71.
- 8.Брокгауз Ф.А. Иллюстрированный энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона. М.: Эксмо, 2009.

9. Подробнее об этом см.: Башкатов М.Л. «Вещная» концепция безналичных денежных средств и реформа гражданского законодательства // Частное право и финансовый рынок: сборник статей. М.: Статут, 2011, Вып. 1. С. 82-105; Сидорова В.Н. Проблемы правового режима безналичных денег: соотношение вещных и обязательственных прав // Банковское право. 2007. №5. С. 4-8; Латыев А. Бездокументарные ценные бумаги и деньги как объекты вещных прав // Российская юстиция. 2004. №4. С. 54-56; Тимошенко Д.А. Бездокументарные ценные бумаги: институт вещного или обязательственного права? // Российское право на современном этапе. Материалы X научно-практической конференции студентов и молодых ученых: К 10-летию юрид. фак-та РГЭУ «РИНХ», 28 апреля 2006 г. Ростов-на-Дону: Изд-во РГЭУ, 2006. С. 116-117; Ротко С.В. Бездокументарные ценные бумаги как институт вещного, обязательственного или иного права: вопрос теории и судебной практики? / С.В. Ротко, Д.А. Тимошенко // Российская юстиция. 2008. №11. С. 2-5 и др.

10. О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации: Федеральный закон от 2 июля 2013 г. №142-ФЗ // Российская газета. 2013. №145. 5 июля.

11. О внесении изменений в главу 4 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации: Федеральный закон от 5 мая 2014 г. №99-ФЗ // Российская газета. 2014. №101. 7 мая.

12. Нестолий В.Г. Против «автономного» взгляда на юридическую природу энергии // Закон и право. 2009. №11. С. 80. См. также: Нестолий В.Г. Гражданско-правовые формы снабжения электроэнергией по российскому законодательству: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Иркутск, 2011 и др.

13. См.: Щенникова Л.В. Вещное право. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2001; Белова М.В. Предприятие как объект гражданских прав // Актуальные вопросы частного права: сборник научных трудов. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2011. С. 10-13; Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации части третьей (постатейный) / Отв. ред.: К.Б. Ярошенко, Н.И. Марышева. М.: Контракт, 2015 и др.

14. См.: Витрянский В.В. Основные направления развития гражданского законодательства о предприятии как объекте гражданских прав // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. 2003. №3. С. 149-155; Грудницкая С.Н. Проблема квалификации предприятия как субъекта или объекта права: субъектно-объектный характер отношений в правовом институте предприятия // Актуальные проблемы правоведения. 2010. №4 (28). С. 100-107; Петренко Е. Предприятие как объект и как субъект права // Межсистемные и межотраслевые связи в правовой сфере: материалы VIII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2013, Т. 1. С. 490-491 и др.

15. См.: Юсупова З.Г. Юридическая природа права оперативного управления // Правосудие в Поволжье. 2009. №5-6.

МАКУШЕВА АЛЬБИНА ИГОРЕВНА – магистрант, Челябинский государственный университет, Россия.

УДК 336.717

*Е.В. Мицкая, Назар Султанбек***ПРОБЛЕМЫ ПОНИМАНИЯ ОСНОВАНИЙ ОСВОБОЖДЕНИЯ
ОТ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПО СТАТЬЕ 69 УК РК**

В данной статье рассматриваются проблемные вопросы определения оснований освобождения от уголовной ответственности с установлением поручительства, такие как понятие совершения проступка впервые, вреда.

Ключевые слова: *уголовный проступок, преступление, освобождение от уголовной ответственности, неоднократность, тяжесть преступления, вред.*

В связи с тем, что в Республике Казахстан был принят новый Уголовный кодекс, многие вопросы, связанные с разграничением уголовного проступка от преступления, остаются не ясными. От этого напрямую зависит определение совокупности условий освобождения от уголовной ответственности в связи с установлением поручительства по ст. 69 УК РК [1], являющейся его новеллой. При отсутствии нормативных Постановлений Верховного Суда РК и практики применения ст. 69 УК РК объяснить сущность каждого условия освобождения от уголовной ответственности, указанного в ст. 69 УК РК сложно и большей частью можно теоретически (почему теоретически, потому что аналогию уголовного закона применять нельзя – ст. 4 УК РК), и условно применив аналогию в отношении разъяснения условий освобождения от уголовной ответственности в связи с примирением с потерпевшим нормативного Постановления Верховного Суда РК «О судебной практике по применению статьи 67 Уголовного кодекса Республики Казахстан» [2]. В частности, под преступлением, совершенным впервые, следует понимать деяние, которое лицо фактически совершает в первый раз, либо деяние, совершенное не в первый раз, но если за ранее совершенное преступление лицо было в установленном законом порядке освобождено от уголовной ответственности или полностью освобождено от наказания, либо судимость была погашена или снята [2]. Исходя из этого, уголовным проступком, совершенным впервые также следует понимать деяние, которое лицо фактически совершает в первый раз, либо деяние, совершенное не в первый раз, но если за ранее совершенное уголовно наказуемое деяние лицо было в установленном законом порядке освобождено от уголовной ответственности или полностью освобождено от наказания, либо судимость была погашена или снята.

Согласно нормативному постановлению Верховного Суда РК лицо, совершившее два и более преступлений (в случаях неоднократности или реальной совокупности преступлений), ни за одно из которых не был решен вопрос об ответственности, нельзя считать лицом, совершившим преступление впервые. При этом не имеет значения, в одном производстве либо в самостоятельных уголовных делах осуществляется уголовное преследование за каждое из этих деяний [2]. Исходя из этого, лицо, совершившее два и более уголовных проступка (в случаях их неоднократности или реальной совокупности), ни за одно из которых не был решен вопрос об ответственности, нельзя считать лицом, совершившим уголовный проступок впервые. При этом не имеет значения, в одном производстве либо в самостоятельных уголовных делах осуществляется уголовное преследование за каждое из этих деяний. Уголовный проступок и преступление не образуют неоднократность.

