

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ

ШЕСТЬДЕСЯТ ДЕВЯТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ГУАП

Часть II

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Сборник докладов

18-22 апреля 2016 г.



Санкт-Петербург
2016

УДК 001
ББК 72
Ш51

Ш51 Шестьдесят девятая международная студенческая научная конференция ГУАП:
Сб. докл.: В 2 ч. Ч. II. Гуманитарные науки / СПб.: ГУАП., 2016. 446 с.: ил.
ISBN 978-5-8088-1123-2(Ч. II)
ISBN 978-5-8088-1121-8

Представлены доклады Шестьдесят девятой международной студенческой научной конференции ГУАП, прошедшей в апреле 2016 г.

Научные работы студентов ГУАП посвящены актуальным проблемам авиационного и аэрокосмического приборостроения, проблемам развития новых информационных технологий, радиотехники, электроники и связи, современным проблемам экономики, философии и права.

Под общей редакцией
доктора юридических наук, профессора
В. М. Боера

Редакционная коллегия:

А. Р. Бестугин, доктор технических наук, доцент,
А. С. Будагов, доктор экономических наук, доцент,
Е. А. Крук, доктор технических наук, профессор,
К. В. Лосев, доктор экономических наук, доцент,
И. А. Павлов, кандидат военных наук, доцент,
Е. Г. Семенова, доктор технических наук, профессор,
М. Б. Сергеев, доктор технических наук, профессор,
В. А. Фетисов, доктор технических наук, профессор,
Н. А. Чернова, кандидат экономических наук,
Л. И. Чубраева, доктор технических наук, профессор,

Ответственный секретарь редакционной коллегии *В. Н. Соколова*

ISBN 978-5-8088-1123-2(Ч. II)
ISBN 978-5-8088-1121-8

© Санкт-Петербургский государственный
университет аэрокосмического
приборостроения, 2016

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Философия. Политика. Наука

УДК 304.3.

И. С. Григорьева

студентка кафедры информационно-сетевых технологий

М. Л. Бурова

(канд. филос. наук, доцент) – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЖИЗНЬ ЛЮДЕЙ

Внедрение современных технологий меняют сложившийся уклад жизни людей, делают ее информационно насыщенной и технически сложной. Мы сталкиваемся с информационными технологиями в повседневной жизни, в процессе образования, получения услуг, с их распространением мы получили возможность преодолевать пространство и время, понимать другие культуры, знакомиться с новыми людьми. Воздействие современных технологий носит системный характер, необходимость их использования вызывает потребность в новых знаниях, умениях и обеспечивает технический прогресс. Влияние информационных технологий может иметь для человека и отрицательные последствия, активно обсуждаемые в современной философской литературе, посвященной проблемам информационного общества.

Современные информационные технологии меняют не только образ жизни нашего современника, но и продолжительность и качество его жизни, что во многом связано с их внедрением в сферу медицины и здравоохранения. Медицина – это научные знания и деятельность, направленные на укрепление и сохранение здоровья, продление жизни людей, предупреждение и лечение болезней людей. Это одна из важнейших наук, поскольку она связана с главной ценностью – жизнью человека. Медицина занимает особое место в научной и практической деятельности человечества. Каждый человек заинтересован в укреплении и сохранении своего здоровья или оказании быстрой помощи и эффективном лечении в случае болезни.

Не удивительно, что информационные технологии, которые занимают все более активное место в различных сферах деятельности, не могли не проникнуть в такую инфраструктуру, как медицина и здравоохранение. Привлечение IT-технологий в медицину позволяют повысить эффективность работы медицинского персонала, улучшить качество оказываемых пациентам услуг, повысить рентабельность медицинских учреждений.

Исторически этот процесс детерминирован качеством, эффективностью и обслуживанием вычислительной техники. В нашей стране, как и во всем мире, использование компьютерных технологий в медицине началось в начале 1950-х гг., когда только стали появляться компьютеры. Первоначально ЭВМ были чрезвычайно громоздкими и дорогими, из-за чего количество их было ограничено. Они занимали целые здания и требовали большого количества обслуживающего персонала. Основной задачей была статистическая обработка данных для научно-медицинских исследований, также принимались первые попытки по автоматизации процесса диагностики. В 1959 г. была организована первая лаборатория медицинской кибернетики в институте хирургии им. А. В. Вишневского (под руководством М. Л. Быковского). В этой же лаборатории в 1961 г. была установлена первая в медицинских учреждениях СССР ЭВМ первого поколения «Урал-2». Были организованы также лаборатории медицинской кибернетики в ряде институтов Академии Наук.

В 60-е и 70-е гг., с появлением более компактных ЭВМ возрастает и их количество. Активно развиваются работы по консультативной диагностике и прогнозированию течения заболеваний. В 1962 г. в Институте нейрофизиологии и высшей нервной деятельности на управляющей ЭВМ «Днепр-1» был проведен эксперимент по изучению некоторых функций мозга. Проводились работы по автоматическому анализу различных физиологических кривых (ЭКГ, ЭЭГ и тому подобные). Начался процесс активного внедрения вычислительной техники в научно-медицинские исследования.

В 70-е и 80-е гг. вычислительными машинами стали оснащать практически все медицинские научно-исследовательские институты, а также первые крупные лечебно-профилактические учреждения. Создаются первые автоматизированные системы профилактических осмотров населения; появились прообразы современных медицинских регистров по туберкулезу, онкологическим заболеваниям, начались работы по стыковке медицинской аппаратуры с ЭВМ. Развитие консультативно-диагностических систем привело к созданию консультативных центров.

В 80-е и 90-е. разрабатываются скрининговые системы. С появлением персональных компьютеров связан рост разнообразных систем для функциональных исследований. С начала 90-х гг. произошла фактическая стандартизация средств вычислительной техники в здравоохранении, в медицинской отчетности, в системе медицинского страхования. Основным типом ЭВМ стал персональный компьютер. В настоящее время процесс информатизации медицины активно развивается и насыщенность техническими средствами медицинских учреждений выходит на оптимальный уровень, количество подготовленного персонала с каждым годом растет [1].

Наиболее заметно воздействие информационных технологий в области медицинского образования, диагностике и лечении, и медицинского учета.

С помощью Интернета студенты-медики могут находиться в контакте с преподавателями за пределами учебных зданий. Кроме того, Интернет предоставляет возможность для получения последней актуальной информации по различным аспектам здоровья и болезней, также с его помощью можно проконсультироваться с коллегами из других стран. Уходит в прошлое требование «лечить у постели больного» или присутствовать в клинике для консультирования.

Широко используются интерактивные материалы для изучения гистопатологии, анатомии и шумов сердца. Разработаны анатомические трехмерные атласы различных внутренних органов с помощью компьютерной томографии и магнитно-резонансной томографии. Разработка имитатора «Advanced Support Life» способствовала развитию в медицинском образовании клинических навыков, таких как интерпретация ЭКГ, влияние различных наркотиков, инъекций, дефибрилляций, без контакта с реальным пациентом. В настоящее время использование «виртуальной реальности» с высокоразвитыми технологиями медицинского моделирования и медицинских баз данных предоставляют студентам-медикам широкий спектр сложных медицинских ситуаций. Симуляторы могут имитировать различные клинические процедуры, такие как катетеризация, лапароскопия, бронхоскопия и т.д. С новой технологией студенты могут виртуально пройти внутрь человека и осмотреть любой орган, как он на самом деле выглядит снаружи и изнутри. Но это и создает ограниченность восприятия, которое предполагает не только зрение и слух, но и осязание, ограничивается применение традиционных эмпирических методов (пальпации, перкуссии). Как отмечает Доманова С. А., «одной из таких проблем современной медицины является ее стремительная технологизация, когда врач зачастую становится инженером, когда между врачом и исследуемым им организмом целый арсенал высокоточных приборов» [2, С. 127].