Вред выступает основным показателем общественной опасности и, соответственно, ведущим основанием криминализации. С этой ролью вреда связано его другое значение – быть разграничительным признаком между преступлениями и иными противоправными и аморальными проступками. Следовательно, при отграничении преступлений от проступков принимается во внимание характер и размер причиняемого вреда. Преступлению присущ значительный размер наносимого вреда. В соответствии со ст. 11 УК РК в зависимости от характера и степени общественной опасности преступления подразделяются на преступления небольшой тяжести, преступления средней тяжести, тяжкие преступления и особо тяжкие преступления. Проступки в силу сравнительно низкой степени общественной опасности по отношению к преступлениям по тяжести совершенного деяния не делятся.

Преступлениями небольшой тяжести признаются умышленные деяния, за совершение которых максимальное наказание, предусмотренное УК РК, не превышает двух лет лишения свободы, а также неосторожные деяния, за совершение которых максимальное наказание, предусмотренное настоящим

Кодексом, не превышает пяти лет лишения свободы. Преступлениями средней тяжести признаются умышленные деяния, за совершение которых максимальное наказание, предусмотренное УК РК, не превышает пяти лет лишения свободы, а также неосторожные деяния, за совершение которых предусмотрено наказание в виде лишения свободы на срок свыше пяти лет.

П. 12 ст. 3 УК РК определяет средней тяжести вред здоровью – вред здоровью человека, не опасный для его жизни, вызвавший длительное расстройство здоровья (на срок более двадцати одного дня) или значительную стойкую утрату общей трудоспособности (менее чем на одну треть). Процент стойкой утраты общей трудоспособности, вследствие различных травм, устанавливается в соответствии с таблицей процентов стойкой утраты общей трудоспособности в результате различных травм, перечисленных в приложении Инструкции [3]. При этом, по нашему мнению, следует обратить внимание к оценке вреда, причиняемого преступными угрозами (ст. 115 УК РК), жестоким преступным поведением (ст. 109, 110 УК РК), потому что результатом этих деяний является психологический вред. Он нематериален и субъективно воспринимается потерпевшим в форме переживания отрицательных эмоций: страха, обиды, стыда, гнева, отчаяния. Определяя такой вред, целесообразно использовать термин «психологический вред», так как это обозначение точнее характеризует сущность и содержание данного вреда. Психологический вред в отличие от психического вреда не нарушает работу физиологической функции органов человека. Психологический вред причиняется психологическому благополучию личности и выражается в различных негативных эмоциональных состояниях, которые не относятся к болезненным изменениям психики человека, находятся в пределах физиологической нормы. При определении вреда возникает вопрос, а что понимается под «незначительным вредом»? Можно ли его приравнять к «незначительному размеру» и «незначительной стойкой утратой общей трудоспособности»? Если же нет, то как понимать «незначительный вред», как он соотносится с понятиями: незначительный размер (п. 10 ст. 3, ч. 1 ст. 187 УК РК); незначительная стойкая утрата общей трудоспособности (п. 13 ст. 3 УК РК).

Противоправный вред соприкасается со многими категориями уголовного права. От решения проблемы противоправного вреда во многом зависит исследование иных смежных вопросов и институтов уголовного права: понятия преступления или проступка, состава преступления, субъективной стороны преступления, причинной связи, стадий совершения преступления и т.д.

Преступный вред служит базовым понятием, отражающим все преступные изменения в охраняемом уголовным законом объекте.

Таким образом, при определении степени общественной опасности совершенного не любого уголовного правонарушения, а именно преступления следует учитывать его тяжесть, предусмотренную ст. 11 УК РК, и совокупность обстоятельств, при которых оно было совершено (способ совершения, форма вины, мотивы и цели, стадия завершения деяния, степень общественной опасности наступивших последствий и др.). Думается, что вопросы разграничения уголовных проступков и преступлений должны как можно быстрее найти своё разъяснение в специальном Нормативном постановлении Верховного Суда РК для того, чтобы уравновесить противоречивость самого института освобождения от уголовной ответственности, с одной стороны, не подрывая неотвратимость от уголовной ответственности, с другой – реализовывать гуманизацию уголовной политики Казахстана.

Библиографический список

- 1 Уголовный кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года № 226-V. – Алматы, 2014.
- 2 Нормативное Постановление Верховного Суда РК № 4 от 21 июня 2001 года «О судебной практике по применению статьи 67 Уголовного кодекса Республики Казахстан» // Юридическая газета. – 2001. – 18 июля.
- 3 Инструкция по организации и производству судебно-медицинской экспертизы, утвержденная приказом Министра здравоохранения Республики Казахстан от 20 мая 2010 года № 368 // Казахстанская правда от 22 сентября 2010 года № 249 (26310); Казахстанская правда от 23 сентября 2010 года № 250 (26311); Казахстанская правда от 25 сентября 2010 года № 253-254 (26314-26315).

МИЦКАЯ ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА – доктор юридических наук, профессор кафедры «Уголовное право и криминология», Южно-Казахстанский государственный университет имени М.О. Ауэзова, Казахстан.

НАЗАР СУЛТАНБЕК – магистрант, Южно-Казахстанский государственный университет имени М.О. Ауэзова, Казахстан.