Информационные технологии активно используются для разработки электронных медицинских записей. Эта технология помогает преобразовать медицинскую информацию в единую базу данных, позволяет медицинским работникам получить доступ к соответствующей информации о пациентах, такой как история болезней и прописанных лекарств, информации о страховке и тому подобное, с помощью одного клика. Электронные медицинские записи весьма перспективны в клинической практике. ЭМЗ помогают сократить затраты времени на оформление документации, улучшить результаты лечения и сократить врачебные ошибки [3]. Но препятствием во внедрении

электронных медицинских записей является то, что далеко не все умеют пользоваться компьютерами и не владеют навыками их обслуживания.

Отходу от патернализма в системе отношений врача и пациента все больше способствует доступность новейшей медицинской информации о заболеваниях, методах и способах их лечения. В рамках парадигмы информированного согласия (или коллегиального подхода), когда пациент может и имеет право участвовать в принятии клинического решения, активно используется информация из Интернета. Многие врачи допускают для себя обсуждение этой информации, поскольку улучшается взаимопонимание врача и пациента без дополнительных объяснений. Но все же существует риск того, что больной может заниматься самолечением, не получив консультацию перед этим у врача лично или онлайн. При обращении к тем или иным Интернет-ресурсам пациентам стоит руководствоваться рекомендациями специалистов, быть осторожными с веб-сайтами, которые рекламируют или продают продукцию или лекарства. Всемирная сеть способствовала развитию и такой сферы, как Интернет-медицины. Через Интернет можно производить трансляцию процедур и операций в образовательных целях. Однако Интернет может рассматриваться как основная база для непрерывного обучения только при наличии высокоскоростных каналов.

Таким образом, Интернет позволяет людям принимать участие в своем лечении, дает возможность сгладить неравенство в доступности медицинской помощи путем распространения потребительской и профессиональной информации или удаленного доступа к медицинским службам.

Внедрению информационных технологий в медицину препятствуют их зависимость от экономической, юридической и технической практики. Компьютеры и Интернет-услуги до сих пор являются предметом роскоши во многих частях мира. Также проблемой может послужить защита медицинской информации, сохранение врачебной тайны. Взлом такой информации хакерами и возможность шантажа пациентов и медицинских учреждений делают эту информацию возможным предметом торговли.

Недостатком также может быть отсутствие продуманной и эффективной законодательной базы, связанной с внедрением информационных технологий в медицину. Все имеющиеся документы находятся в постоянной реорганизации и доработке. Еще одним существенным недостатком внедрения информационных технологий в медицинскую сферу является человеческий фактор, ошибки, связанных с вводом данных. Обеспечение эффективности информационных технологий в медицине невозможно без людей со специальными навыками, что требует финансовых затрат.

Обобщая все сказанное ранее, можно сделать вывод о том, что применение современных технологий в медицине позволяет улучшить качество медицинских услуг, увеличить эффективность работы медицинского персонала, оптимизировать затраты на обеспечение лечебного процесса, улучшить эффективность работы лечебно-профилактического учреждения, повысить удовлетворенность пациентов и врачей, автоматизировать сбор и подготовку обязательной отчетности. Результаты более точной диагностики, которая стала возможна благодаря технологиям, позволили врачам лучше диагностировать и начинать лечить своих пациентов с самых ранних стадия болезней, способствовали увеличению средней продолжительности жизни, резко уменьшили смертность среди новорожденных. Такие данные не могут не радовать, ведь для каждого человека важно его здоровье, качество и доступность лечения.

Библиографический список

1. Основы медицинской информатики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://100-edu.ru/informatika/16654/index.html> (дата обращения 10.07.2013).
2. Доманова С.А. Концепт гуманитарной медицины как фундаментальная антропологическая константа. // Философские науки, 2014, № 11. С. 124-129.

3. Информационные технологии в здравоохранении первой половины 21 века // Электронный научный журнал «Программные продукты, системы и алгоритмы», 2013г., вып. 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://swsys-web.ru/information-technology-in-health-care.html> (дата обращения 10.07.2013).

УДК 159.922

Д. В. Гусев

студент кафедры бортовой радиоэлектронной аппаратуры

С. Ю. Коломийцев

(канд. филос. наук) – научный руководитель

ВЗАИМОСВЯЗЬ МОЗГА И СОЗНАНИЯ

Начиная с древних времён и до наших дней, люди задумывались и задумываются о том, что такое сознание и как оно устроено. Так, к примеру, Гераклит полагал, что сознание является частью бесконечного огня, мирового разума – Логоса, выступающего как первоначало всего сущего; Парменид считал, что бытие и мышление едины.

Позже сознание всё чаще появляется в рассуждениях философов и в Новое время становится центральным направлением изучения философии в трудах Локка и Юма, Декарта и Спинозы. Что касается роли сознания в философии, Артур Шопенгауэр в XIX веке высказал мнение, что сознание есть «загвоздка Вселенной», подразумевая, что само сознание, как и Вселенная, остаются загадкой для человека. А современный американский философ Ричард Рорти провозгласил философию сознания единственным действительно актуальным направлением философии.

Что такое мозг и какая у него роль, мы все знаем в большей или меньшей степени. «Мозг выполняет бесчисленное множество действий, например, контролирует дыхание, чтобы поддерживать нужное содержание кислорода в крови, а также кровяное давление, чтобы свежая, насыщенная кислородом кровь поступала к голове. Мозг регулирует и почти все другие вегетативные функции вашего тела, от концентрации питательных веществ в крови (их нехватка служит одним из сигналов для повторного принятия пищи) до температуры тела, количества воды, необходимого организму для сохранения водного баланса, и гормонального статуса, от которого зависит, растут у вас бакенбарды или нет. Мозг активно выполняет эти и многие другие обязанности, сохраняя в то же время энергию для осуществления специальных планов, которые он всегда держит наготове для экстренных случаев» [1]. Также он отвечает за взаимодействие человека с внешней средой.

Характерной чертой психики человека можно назвать осознанность множества процессов его внутренней жизни. Сознание – функция человеческого мозга. Его часто определяют как «высший уровень психического отражения действительности, присущий только человеку как общественно-историческому существу» [2]. Раскрывая такое определение, Д. И. Дубровский подчеркивает, что сознание предполагает осознание не только внешних объектов, но и осознание себя как личности и своей психической деятельности [3]. В то же время П. В. Симонов акцентирует внимание на коммуникативной функции сознания. Сознание определяется им «...как знание, которое с помощью слов, математических символов и обобщающих образов художественных произведений может быть передано, может стать достоянием других членов общества» [4]. Из такого определения можно сделать вывод, что появление сознания напрямую зависит от развития специальных средств передачи информации, центральной из которых является речь. И действительно, большинство исследователей придерживаются мнения о ведущей роли речевой деятельности в феномене сознания.

И хотя о сознании впервые задумались философы, тема связи мозга и сознания практически полностью перешла в область естественных и точных наук. Долгое время считалось, что решение этой сложнейшей проблемы будет достигнуто лишь в далеком будущем. Но стремительное развитие науки о мозге открыло новые горизонты в исследовании данной темы. Прогресс в этой области во многом обязан появлению методов «изображения живого мозга», подобно функционально-магнитному резонансу, позитронно-эмиссионной томографии и многоканальной записи электрических и магнитных полей мозга. Разработанные приборы дали возможность рассмотреть на экране, какие зоны активизируются при выполнении той или иной задачи. Учёные обрели возможность получать соответствующие изображения в виде красочных карт мозга [5]. Функциональная асимметрия мозга доказывает связь сознания и функций доминантного речевого полушария. Речевая функция локализована в левом полушарии. Асимметрия характерна не только для речи, но и для других психических функций. На данный момент открыто, что левое полушарие отвечает за осуществление речевых и других связанных с речью функций. У правого полушария обычно выделяют функции и процессы протекающие на чувственном уровне. Необходимо также подчеркнуть, что специализация полушарий происходит в процессе индивидуального развития человека [6]. Поиск вероятных механизмов сознания на основе функциональной межполушарной асимметрии мозга привел к идеи о межполушарном распределении функций сознания. К примеру, вербальное сознание расположено в левом полушарии (у правой), а самосознание – в правом полушарии. Из-за чего травмы правого полушария ведут к личностным нарушениям, а левого полушария – к речевым.

Исследование темы показало, что вопрос о тесной связи мозга и сознания окончательно не решён. Исследователи, придерживающиеся философии монизма, занимающиеся данной проблемой, считают, что разгадку механизмов психики поведения можно будет отыскать изучая нейроны, нейронные сети, функциональное картирование мозга. Однако это не единственная возможная точка зрения. Например, Наталья Бехтерева, советский и российский нейрофизиолог, академик РАН, ставит под сомнение, что сознание есть продукт мозга. В своей книге она пишет: «Углубление в исследования мозга, в том числе на основе принципиально новых, сейчас еще не созданных технологий, может дать ответ на вопрос, существует ли мозговой код мышления. Если ответ (окончательный!) будет отрицательным и то, что мы наблюдаем, не является кодом собственно мышления, тогда перестройки импульсной активности, соотносимые с активированными при мыслительной деятельности зонами мозга, – своего рода «код вхождения звена в систему». При отрицательном ответе надо будет пересматривать и наиболее общие и наиболее важные позиции в проблеме «Мозг и психика». Если ничто в мозге не связано именно с тончайшей структурой нашего «думанья», тогда какова в этом «думании» роль мозга? Только ли это роль «территории» для каких-то других, не подчиняющихся мозговым закономерностям процессов? И в чем их связь с мозгом, какова их зависимость от мозгового субстрата и его состояния?» [7].

Подводя итоги:

Во-первых, мы узнали, что сознание существует, пока существует головной мозг человека. Если происходит нарушение целостности структуры мозга или его разрушение, тогда сознание тоже разрушается. Сознание свойственно только людям и является связанной с речью функцией мозга.

Во-вторых, мозг с его сложной структурой и огромным количеством протекающих в нём процессов является фундаментом, опорой сознания. Сознание тесно связано с происходящими в мозгу процессами. В следствие чего смерть мозга ведет за собой и смерть сознания.

Таким образом, хотя вопрос о связи мозга и сознания остается открытым, я отдаю своё предпочтение мнению, что сознание неразрывно связано с функционированием головного мозга: невозможно разделить мысль и материю, которая мыслит.

Библиографический список

1. Блум Ф., Лейзерсон А., Хофстедтер Л. Мозг, разум и поведение. М., 1988. С.13
2. Краткий психологический словарь / под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1985. С.328.
3. Дубровский Д.И. Информация. Сознание. Мозг. М.: Высшая школа, 1980.
4. Симонов П.В. Эмоциональный мозг. М.: Наука, 1981. С. 169.
5. Иваницкий А.М., Стрелец В.Б., Корсаков И.А. Информационные процессы мозга и психическая деятельность. М.: Наука, 1984.
6. Маклаков А.Г. Общая психология. СПб.: Питер, 2005. С. 112.
7. Бехтерева Н. Магия мозга и лабиринты жизни. СПб.: Нотабене, 1999.

УДК 314.172

А. Д. Емелин

студент кафедры проблемно-ориентированных вычислительных комплексов

Т. М. Смирнова

(д-р ист. наук, профессор) – научный руководитель

МОЛОДЁЖЬ И РИСКИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОГРЕССА

В этом докладе будут рассматриваться актуальные на 2016 год проблемы молодежи, связанные с развитием современной информационной среды и техническим прогрессом.

Во все времена существовали люди, которые стремились к новым знаниям, изобретали устройства, облегчающие нашу жизнь, будь то счеты (абак), созданные за три тысячелетия до нашей эры в Древнем Вавилоне, или то, к чему привели многочисленные исследования в области вычислительной техники – персональный компьютер и портативные устройства, способные его заменить (смартфоны, планшеты, и т. д.). Трудно представить, что та аппаратура, к которой современное поколение привыкло, изобретена всего около 20–30 лет назад. Недаром наш век назван «Информационной эрой». Но как показывает практика, не все так просто. С каждой новой технологией и достижением в науке возникает ряд проблем, которые требуют своевременного решения. Так, на данном этапе развития человечества большинство из них связано с современной техникой.

Ни для кого не секрет, что одна из самых актуальных проблем XXI века – игровая зависимость. Психологи всего мира рассматривают игроманию наравне с другими «традиционными» заболеваниями, такими, как наркомания или алкоголизм. Пока данный диагноз еще не внесен в Международную классификацию болезней, ведь всего 10–12 % людей попадают под воздействие пагубного влияния. [1] Наравне с игроманией существует интернет-зависимость – похожая проблема нашего столетия. Исходя из важности деления данных терминов, далее будут рассмотрены обе аддикции: интернет зависимость; компьютерная зависимость

Используя статистические данные, полученные мной во время исследования данной проблемы, можно отметить, что время нахождения за компьютером и использование Интернета значительно преобладает у молодежи (16–30 лет), нежели у людей старше 30 (табл.1). При этом среди молодежи 37 % женщин пользуются современными портативными устройствами, в то время как из старшего поколения лишь 29 % (табл.2). В рамках опроса также был учтен тот фактор, что устройство используется в рабочих целях¹ [2].

¹ Социальный опрос проводился автором в группах ГУАП «Вконтакте»: https://vk.com/podslushano_guar, <https://vk.com/spb.guar>.

Таблица 1

Проводимое время в Интернете/за компьютером в день, ч	16–30 лет (446 чел.), %	> 30 лет (211 чел.), %
< 1	5	7
1–2	6	14
2–4	25	34
4–8	32	29
> 8	32	16

Таблица 2

16–30 лет (446 чел.)		> 30 лет (211 чел.)	
Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
63%	37%	71%	29%

Необходимость использования современных технологий приводит к огромной трате времени. К примеру, играя в любимую игру или «гуляя» по просторам Интернета, зачастую люди не могут остановиться. Из-за нехватки времени пропадают социальные контакты, все реальные увлечения уходят на второй план, возникает состояние стресса, которое приводит к проблемам в быту, на работе и учебе. В свою очередь, психологические проблемы соседствуют с физиологическими: недосып, потеря фигуры из-за малоактивного образа жизни, ухудшение зрения, осанки и т. д.