УДК 340

Н.И. Тихонова**СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ В США**

В данной статье рассматривается понятие электронного документа и электронного документооборота. Анализируются его составляющие, формируются задачи, выставляются требования к системам управления электронной документацией в США.

Ключевые слова: электронный документ, электронная документация, информация, электронная подпись, управление, требования, США.

Под документами в США понимаются записи на любых носителях независимо от физической формы и содержания, созданные или полученные любым ведомством США в порядке исполнения федерального закона или в связи с совершенствованием деловых операций и передаваемые на хранение ведомством или его юридическим законным приемником в качестве свидетельства организационной структуры, функций, политики, процессов работы или в силу информационной ценности, заключающейся в них [1].

Рассмотрим ряд терминов, относящихся к электронному документообороту.

Электронный документ (ЭД) – документационная информация, представленная в электронной форме, то есть в виде, пригодном для восприятия человеком, с использованием электронных вычислительных машин, а так же для передачи по информационно – телекоммуникационным сетям или обработки в информационных системах. [2]

Электронная подпись – информация в электронной форме, которая присоединена к другой информации в электронной форме (подписываемой информации) или иным образом связана с такой информацией и которая используется для определения лица, подписывающего информацию [3]. Электронный документ, подписанный ЭП, имеет юридически значимую силу, такую же, как и бумажный документ, подписанный собственноручной подписью. Таким образом, электронная подпись представляет собой уникальную последовательность символов, которая генерируется с помощью криптографического преобразования информации. ЭП идентифицирует владельца сертификата, а также устанавливает отсутствие несанкционированных изменений информации в электронном документе.

В 2000 году в США был принят Федеральный закон «Об электронных подписях в международной и внутренней торговле». Закон освещает принципы и способы регулирования электронного документооборота, а так же направлен на использование электронных подписей при написании делового письма. Электронно-цифровая подпись (digital signature) используется при передаче документов через компьютерную систему. Данная подпись является полноценным реквизитом электронного документа, полученного в результате криптографического преобразования информации с использованием закрытого

ключа подписи. Электронно-цифровая подпись многофункциональна и позволяет проверить отсутствие или наличие искажения информации в электронном документе с момента формирования подписи.

Использование ЭП сокращает время, затрачиваемое на оформление сделки и обмен документацией; гарантирует достоверность документации; минимизирует риск финансовых потерь с помощью увеличения конфиденциальности информационного обмена; совершенствует и удешевляет процедуру подготовки, доставки, учета и хранения документов; строит прочную корпоративную систему обмена документами.

Электронный документ получает полную юридическую силу после его подписания электронной цифровой подписью (ЭЦП). Электронная цифровая подпись подтверждает, что содержание документа не претерпело изменений с момента его подписания и документ подписан определенным лицом. При этом алгоритмы ЭЦП, а также механизмы и порядки применения ЭЦП должны соответствовать государственным нормативно-правовым требованиям [5].

Для установки электронно-цифровой подписи на компьютерную систему используют специальное программное обеспечение. Владельцу ЭП даются специальные ключи: открытый и закрытый. Открытый ключ используется для проверки подлинности электронной подписи. После криптографического преобразования ключа и документа программным способом образовывается ряд символов, представляющих собственно саму электронную подпись ответственного лица под рассматриваемым документом. Эти символы добавляются к документу или хранятся в виде файла. С помощью закрытого ключа происходит шифрование и создание электронной подписи уже в завершённом виде.

Согласно Закону США «О ликвидации бумажного документооборота в государственных органах» 1998 года все государственные органы а так же органы государственной власти обязаны перейти на электронный документооборот и обеспечить доступ граждан к электронным документам. После выхода данного закона государственным органам пришлось проанализировать всю документацию с различных позиций и требований со стороны законодательства, а так же заменить бумажные документы электронными. Однако имеется ряд случаев, когда допускается хранение документов в бумажном варианте. Документами, не подлежащими обязательному переводу в электронный вариант, являются: Конституция США, Билль о правах, Декларация независимости и др.

Из этого следует, что электронный документооборот представляет собой движение документов в организации с момента их создания или получения до завершения исполнения или отправления в электронно-цифровой форме [4].

Управление электронными документами представляет собой обширный комплекс действий по обеспечению доступности, полноты, достоверности, юридической силы этих документов, сохранности (то есть позволяет бумажному документу служить доказательством).

В основные обязанности Национального архива США входит руководство и федеральным учреждениями по вопросам корректного документирования их деятельности, а так же передача документов на хранение или уничтожение. Управление службами общего назначения США (General Services Administration) занимается руководством и своевременным оказанием помощи в вопросах экономического и эффективного управления документацией в федеральных учреждениях.

Задачами программы электронного управления документами в США являются:

- обеспечение эффективного контроля, создания и хранения документов;
- обеспечение соблюдения законодательства в области управления документами;
- обеспечение сохранности документов;
- обеспечение целостного перевода документооборота в электронный вариант;
- обеспечение охраны документов на бумажном или электронном носителе;
- отбор и передачу документа на хранение или уничтожение.
- определение целей, обязанностей и полномочий по управлению документацией;
- проведение обучения пользователей электронных систем согласно требованиям систем электронного документооборота;
- проведение обучения пользователей электронных информационных систем работе с оборудованием, программным обеспечением и носителями;
- обеспечение своевременной разработки, а так же поддержание в актуальном состоянии документации обо всех электронных информационных системах с указанием всех технических характеристик, необходимых для прочтения и обработки документов;
- определение всех входов и выходов системы, содержание файлов и документов, ограничения по доступу и использованию;
- определение места, способа и носителя, на котором электронные документы;

Таким образом, при работе с документами большое значение придается способности информации не только ранее принятым законом нормам создания, передачи, хранения и использования документов, но электронным аспектам, направленным на успешную, безопасную и грамотную обработку и передачу документов в США.