Большинство игроков заметно меняются в характере – становятся более грубыми, раздражительными и неразговорчивыми. На вопросы и просьбы они отвечают, что «нет времени» или «потом», при этом «потом» наступает совсем не скоро (если до него вообще доходит). Возникает такая проблема, в основном, из-за «скучной» реальной жизни, в которой игроки не могут или не смогли найти себе интересного занятия, в которой из-за их комплексов «им нет места», учеба надоедает, работа кажется монотонной, трудно преодолеть «стену» общения, одним словом, социальные проблемы. В этом случае они уходят в другой тип реальности – виртуальную, где любой может стать тем, кем захочет. Мир, в котором нет бытовых, социальных, физических проблем, поднимает сразу настроение, выводит человека из апатии и вследствие этого, по своей натуре, человек выбирает то место, где он чувствует себя лучше, счастливее – в игре.

Также при долгом времяпровождении за компьютером люди с менее крепкой психикой начинают принимать виртуальные аспекты за реальность. Игровая среда представляет собой, как правило, место, где идет соревновательный процесс – будь то «гонки», «шутеры» (от слова «shoot» – стрелять), «сетевые многопользовательские игры», в которых любой спор решается по закону «кто сильнее – тот и прав». В реальности такому человеку кажется, что все против него, что каждый «враг». Именно так трактуются случаи, в которых игроки идут на убийство, не отдавая при этом себе отчета.

По мнению психиатров, главная проблема – родители не всегда замечают, как игра превращается в жестокую болезнь. Эксперты говорят: трех часов в день вполне достаточно, чтобы стать настоящей машиной для убийств, и отнюдь не виртуальной. В Америке, где количество подобных преступлений растет уже не первый год, даже проводят специальные лекции для подростков – как не стать жертвой виртуальной зависимости. [3]

Данному психическому срыву подвержены не только подростки, но и взрослые. Трудно понять, кто может попасть под воздействие игры, а кто нет, но душераздирающие истории про родителей, которые собственноручно «душат» и «избивают» до смерти годовалых детей, или же дети, способные без раздумий «зарезать» своих родителей, – заставляют к этой проблеме относиться крайне серьезно и требуют обращать на себя внимания еще на стадии раннего увлечения.

В отличие от «традиционных» зависимостей, игровая с течением времени снижает активность воздействия. 40 % игроков отдают себе отчет или, по крайней мере, задумываются о смысле

игры, о том, что она может не приносить пользы, а только вред, что на нее уходит слишком много времени и т. д. В жизни появляются новые увлечения, появляется потребность в общении, желании завести семью. Все это рано или поздно «вытягивает» человека из оков виртуальной реальности, но для этого может потребоваться достаточно долгий промежуток времени.

С Интернет-зависимостью все гораздо сложнее. Тут уже труднее выйти из «клетки». Люди, сидящие в Интернете, перестают замечать ход времени. Они способны тратить до 10, а то и более часов в день, находясь «онлайн». При этом им кажется, что они полностью контролируют себя и не зависимы от социальных сетей, информационных каналов и прочих Интернет-ресурсов. Но, как показали эксперименты, если заставить современного подростка отказаться от нахождения в Интернете, то мало кто выдержит такой нагрузки на эмоциональную сферу. Начинается депрессия, «ломка». Человек теряется в реальном мире, становится раздражительным. Мир становится «тусклым» уже после отказа от любимой «игрушки». Возникает данная зависимость по нескольким причинам: из-за комплексов, признания собственной неполноценности, недостатка внимания и общения, физиологических потребностей и «пассивного» образа жизни.

Из «крепкой сети» Интернета выбраться самостоятельно практически невозможно. Специально для таких случаев существуют анонимные телефоны доверия, позвонив на которые, можно будет высказаться о своей проблеме, проконсультироваться и попросить помощи или же пройти обследование и лечение у психолога. Ни в коем случае нельзя пытаться насильно «оторвать» человека от Интернета или компьютера. Не отдающие себе отчета «Интернет-наркоманы» могут счесть такой поступок угрозой для себя, и обычно это заканчивается плачевно.

Единственный на данный момент способ профилактики данных типов аддикции – появление новых увлечений и интересов. Новые зрительные контакты (поездки, походы, прогулки по достопримечательностям), общение со сверстниками и родными, поддержание связей – ведь человек тогда погружается в виртуальный мир, когда ему не хватает чего-то важного в реальном мире.

В некоторых странах, к примеру в Китае, практикуют оздоровительные лагеря, в которых зависимые занимаются спортом и физическим трудом, в течение трех месяцев проходят ряд оздоровительных процедур [4].

Да, реальная жизнь сложнее виртуальной, но человек реализуется только в реальности – в ней он есть, а не кажется.

Библиографический список

1. Зависимость от компьютерных игр // Википедия [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Зависимость_от_компьютерных_игр (дата обращения 12 июня 2016).
2. ГУАП // Вконтакте. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/podslushano_guar, <https://vk.com/spb.guar> (дата обращения 12 июня 2016).
3. Игроман-потрошитель из Миасса показал полиции, как убивал родную мать // НТВ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ntv.ru/novosti/1546768/> (дата обращения 12 июня 2016).
4. Это надо лечить // Новые известия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.newizv.ru/world/2008-11-12/101392-eto-nado-lechit.html> (дата обращения 12 июня 2016).
5. Краснова С. В. Как справиться с компьютерной зависимостью. М.: Эксмо Пресс. 2008. 149 с.
6. Юрьева Л. Н., Ботьбот Т. Ю. Компьютерная зависимость: формирование, диагностика, коррекция и профилактика. Днепропетровск: Пороги, 2006. 196 с.

УДК 008.2

В. М. Исаков

студент кафедры, инфокоммуникационных технологий и систем связи

С. Ю. Коломийцев

(канд. филос. наук) – научный руководитель

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ЭТАПОВ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕКА И МАШИНЫ

Одним из важнейших направлений развития современной философии является выработка систем взглядов на мир и, в частности, о месте в нем отношений человека и машины. [1] При этом следует отметить аспекты отношений человека и техники и выделить этапы их исторического развития.

Начальный этап развития отношений человека и машины представляет собой:

- Австралопитеки – люди, которые почти не отличались от обезьян, они ходили на двух ногах, и у них большой палец был отставлен в сторону.
- Появление простейших технических средств, которые связаны с функционированием руки, кисти и зубов человека, а именно: изогнутый палец становится прообразом крючка, горсть руки – чашей, в копье, мече и весле нетрудно разглядеть различные положения руки и кисти [1, с.15].

Второй этап развития:

- Человек умелый, имеющий зачатки речи и способный изготавливать простейшие орудия труда.
- Изготовление орудий труда связано с возможностью, в частности, выплавлять металл, что является защитной основой техники.

Третий этап развития:

- Человек прямоходящий, он осуществляет организацию коллективной деятельности на основе активного использования речи.
- Возникает многократный рост технических средств определённого назначения, появляется довольно сложная техника для ремесленного производства.

Четвертый этап развития:

- Человек неандерталец, он имеет высокий уровень развития мозга, возникают основы культуры, в зачаточном состоянии находятся искусство и мораль, отмечается начальная стадия трудовой деятельности.
- Состояние техники характеризуется появлением сложных технических средств, необходимых для решения задач ремесленного производства.