В США, прежде всего, документ имеет доказательную ценность. Поэтому, основная часть электронных документов рискует быть испорченной или уничтоженной. Таким образом, система электронных документов США должна:

- формировать процессы экспертизы ценности, составления и утверждения сроков хранения для документов на цифровых и традиционных носителях информации;
- хранить и обрабатывать электронную документацию;
- описывать традиционные и электронные документы;
- подтверждать исходность и оригинальность электронных документов;
- принимать на хранение оцифрованные документы, перенесенные с традиционных носителей;
- контролировать выполнение норм законодательства в сфере доступа к электронным документам;
- хранить электронную документацию с грифами «Секретно» и «Совершенно секретно».

Сам комплекс средств защиты информации, является совокупностью технических и программных средств, которые создаются и поддерживаются для формирования и обеспечения безопасности документации. Данный комплекс разрабатывается согласно требованиям организации, которая нуждается в защите и сохранности своего документационного обеспечения.

Однако стоит отметить, что на сегодняшний день Соединённые Штаты Америки имеют одну из наиболее совершенных систем взаимодействия государственных органов по обеспечению информационной безопасности. Все вопросы безопасности информации решаются на уровне агентств, занимающихся разработкой соответствующих программ.

Библиографический список

1. Пахомова У.А., Кожушкова Н.В. Некоторые особенности электронного документооборота зарубежных стран. Студенческий научный форум. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/989/9988>.
2. Кабашов С. Ю. Электронное правительство. Электронный документооборот. Термины и определения. Учебное пособие. ИНФРА-М, 2013. 320 с.
3. Федеральный закон: Выпуск 7 (515). Об электронной подписи. – М.: ИНФРА-М, 2011. 19с.
4. Центральная Научная Библиотека. ДИПЛОМНАЯ работа на тему «Организация документооборота за рубежом» [Электронный ресурс] URL: http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/organizaciya_dokumentooborota_za.html
5. Ротков Л.Ю., Зобнев А.В. Электронная цифровая подпись в электронном документообороте. Учебно-методические материалы по программе повышения квалификации «Электронный документооборот». 2006. [Электронный ресурс] URL: <https://www.unn.ru/pages/e-library/aids/2006/19.pdf>

ТИХОНОВА НАНА ИЛЬИНИЧНА – магистрант, Нижневартровский государственный университет, Россия.

УДК 697.91

И.М. Титанов, А.С. Свинцова

О ПРОВЕТРИВАТЕЛЯХ, РЕКУПЕРАТОРАХ И КОМПАКТНЫХ ПРИТОЧНЫХ УСТАНОВКАХ В ВЕНТИЛЯЦИИ

В статье рассмотрены основные на сегодняшний момент системы децентрализованной системы вентиляции. Приведены средние цифры стоимости и проведения монтажных работ по приобретению и установке систем. Рассмотрены отличительные черты проветривателей, бытовых рекуператоров и приточных установок.

Ключевые слова: вентиляция, рекуператор, проветриватель, децентрализованная вентиляция, приточная установка.

В настоящее время на рынке систем вентиляции частного (бытового) сектора ощутим скачек популярности проветривателей воздуха, бризеров, рекуператоров и мини-приточных установок у заказчиков. В данной статье рассмотрены наиболее покупаемые вентиляционные установки (стенового типа) среди клиентов частного (не промышленного) сектора.

Вентиляция – это система воздухообмена, создающая условия воздушной среды, благоприятные для здоровья и самочувствия человека, отвечающие требованиям технологического процесса, сохранения оборудования и строительных конструкций здания, хранения материалов, продуктов, деревянной мебели, книг, картин и т.д.

Для нормального теплового самочувствия человек должен сохранять постоянную температуру тела, что обеспечивается непрерывным отводом образующейся в процессе жизнедеятельности организма и воспринимаемой им теплоты в окружающую среду. Теплообмен и тепловое самочувствие человека обуславливаются совместным влиянием температуры воздуха и окружающих предметов, влажности воздуха и скорости его движения около тела.

Основной задачей вентиляции является поддержание состояния воздушной среды, благоприятной для пребывания в помещении человека и выполнения технологических процессов.

По количеству воздуха на человека в час. К примеру, в бомбоубежище – не менее 2,5 м³, в офисном помещении – не менее 30 м³ в час для посетителей, находящихся в помещении не более 3 часов, для постоянно находящихся людей – не менее 60 м³ в час. Расчёт вентиляции производится с помощью сле-

дующих параметров: производительность по воздуху ($\text{м}^3/\text{ч}$), рабочее давление (Па) и скорость потока воздуха в воздуховодах ($\text{м}/\text{с}$), допустимый уровень шума (дБ), мощность калорифера (кВт).

В бытовом секторе, как правило, требуются установки обеспечивающие расход воздуха от 30 до $120 \text{ м}^3/\text{ч}$. Этим требованиям соответствуют бытовые проветриватели воздуха, тизеры, рекуператоры, мини-приточные установки.

Первое, что заслужило внимание в данной статье - это клапан инфильтрации воздуха (клапан приточный вентиляционный) далее КИВ.

КИВ предназначен для подачи наружного воздуха в помещения в системах вентиляции, преимущественно с принудительной вытяжкой.

КИВ является самостоятельным приточным вентиляционным устройством и не предназначен для установки в оконные конструкции. Это позволяет устанавливать клапан практически на любых объектах, не затрагивая конструкцию окон и не влияя на теплотехнические, звукоизоляционные и другие характеристики оконных конструкций.