Пятый этап развития:

- Человек разумный изобретает письменность, развивается искусство, наука и мораль.
- Обуславливается проектированием, изготовлением и эксплуатацией оборудования для мануфактурного производства, на базе пара возникает железнодорожный транспорт, техника избавляет человека от тяжелого рутинного труда, значительно повышает производительность производства.

Шестой этап развития:

- Человек на основе научно-технических достижений, компьютеризации общества широко использует информационные технологии, включая безбумажный цикл проектирования – изготовления наукоемких технических систем.
- К техническим средствам и системам следует отнести, в частности, создание и эксплуатацию робототехнических комплексов с искусственным интеллектом, гибких автоматизированных систем производства [2].

Как мы видим, эволюция техники началась намного позже, но идет она гораздо быстрее. Хотя развитие техники постоянно связано с развитием трудов человечества, в скором времени из-за неравенства вычислительных мощностей тенденция может измениться.

На мой взгляд, важнейшей характеристикой современного общества становится связь, в то время как важнейшей характеристикой современной техники является передача данных.

Мы можем наблюдать, что данные характеристики сливаются. Современная медицина научилась пересаживать почти любую часть тела одного человека к другому, сюда относятся и органы чувств, и необходимые органы для жизнеобеспечения человека.

Осталось только пересадить в современную технику несколько органов чувств и связать головной мозг человека с техникой. В этом случае техника не будет уступать человеку и, более того, превосходить его в разы, например, по вычислительной мощности.

Используя историко-философский метод анализа системы человек–техника, можно сделать вывод, что развитие этой системы осуществлялось поэтапно, и следующий этап будет связан с использованием научно-технических достижений в направлении роботизации, создании гибких автоматизированных производств и бионических систем.

Библиографический список

1. Митчем К. Что такое философия техники. М.: Аспект Пресс, 1995. 150 с.
2. Колосов В. Г. Гибкая автоматизация. Концепция авторазвития. СПб.: Политехника, 1992. 389 с.

УДК 004.89

И. М. Левицкий

студент кафедры медицинской радиоэлектроники

С. Ю. Коломийцев

(канд. филос. наук) – научный руководитель

ИНТЕЛЛЕКТ. ЕГО ФИЛОСОФСКИЕ И БИОФИЗИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ. СИСТЕМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Человек – это самый сложный из доступных для изучения объект, а его интеллект и способность мышления являются его главным признаком. Учёные, изучающие искусственный интеллект, поставили своей целью изучение и моделирование этого важнейшего признака. Что такое интеллект? Какова природа мышления? Какие процессы происходят в нашем организме, когда мы видим, чувствуем, думаем, понимаем? Возможно ли хоть как-то понять, как работает наш мозг, и заставить мыслить неживое? На протяжении почти всего своего существования человек задавался этими вопросами, но до сих пор мы не можем на них ответить с полной уверенностью и определённо.

Что же такое интеллект? Одни учёные считают, что интеллект – это умение решать сложные задачи. Другие считают, что интеллект – это способность систем к обучению. Третьи полагают, что интеллект – это возможность взаимодействовать с внешним миром путем общения, т. е. восприятия и осознания воспринятого. Однако полноценным интеллектом можно считать только всё это вместе взятое. Алан Тьюринг, один из основоположников вычислительной техники и теории искусственного интеллекта, полагал, что компьютер или СИИ¹ можно считать разумными, если они способны заставить нас поверить в то, что мы имеем дело не с компьютером, а с человеком. Эта концепция отражена в тесте Тьюринга. Многие учёные считают, что если компьютер пройдет тест

¹ СИИ – система искусственного интеллекта

Тьюринга, то можно будет сказать, что он способен думать и, следовательно, обладает интеллектом и мышлением. Другие учёные считают тест Тьюринга недостаточным и устаревшим. Например, канадский учёный Гектор Левек, специализирующийся в области ИИ¹, предложил иной тест, названный «Схемы Винограда» (названный так в честь американского инженера и философа, первопроходца в области ИИ в Стэнфордском университете Терри Винограда). «Суть этого теста заключается в том, что компьютеру предлагаются вопросы, на каждый из которых можно ответить разными способами, но только один ответ является правильным. Для того чтобы ответить на эти вопросы, их необходимо понять (представить себе). Человеку сделать это не составит труда, однако компьютеру они могут доставить значительные трудности» [2, с. 65].

Пример вопроса:

Приз не подходит коричневому чемодану, потому что он очень велик. Что велико: а) приз; б) чемодан?

На сегодняшний день тест «Схемы Винограда» кажется более объективным, чем тест Тьюринга.

А что же такое мышление? Одно из определений говорит, что «мышление – это активный процесс отражения объективного мира в понятиях, суждениях, теориях и т. п., связанный с решением тех или иных задач, с обобщением и способами опосредованного познания действительности» [3, с. 344]. Проще говоря, мышление – это перенос внешнего мира во внутренний мир и его обработка. В результате своей деятельности человек, обладающий мышлением, выражает свой внутренний мир при помощи действий и общения.

А если говорить о мышлении со стороны биологии и физики? В нашем организме за мыслительную функцию отвечает головной мозг. Мозг человека состоит из белого и серого вещества. Белое вещество представляет собой нейроны, а серое вещество – нервные волокна, которое их соединяют. Нейрон – это электрически возбудимая клетка, обрабатывающая, хранящая и передающая информацию посредством электрических сигналов. Каждый нейрон содержит ядро, тело клетки и отростки (дендриты и аксоны). Нейрон получает информацию через свои дендриты, при этом импульс изменяется в зависимости от типа синапса², передаёт ее дальше через аксон, разветвляющийся на конце на тысячи других синапсов. Нейрон может иметь до десяти тысяч дендритов, принимающих сигналы от других клеток. В головном мозге содержится приблизительно триллион нейронов. Каждый нейрон связан с десятками тысячами других нейронов. Таким образом, биологическая нейронная сеть, составляющая мозг человека, содержит около квадриллиона взаимосвязей.

Каждый нейрон может находиться в двух состояниях – возбуждённом и невозбуждённом. В возбуждённом состоянии нейрон переходит под воздействием электрических сигналов, поступающих к нему от других нейронов, когда эти воздействия имеют определённый «вес». В возбуждённом состоянии нейрон посылает электрический сигнал другим соединённым с ним нейронам или клеткам организма.

Можно сделать вывод, что в физическом смысле мышление – это электрический ток. Каждый момент времени в нашем теле происходят химические реакции, вырабатывающие электрический ток, который, проходя по нейронам по определённому пути с частотой от нескольких единиц до сотен герц и со скоростью от 10 до 450 км/ч, осуществляет регулирование всех наших функций, в том числе и мыслительной.

Казалось бы, всё так просто, ведь нам известен механизм работы наших нейронов, так почему полноценный искусственный интеллект ещё не создан? Потому что, кроме механизма работы, нужны ещё алгоритмы работы. Биологические алгоритмы обработки электрических сигналов, протекающих по нашим нейронам, нам не известны. Понимание механизма работы нейронов вылилось в такое направление как нейрокибернетика. Основная идея этого направления заключается в том, что мыслить может только человеческий мозг. Поэтому устройство, которое способно

¹ ИИ – искусственный интеллект

² Синапс – нервная нить, соединяющая два нейрона или нейрон и получающую сигнал клетку.

мыслить, должно иметь схожую с нашим мозгом структуру, либо повторять её. Таким образом, нейрокибернетика ориентирована на создание программно-аппаратных структур, подобных структуре мозга. Усилия нейрокибернетики были сосредоточены на создании элементов, аналогичных нейронам, т. е. искусственных нейронов, и их объединении в функционирующие системы, т. е. в нейронные сети. Искусственный нейрон, как и биологический, имеет несколько входов и один выход. Через входы искусственный нейрон принимает входные сигналы, которые суммирует, умножая каждый входной сигнал на некоторый весовой коэффициент, которым обладает каждый синапс. «Вес» синапса определяет, насколько соответствующий вход искусственного нейрона влияет на его состояние. Выходной сигнал нейрона может принимать одно из двух значений – ноль или единицу. Таким образом, искусственный нейрон, как и биологический, может находиться в двух состояниях: возбуждённом и невозбуждённом. Если взвешенная сумма входных сигналов не достигает некоторой пороговой величины, то искусственный нейрон остаётся в невозбуждённом состоянии, и его выходной сигнал равен нулю. Если же входные сигналы достаточно интенсивны, и их сумма достигает порога чувствительности, то нейрон переходит в возбуждённое состояние, и на его выходе образуется сигнал, равный единице. «Весовые коэффициенты имитируют электропроводность нервных волокон – силу синаптических связей между нейронами. Чем они выше, тем больше вероятность перехода нейрона в возбуждённое состояние. Соответственно, искусственный нейрон представляет собой пороговый элемент с несколькими входами и одним выходом. Одни из входов искусственного нейрона оказывают возбуждающее действие, другие – тормозящее» [5, с. 29].

В последнее время наблюдается всплеск интереса к нейронным сетям, которые успешно применяются в различных областях – бизнесе, медицине, технике, геологии, физике, математике. «Нейронные сети вошли в практику везде, где нужно решать задачи прогнозирования, классификации или управления. Такой впечатляющий успех определяется несколькими причинами:

- Нейронные сети – исключительно мощный метод моделирования, позволяющий воспроизводить чрезвычайно сложные зависимости. В частности, из-за своей нелинейности.
- Нейронные сети – самообучающиеся системы, они учатся на примерах. Пользователь нейронной сети подбирает представительные данные, а затем запускает алгоритм обучения, который автоматически воспринимает структуру данных.
- Возросшими мощностями вычислительной техники» [4, с. 203].

Нейросети являются самым перспективным и приоритетным направлением в создании СИИ. Уже сегодня СИИ, основанные на нейронных сетях, рисуют картины, пишут стихотворения и песни, делают чёрно-белые фотографии цветными, играют в игры.

В марте 2016 г. нейросетевая СИИ AlphaGo, созданная для игры в го¹, разрабатываемая подразделением DeepMind компании Google, одержала победу над Ли Седолем, одним из лучших мастеров го в мире, со счётом 4:1. С точки зрения создания ИИ, го при внешней простоте сложнее шахмат – в 10^{100} раз. До AlphaGo любые программы играли на уровне любителей, считалось, что до уровня мастеров им ещё десятилетия. Система научилась играть в го на партиях людей. «Искусственные нейронные сети видели столько партий, сколько ни один человек не сыграет за всю свою жизнь. Затем в играх против самой себя система довела навык до уровня, который приносит победу над лучшими из людей. Это не случай шахматных СИИ, когда алгоритм поиска решения задавался полностью вручную. Это одна из лучших наглядных демонстраций силы и скорости СИИ, построенных на основе нейросетей» [1].

Говоря о СИИ, необходимо упомянуть такой вид СИИ, как экспертные системы. ЭС² – вычислительные информационные системы, в которые включены знания специалистов о некоторой

¹ Го (бадук, вэйци) – настольная игра, которая зародилась в Древнем Китае и получила значительную популярность в Южной Корее, Китае и Японии. Игроки размещают на доске определённого размера камни двух цветов. Целью является отгородить на доске область большего, чем оппонент, размера.

² ЭС – экспертные системы

конкретной области, выполняющие функции эксперта при решении задач в этой предметной области. Предметная область может быть любая: медицина, экономика, геология и т. д. ЭС выдают советы, проводят анализ, дают консультации, ставят диагноз и т. д. Практическое применение ЭС на предприятиях способствует эффективности работы и повышению квалификации специалистов. «Экспертные системы положили начало совокупности методов инженерии знаний по созданию высокоэффективных программных средств революционного направления. При этом экспертные системы имеют наиболее значительное практическое достижение в области СИИ. Основные усилия направлены на поиск универсальных методов решения задач, не зависящих от специфики конкретной области. Главное – создание программной оболочки, в которую можно вносить конкретные знания» [4, с. 165].

Главным достоинством экспертных систем является возможность постоянного накопления знаний и сохранение их длительное время. При решении задач, требующих обработки большого объема знаний, возможность возникновения ошибки при переборе очень мала. ЭС, в основном, строятся на основе баз знаний. В последнее время всё больше и больше разработчиков ЭС смотрят в сторону нейросетей.

Таким образом, хочется обратить внимание на то, что наш естественный интеллект, наше мышление всё же не сводится только к адекватной реакции на внешние символы и является чем-то, несомненно, большим, включающим такие вещи, как сознание и субъективная реальность. А искусственный интеллект не обладает сознанием. Это всего лишь компьютерная программа, «умная» настолько, чтобы выполнять поставленные перед ней задачи, которые требуют участие анализа человека. «Сегодня искусственный интеллект – это обширная область исследований и разработок интеллектуальных систем, предназначенных для работы в трудно формализуемых областях деятельности человека. Для задач, решаемых методами искусственного интеллекта, характерно наличие большого числа степеней свободы с числом вариантов поиска решений, приближающимся к бесконечности. В отличие от жёстко определенных компьютерных программ, СИИ сами ищут пути решения поставленной задачи» [5, с. 10]. Исследование СИИ позволит человеку принимать качественные решения в сложной обстановке (лимит времени, анализ большого количества данных и т. д.).

Библиографический список

1. Будько А. AlphaGo против Ли Седоля: итоги и оценки профессиональных игроков в го // GeekTimes. 2016.
2. Коломийцев С. Ю. Тест Тьюринга и искусственное мышление в начале XXI века // Человек. 2015. № 4. С. 59–68
3. Мышление // Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Республика, 2001. 719 с.
4. Ручкин В. Н., Фулин В. А. Универсальный искусственный интеллект и экспертные системы, СПб.: БХВ-Петербург, 2009. 240 с.
5. Ясницкий Л. Н. Введение в искусственный интеллект: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 176 с.

УДК –008.2+001.18

К.В. Мальцев

студент кафедры вычислительных систем и сетей

Л.В. Кудря

(ст. преподаватель кафедры истории и философии) – научный руководитель

ПРОБЛЕМА БЕССМЕРТИЯ В КОНЦЕПЦИИ ТРАНСГУМАНИЗМА

Границы вашего воображения определяются
границами ваших знаний.

Дэниел Деннет

Человек всегда хотел большего. И о еще большем мечтал.

Обработка металла, подчинение силы пара, электричество, радио, полет – список можно продолжать бесконечно. Все это – отражение амбиций и мечтаний человека, достойный человечества. – Технологии.

Но с ростом темпа научно-технического прогресса росли знания, а из них амбиции и мечты человека. Он продолжал изобретать и улучшать механизмы, новые и старые. Пока безграничные амбиции и запредельные желания не заставили человека бросить вызов одному из самых отточенных механизмов планеты – самому человеку, его устройству, организации и глубинным механизмам работы. Бросить вызов – и не найти решения.