По сравнению с проветривателями и клапанами, устанавливаемыми в окна КИВ имеет ряд преимуществ:

- не нарушает конструкции стеклопакета;
- не усложняет установку окон и не увеличивает их стоимость;
- может устанавливаться в любое время, даже после ремонта;
- возможна поэтапная установка;
- не ухудшает внешний вид окна;
- не загромождает светопрозрачные поверхности;
- может располагаться в любом месте наружной стены;
- клапан КИВ можно устанавливать в помещениях вообще не имеющих окон.

КИВ представляет собой пластиковую трубу наружным диаметром 133 мм и длиной до 1 м (подрезается в зависимости от толщины стены). Труба вставляется в наружную стену здания и с уличной стороны закрывается литой алюминиевой решеткой с сеткой. В трубе располагается теплошумоизоляция. Внутри помещения ставится специальный оголовок из белого пластика с фильтром и заслонкой позволяющей регулировать поток воздуха. Заслонку можно открывать и закрывать при помощи рукоятки на оголовке или специального шнура, если клапан расположен высоко. При работе приточных клапанов КИВ в зимний период на них не образуется конденсат благодаря специальной конструкции и наличию хорошей теплоизоляции в элементах клапана.

Таким образом, КИВ представляет собой вариант модернизированной форточки. Наружная решетка с сеткой задерживает листву, тополиный пух, насекомых. Теплошумоизоляция предотвращает "расползание" холода в толще стены и снижает уличный шум. Заслонка в оголовке клапана регулирует количество поступающего воздуха [1].

В среднем КИВ обойдется клиенту в 2500 руб. Установка и монтаж клапана составит от 4 до 6 тыс.руб. цена зависит от толщины стены, в которую будет монтироваться клапан.

Далее рассмотрим бытовой рекуператор тепла от Украинского производителя ПРАНА (PRANA).

Вентиляция «ПРАНА» относится к децентрализованным системам вентиляции. «ПРАНА» является приточно-вытяжной системой вентиляции. «ПРАНА» подключается к стандартной электросети с напряжением 220В и частотой 50Гц.

Рекуператоры Прана представлены в широком модельном ряду: 150, 200С, 200G, 250, 340S, 340А.

Система вентиляции ПРАНА предназначена для бытового применения и является конструктивно законченным изделием, которое имеет дистанционное или реостатное управления. Система вентиляции работает без фильтров, обеспечивая помещение качественным «свежим» воздухом. Вентиляция дома происходит за счет того, что рекуператор принудительно забирает теплый отработанный воздух из помещения и «выбрасывает» его на улицу, одновременно с тем принудительно забирает с улицы холодный свежий воздух и подает его в помещение. При этом эти воздушные потоки разделены как внутри рабочего модуля, так и на «входе-выходе» и не перемешиваются между собой. За счет прохождения воздушных потоков через систему медных теплообменников, расположенных внутри рабочего модуля, теплый вытяжной воздух отдает свое тепло холодному приточному.

В бытовом секторе вентиляции, как правило, пользуются спросом модификации Прана 150 и 200С.

ПРАНА-150 рекомендуется использовать для вентилирования бытовых объектов - квартиры, частные дома, офисы, учебные и дошкольные заведения. Рекомендуемая площадь помещения для одного рекуператора – до 40 м^2 (по отзывам наших клиентов), до 60 м^2 (по данным производителя).

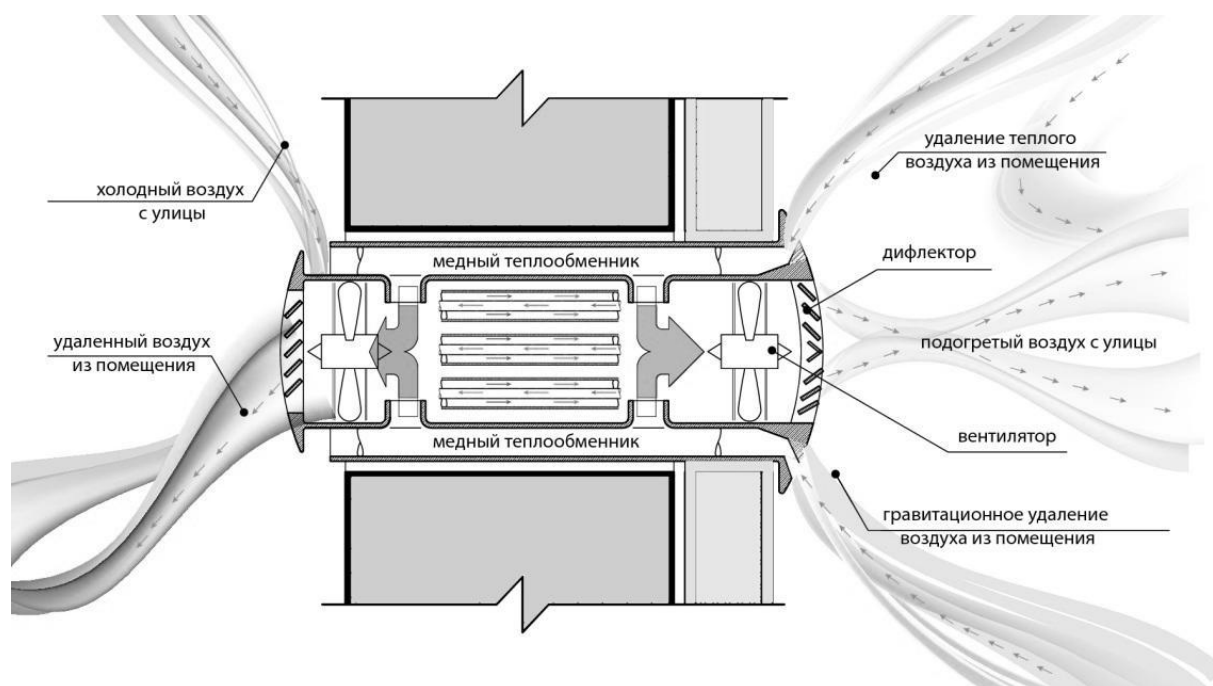


Рис. 1. Схема рекуператора «ПРАНА»

Медный теплообменник, установленный в «Пранах» имеет отличную теплопередачу, а благодаря естественной свойства меди (природный антисептик, максимально приближенный к серебру, который обеспечивает обеззараживание воздуха) в рекуператоре создается среда, в котором не сохраняют жизнедеятельность вирусы, бактерии, микробы.