Современное общество в развитых странах «построено» на идеях трансгуманизма, а значит – именно там и следует искать ответы на главный вопрос современности – достижение бессмертия.

И хотя на данный момент относительное бессмертие недостижимо (абсолютное бессмертие недостижимо аналогично абсолютной истине) – можно существенно продлить жизнь человека различными инновационными методами, которым и посвящена данная статья.

Наиболее известные, в концепции трансгуманизма, реализуемые практически, способы продления жизни человека на данный момент: а) крионика; б) регенеративная медицина; в) аугментирование. Рассмотрим указанные способы подробнее.

I. Крионика.

Крионика как явление берет свое начало в трудах П.И. Бахметьева. Он впервые доказал экспериментально, что млекопитающие способны переносить охлаждение до температуры ниже 0°C. Он также обосновал возможность длительного сохранения человека в состоянии глубокого замораживания с целью его размораживания в будущем, когда это позволит наука. Бахметьев писал: «Мы останавливаем рукой маятник, и часы останавливаются, они умолкают – они более не живут, но и не умерли, так как стоит лишь толкнуть маятник – и они снова пойдут, заживут прежней жизнью»[8]. В 1962 г. выходят работы Роберта Эттингера/Эвана Купера и ФМ-2030 (FM-2030) (Ферейдун М. Эсфендиари) о крионике (технологии глубокой заморозки).

Стоит заранее отметить, что крионика не только не является наукой, но даже не признана как научное течение, среди многих, но далеко не всех ученых крионика считается не более чем спекуляцией и шарлатанством [12], [14].

В данный момент, процедура крионизирования – случай единичный и крайне дорогостоящий [11], означающий, что после смерти ваше тело или его часть будет заморожено и сохранено в дальнейшем. Поэтому, пока не будут решены следующие проблемы, данную технологию нельзя назвать завершенной:

1. При обычной заморозке организма происходит образование частиц льда, которые при последующей разморозке делают его недееспособным. Решить данную проблему можно подачей специального раствора. Основная проблема состоит в том, чтобы подать раствор на все без исключения участки организма необходимо одновременно. После чего сразу же произвести крионирование [11], [1].

2. Длительное поддержание организма в подобном (крионизированном) состоянии приводит к повреждению клеток, что абсолютно недопустимо [13].

3. Помимо сохранения клеток мозга, необходимо восстановление сознания человека. Крионисты говорят об этом этапе как о самом себе разумеющемся [11], хотя ученые в данный момент даже не имеют четкого представления о том, какие алгоритмы и механизмы нужно задействовать для данного процесса, если возможно в принципе.

4. После крионирования с технической точки зрения вы будете мертвы. Это значит, что также необходима технология воскрешения из мертвых [11].

Но даже если ученым и крионистам удастся преодолеть стоящие перед массовым использованием технологии (крионирования) преграды, следует упомянуть о возможных, на мой взгляд, этических и философских проблемах:

а) отношение общества и государства: процедура крионирования осуществляется после зафиксированного факта смерти человека. Это значит, что и для государства, и для общества эти люди будут в буквальном смысле «ожившими мертвецами». Подобный подход ставит целый ряд вопросов, таких как юридический статус, права и свободы, повторная крионизация в будущем возрожденных субъектов?

б) трансформация внутреннего мира. Многие из переживших клиническую смерть людей изменялись как внешне, так и внутренне, зачастую радикально. Здесь же речь идет о людях, которые были мертвы, возможно, не один десяток лет. Данный промежуток времени мог необратимо повлиять на них;

в) истекшее время. Крионизированные субъекты «переживут» на десятки лет других людей, своих знакомых, друзей и близких. Возможно, что к их пробуждению в живых не останется никого из тех, кого они знали.

II. Регенеративная медицина.

Регенеративная медицина – восстановление пораженной болезнью или поврежденной (травмированной) ткани с помощью активации эндогенных стволовых клеток или с помощью трансплантации клеток (клеточной терапии) [10][9]. Органоиды – искусственно выращенные из стволовых клеток либо созданные методом биопечати «органы». Функционально (по списку выполняемых задач в организме) органоиды заменяют обычные органы человека, хотя внешне могут отличаться от них.

Регенеративная медицина как комплекс прикладных решений продвинулась дальше всех рассматриваемых в данной статье технологий и наиболее привычна современному обществу. Несмотря на это, данная технология все еще далека от массовости и испытывает следующие сложности при исследовании и разработке программ применения:

а) Юридические вопросы при получении детских стволовых клеток из эмбрионов [2]. Использование взрослых стволовых клеток не является достаточно приемлемым решением, так как они более узко специализированы [15]. Также ведутся исследования по трансформации клеток человеческой ткани в стволовые [6].

б) Технология производства органоидов: Как производить? Из чего производить? Первый вопрос активно решается различными областями науки. Второй вопрос варьируется в зависимости от производимого заменителя органа. Стоит сразу отметить, что головной мозг является нейронной сетью и в число органоидов не входит!

в) Технология установки и обслуживания органоидов в организме человека: Куда поставить? В каком количестве? Оба вопроса прямо или косвенно частично вытекают из предыдущего пункта, частично – из принципов «проектировки» организма.

Помимо этого, возникает целый ряд прогнозируемых сложностей, связанных в первую очередь с клеточной терапией, а именно получением детских стволовых клеток из эмбрионов. При анализе данной ситуации возникают следующие вопросы:

а) Заинтересованность врачей. Не будет ли конкретный врач проявлять преступную заинтересованность в том, чтобы его пациентке сделали аборт?

б) Заинтересованность родителей. Не будут ли при том конкретные будущие родители проявлять преступную заинтересованность в том, чтобы женщина сделала аборт?

в) Юридическая неопределенность. Понятие эмбриона во многих случаях довольно размыто. Это означает, что хотя жизнь каждого человека признаётся бесценной, до тех пор пока ребенок не родился, он юридически не является человеком; а значит, его мнение не учитывается, а даже если бы и учитывалось, он не мог бы его выразить.

III. Аугментирование.

Аугментирование (лат. *augmentatio* – «увеличение, усиление, наращивание») – концепция технологии, заключающей в себе установку дополнительного количества имплантатов в случаях, когда это не обосновано физическими недостатками. Имплантаты (нем. *Implantat*) – изделия, используемые для вживления в организм в роли протезов либо в качестве чипа-идентификатора.

Следует отметить текущие сложности реализации, связанные с разработкой и использованием имплантатов, а также исследованием и развитием технологии аугментирования:

а) зависимость имплантатов от ПО (программного обеспечения), которое в свою очередь потенциально уязвимо к хакерским атакам и чувствительно сбоям [3];

б) использование более прочных, доступных и инертных материалов (современная наука близка к решению данной проблемы);

в) исследования физического влияния на организм в случаях установки большого количества имплантатов.

Однако, если общество уже свыклось с идеей имплантирования небольших участков организма и довольно спокойно относится к этому, то аугментирование, помимо своей сложной технической составляющей, уже вызывает неоднозначную реакцию в обществе и, на мой взгляд, ставит целый ряд вопросов, как то:

а) юридические сложности: права, обязанности и контроль аугментированных имплантатами людей [5];

б) моральные вопросы: проблемы оценки, восприятия и отношения к подобным «людям», а также возможные глобальные проблемы мироустройства [5];

в) глубинные субъективные и объективные изменения. Ваши желания зависят от воображения, ваше воображение – от уровня ваших знаний, а уровень знаний – от развития научно-технического прогресса. При подобной формулировке становится очевидно, что многие вещи просчитать сейчас просто невозможно. Ведь научно-технический прогресс приближается к технологической сингулярности, а желания человека зачастую иррациональны, в силу чего их сложно предсказывать.