Особенностью «Праны» является легкость и простота обслуживания.

Высокий КПД достигается за счет прохождения встречных и вытяжных приточных воздушных потоков, которые не пересекаются между собой, через систему медных теплообменников (рекуператоров).

Рекуператоры «ПРАНА» работают при температуре воздуха в помещении от $+5^{\circ}\text{C}$ до $+35^{\circ}\text{C}$ и температуре внешнего воздуха от -15°C до $+45^{\circ}\text{C}$. На рекуператор воздуха "ПРАНА-150" можно установить дополнительную функцию - «догрев» теплообменника. «Догрев» обеспечивает работу рекуператора до температур наружного воздуха до -35°C . Обогрев рекуператора поможет не допустить обледенения его теплообменника и вентиляторов. При этом рекуператор «ПРАНА» будет потреблять дополнительно всего от 30 до 55 Вт/час электрической энергии [2].

В среднем «Прана 150С» обойдется клиенту в 30-35 тыс.руб. Установка и монтаж системы составит от 4 до 6 тыс.руб цена зависит от толщины стены, в которую будет монтироваться система.

Последнее что рассматривается в статье - это приточные установки «Эко-свежесть 03 и 05» Болгарского производителя ММоторс.

Приточные установки «Эко-Свежесть 03 и 05» имеют две ступени фильтрации (фильтры класса G4, задерживающий пыль, пыльцу растений и даже туман; и угольный, устраняющий запахи гари, автомобильных выхлопов и пр.), электро-подогрев (обеспечивает поступление свежего воздуха нужной температуры) и ионизатор.

Отличие «Эко-Свежести 05 от 03» заключается в повышенной производительности, наличии пульта дистанционного управления, гигрометра с контролем влажности, а также увеличенным диаметром воздуховода.

Вентилятор системы оборудован бесшумным электро-двигателем на радиальных шариковых подшипниках закрытого типа, что гарантирует многолетнюю безотказную работу системы.

Встроенный пружинный обратный клапан защищает помещение от уличного шума и наружного воздуха при выключении системы.



Рис. 2. «Эко-свежесть 03»

Максимальный приток - 120 м³/час, что обеспечивает вентиляцию помещений до 40 м².

Прибор может эксплуатироваться во внутренних сухих помещениях при температуре внутри помещения от 0°C до +50°C. Температура внешней среды должна быть в пределах от -25°C до +40°C и иметь относительную влажность не более 90% (прибор может поддерживать влажность в пределах не более 70%) [3].

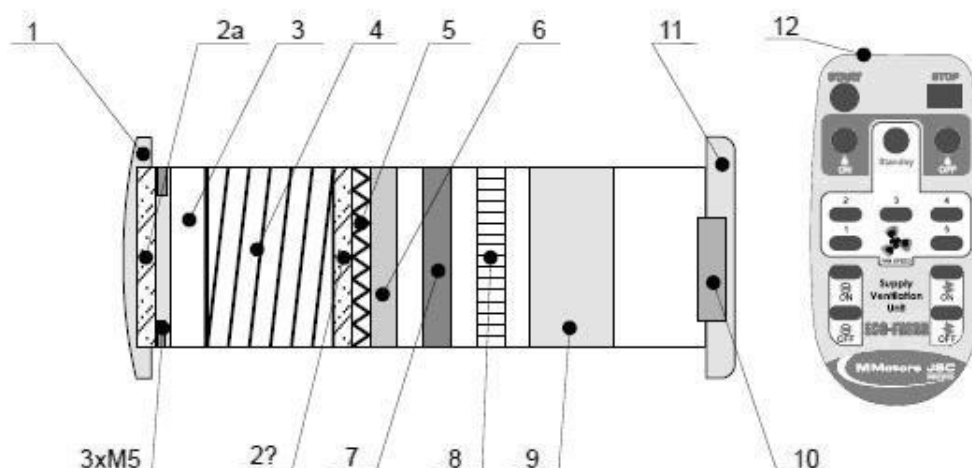


Рис. 3. Схема «Эко-свежесть 05»

1. Наружная решетка
2. Фильтр (комплект, состоящий из фильтра тонкой очистки класса G4, совмещенного с угольным фильтром).
 - 2a - место установки фильтров при наличии доступа к наружной решетке;
 - 2б - место установки фильтров при отсутствии доступа к наружной решетке.
3. Металлический обратный клапан.
4. Воздуховод (регулируемый по длине).
5. Обогреватель (ТЭН, 420-840 Вт) – импульсный режим обеспечивает его экономичную работу.
6. Термостат – управляет обогревателем и обеспечивает заданную (23°C) температуру приточного воздух (при температуре воздуха выше 17°C подогреватель не включается).
7. Термопредохранитель - предохраняет систему от перегрева.
8. Ионизатор – насыщает воздух отрицательными ионами, уничтожает болезнетворные микробы, предотвращает появление плесени и грибков, устраняет неприятные запахи (только у моделей с индексом И в названии).
9. Вентилятор.
10. Гигростат – контролирует влажность воздуха.
11. Внутренняя декоративная решетка (широкая цветовая гамма).
12. Пульт дистанционного управления.

В среднем «Эко-свежесть 03 и 05» обойдется клиенту в 25 и 30 тыс.руб соответственно. Установка и монтаж системы составит от 4 до 6 тыс.руб цена зависит от толщины стены, в которую будет монтироваться система.

Таким образом, в статье рассмотрены наиболее популярные системы децентрализованной вентиляции, которые пользуются большим спросом на рынке вентиляционных систем. Стоит всегда помнить о том, что выбор осуществляет заказчик, но нормы микроклимата, которые должна создавать вентиляция никто не отменял.

Библиографический список

1.Инженерное оборудование URL: http://www.eneq.ru/prod_elements/klapans/kiv.html (дата обращения: 15.01.2015).

2.Приточно-вытяжная установка Прана-200С Рекуператор // Прана РУС URL: <http://www.prana-rus.ru/pritochno-vytyazhnaya-ustanovka-prana-200C-rekuperator-d3.htm> (дата обращения: 15.01.2015).

3.Эко-свежесть 05 // ВЕНТНАЗ URL: http://www.ventnaz.ru/ustanovki_pritochnye/eko-svezhest_05.php (дата обращения: 15.01.2015).

ТИТАНОВ ИВАН МИХАЙЛОВИЧ – магистрант, Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых, Россия.

СВИНЦОВА АЛЁНА СЕРГЕЕВНА – магистрант, Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых, Россия.

УДК 628.87

*И.М. Титанов, А.С. Свинцова***О ВОЗДУШНОМ ОТОПЛЕНИИ В СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЯХ**

В статье рассматривается нестандартный проект систем воздушного отопления складского комплекса хранения алкогольной продукции площадью 1200 м². Рассказаны основные особенности альтернативного решения, его ключевые моменты и нюансы. Для наглядности в статье приведены схемы, планы и фотографии выполненного решения.

Ключевые слова: складское помещение, воздушное отопление, теплогенератор, альтернативное решение, воздухораспределение.

Суровая конкурентная борьба между производителями того или иного вида продукции заставляет собственников промышленных объектов снижать себестоимость выпускаемой продукции за счет поддержания оптимального уровня затрат на производственный процесс и организацию сбыта продукции.

Проблема выбора наиболее экономного варианта отопления производственных площадей играет далеко не последнюю роль в вопросе снижения себестоимости.

Воздушное отопление складских, производственных и бытовых помещений является одним из наиболее эффективных и экономически выгодных вариантов устройства системы отопления, позволяющих поддерживать требуемую температуру в течение всего рабочего цикла.

В последние годы воздушное отопление стало одним из основных способов поддержания заданной температуры в помещении. Преимущества этого типа обогрева очевидны:

- высокий тепловой КПД всей системы отопления (90...94% для централизованной системы);
- лучшая экологическая обстановка в помещениях, возможность совмещения с системой приточной вентиляции; малая инерционность;
- отсутствие промежуточного теплоносителя, что позволяет отказаться от строительства и содержания малоэффективной для больших помещений системы водяного отопления, котельной, теплотрасс и системы водоподготовки;
- исключаются также потери в теплотрассах и необходимость в их ремонте, что резко снижает эксплуатационные расходы;
- высокая степень автоматизации позволяет вырабатывать тепло в точном соответствии с потребностями; высокая экономическая эффективность – срок окупаемости капитальных затрат обычно не превышает одного-двух отопительных сезонов.

Воздушное отопление, как правило, представляет собой теплогенератор либо водяной калорифер, осуществляющий подогрев воздуха, и систему разветвленных воздухопроводов, предназначенных для транспортировки воздушных потоков в обогреваемые зоны цеха либо склада, в данной статье будет рассмотрен проект воздушного отопления на базе дизельных тепловых пушек.

В статье рассматривается проект систем воздушного отопления складского комплекса хранения алкогольной продукции площадью 1200 м².

Данный проект был выполнен в соответствии с действующими нормативными документами:

- СП 60.13330.2012 «Отопление, вентиляция и кондиционирование». Актуализированная редакция СНиП 41-01-2003;
- СП 57.13330.2011 «Складские здания».

Исходными данными являлись температура наружного воздуха наиболее холодной пятидневки обеспеченностью 0,92: - 25 °С.

Особенностью данного проекта является его нестандартность, а именно сбор теплоты, создаваемый теплогенераторами непрямого нагрева на базе тепловых пушек («Neoclima» Греция) при помощи вытяжного зонта, который соединяется с центробежным вентилятором и раздачей нагретого воздуха по помещению.



Рис. 1. Тепловые пушки «Neoclimate»

Тепловые пушки «Neoclimate» являются воздушонагревателями непрямого нагрева воздуха путем сжигания дизельного топлива в камере сгорания. Максимальный расход топлива тепловыми пушками составляет 14,4 кг/час. Все оборудование сертифицировано и имеет разрешение Госгортехнадзора России.



Рис. 2. Система воздушного отопления

Воздухонагреватели систем П1 и П2, согласно проекту, были расположены в складском помещении в осях 1/Б и 2/А соответственно.

Расход воздуха одной системы воздушного отопления составлял 3800 м³/час.

Так же предусматривалось защитное ограждение вентиляционного и теплового оборудования.

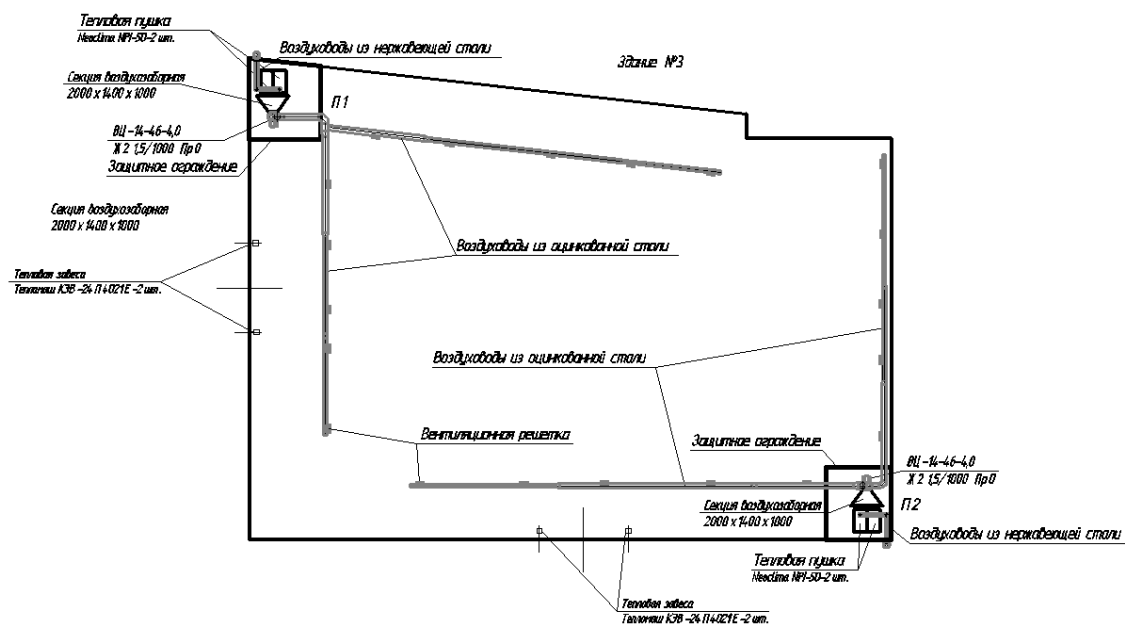


Рис. 5. План воздушного отопления

Для теплового и вентиляционного оборудования были предусмотрены два шкафа управления, расположенные в электрощитовой складского помещения.

Таким образом, используя только 4 тепловые пушки и 2 радиальных вентилятора, которые располагались в углах склада, создавался оптимальный тепловлажностный режим для хранения алкогольной продукции. Проводя сравнения со стандартной схемой воздушного отопления (приточные установки с калориферами или теплогенераторами на базе «Тепловоя» или «Томира»), следует, что реализованная система оказалась в 3,5 раза дешевле и в 2 раза экономичней в эксплуатации.

Библиографический список

1. СП 60.13330.2012 «Отопление, вентиляция и кондиционирование» Актуализированная редакция СНиП 41-01-2003.
2. СП 50.13330.2012 «Тепловая защита зданий» Актуализированная редакция СНиП 23-02-2003.
3. СП 57.13330.2011. «Складские здания» Актуализированная редакция СНиП 31-04-2001.

ТИТАНОВ ИВАН МИХАЙЛОВИЧ – магистрант, Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых, Россия.

СВИНЦОВА АЛЁНА СЕРГЕЕВНА – магистрант, Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых, Россия.

Информация для авторов

Журнал «Вестник магистратуры» выходит ежемесячно.

К публикации принимаются статьи студентов и магистрантов, которые желают опубликовать результаты своего исследования и представить их своим коллегам.

В редакцию журнала предоставляются **в отдельных файлах** по электронной почте следующие материалы:

1. Авторский оригинал статьи (на русском языке) в формате Word (версия 1997–2007).

Текст набирается шрифтом Times New Roman Суг, кеглем 14 pt, с полуторным междустрочным интервалом. Отступы в начале абзаца – 0, 7 см, абзацы четко обозначены. Поля (в см): слева и сверху – 2, справа и снизу – 1, 5.

Структура текста:

- **Сведения об авторе/авторах:** имя, отчество, фамилия.
- **Название статьи.**
- **Аннотация** статьи (3-5 строчек).
- **Ключевые слова** по содержанию статьи (6-8 слов) размещаются после аннотации.
- **Основной текст статьи.**

Страницы **не нумеруются!**

Объем статьи – не ограничивается.

В названии файла необходимо указать фамилию, инициалы автора (первого соавтора). Например, **Иванов И. В.статья.**

Статья может содержать **любое количество иллюстративного материала**. Рисунки предоставляются в тексте статьи и обязательно в отдельном файле в формате TIFF/JPG разрешением не менее 300 dpi.

Под каждым рисунком обязательно должно быть название.

Весь иллюстративный материал выполняется оттенками **черного и серого цветов**.

Формулы выполняются во встроенном редакторе формул Microsoft Word.

2. Сведения об авторе (авторах) (заполняются на каждого из авторов и высылаются **в одном файле**):

- имя, отчество, фамилия (полностью),
- место работы (учебы), занимаемая должность,
- сфера научных интересов,
- адрес (с почтовым индексом), на который можно выслать авторский экземпляр журнала,
- адрес электронной почты,
- контактный телефон,
- название рубрики, в которую необходимо включить публикацию,
- необходимое количество экземпляров журнала.

В названии файла необходимо указать фамилию, инициалы автора (первого соавтора). Например, **Иванов И.В. сведения.**

Адрес для направления статей и сведений об авторе: magisterjourn@gmail.com

Мы ждем Ваших статей! Удачи!

Для записей