В заключение стоит добавить, что некоторые из данных технологий уже получили не только апробацию, но и развитие в России:

а) подготовительными этапами и непосредственным производством процедуры крионирования занимается компания КривоРус, пока единственная подобная компания в Российской Федерации [4];

б) в 2013 г. на базе Краснодарской краевой клинической больницы №1 имени С. В. Очаповского был открыт первый в России центр регенеративной медицины [7], а в декабре 2015 г. состоялся 2-ой Национальный конгресс по Регенеративной медицине [1].

«Но где ответы?» – Возможно, скажете вы. Данная статья не дает ответы – она лишь задает вопросы и оперирует фактами. Решение – принимать их и отвечать на них или нет – всегда остается за конкретным человеком. За каждым человеком.

Библиографический список

1. 2-ой национальный конгресс по Регенеративной медицине. [электронный ресурс] // url: <http://medego.ru/events/congress/kongress-po-regenerativnoi-meditsine-2015/> (дата обращения – 05.04.2016).

2. *Аквилов С.* Делать ли протезы из нерожденных? [электронный ресурс] // url: <http://www.webcitation.org/66xithdZ0> (дата обращения – 06.04.2016).
3. *Глинкин А.*, Насколько уязвимы кардиостимуляторы к хакерским атакам?. [электронный ресурс] // url: <http://defence.ru/article/4163/> (дата обращения – 06.04.2016).
4. *КриоРус.* Первая криокомпания в Евразии. [электронный ресурс] // url: <http://kriorus.ru/> (дата обращения – 05.04.2016).
5. *Мальцев К.В.* Трансгуманизм в мире. Аболиционизм (Биоэтика). Либеританский трансгуманизм. Введение в иммортализм. // 68-я международная научная студенческая конференция ГУАП: сборник статей. СПб., 2015. – С. 17.
6. Новый способ получения плюрипотентных клеток. [электронный ресурс] // url: http://www.bbc.com/russian/science/2014/01/140130_stem_cells_discovery (дата обращения – 06.04.2016).
7. *Погонцева Е.* Первый в России центр регенеративной медицины на базе Краснодарской краевой клинической больницы №1 имени С. В. Очаповского. [электронный ресурс] // url: <http://okoplanet.su/science/sciencenews/118273-pervyy-v-rossii-centr-regenerativnoy-mediciny-i-transplantologii-otkrytya-na-baze-krasnodarskoj-kraevoy-klinicheskoy-bolnicy-1-imeni-s-v-ochapovskogo.html> (дата обращения – 05.04.2016).
8. *Ситников И.А.* Трансгуманизм в России // 68-я международная научная студенческая конференция ГУАП: сборник статей. СПб., 2015. – С. 37.
9. *Ткачук В.А.* Стволовые клетки и регенеративная медицина. [электронный ресурс] // url: https://istina.msu.ru/media/publications/articles/bdc/2d9/2834997/Vorotnikov11Regeneratsiya_Obzor_text.pdf (дата обращения – 06.04.2016).
10. Транс-технологии. Глоссарий. Регенеративная медицина. [электронный ресурс] // url: <http://www.webcitation.org/66xifZ3CW> (дата обращения – 05.03.2016).
11. Alcor. Life. Extension Foundation. [электронный ресурс] // url: <http://www.alcor.org/procedures.html> (дата обращения – 04.04.2016).
12. *Barrett S.* Is Cryonics Feasible? [электронный ресурс] // url: <http://www.quackwatch.com/04ConsumerEducation/QA/cryonics.html> (дата обращения – 04.04.2016).
13. Corpsicles in the New Yorker. [электронный ресурс] // url: <https://ouroboros.wordpress.com/2010/02/05/corpsicles-in-the-new-yorker/> (дата обращения – 03.03.2016).
14. *Darwin M.* Cold war: The Conflict between cytologist and cryobiologist. [электронный ресурс] // url: <http://www.alcor.org/Library/html/coldwar.html> (дата обращения – 04.04.2016).
15. *Young G. Ch., Jin H. E., Jeoung E. L., Sung H. Sh. and others.* Human Somatic Cell Nuclear Transfer Using Adult [электронный ресурс] // url: <http://dx.doi.org/10.1016/j.stem.2014.03.015> (дата обращения – 06.04.2016).

УДК 908

К. Ю. Прудьус

студентка кафедры проблемно-ориентированных вычислительных комплексов

Т. М. Смирнова

(д-р ист. наук, профессор) – научный руководитель

ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ КУБАНСКОГО КАЗАЧЬЕГО ВОЙСКА

В процессе исторического развития любого народа возникали моменты, когда определенная этническая группа отделялась и тем самым создавала отдельную культурную прослойку. В одних случаях такие культурные элементы сосуществовали мирно со своей нацией и миром в целом, в

других – боролись за равное место под солнцем. Военное искусство всегда являлось достаточно значимой частью жизни многих народов и государств. Это привело к тому, что в каждой народности появился отдельный класс, класс воинов, отличающихся профессионализмом, а нередко и беспощадностью.

В Российской Федерации наиболее известной воинской общиной являются кубанские казаки. Кубанское казачье войско находилось на территории Кубанской области – территории современного Краснодарского края, западной части Ставропольского края, юга Ростовской области, а также Республик Адыгея и Карачаево-Черкессия. Оно включало в себя семь отделов: Баталпашинский, Ейский, Екатеринодарский, Кавказский, Лабинский с центром в посаде Армавир, Майкопский и Темрюкский (с 1910 г. – Таманский). Административным центром войска был город Екатеринодар (современный Краснодар).

Казаки часто обособляли себя от русских, отличались особым мировосприятием и очень острой религиозностью. Во многих переписях «казак» до сих пор упоминается в качестве отдельной народности. Ученые до сих пор не могут разобраться, является ли эта этническая прослойка отдельной нацией. Этимология термина «казак» восходит к определению человека вольного, вооруженного и готового к нападению и бою.

История Кубанского казачьего войска началась почти триста лет назад. Кубанские казаки – это часть казачества Российской империи на Северном Кавказе. Первым, кто решительно и властно повел дело к безусловному подчинению себе казачества, был Петр Великий. Щедро жалую казаков, преданных России, он беспощадно расправлялся с бунтовщиками и изменниками. Так было летом 1708 г. на Дону во время восстания К. Булавина, после которого часть донских казаков во главе с атаманом Игнатом Некрасовым ушла за тогдашнюю границу – на Кубань, относящуюся тогда к Крымскому ханству. К ним стали присоединяться беглые с Дона и простые крестьяне. Казаков этого войска называли некрасовцами, хотя оно было и неоднородным. И лишь в 1730-х годах императрица Анна Иоанновна отправила на Кубань к некрасовцам донского атамана с грамотой о прощении и разрешении вернуться в Россию. Однако в страхе перед обширной военной кампанией, которую развернули русские войска, некрасовцы переселились на Дунай, из крымских – в турецкие владения [1; 2]

В это же время, 7 сентября 1734 г. в Белой Церкви запорожские казаки во главе с атаманом И. Милашевичем принесли присягу России, а в следующем году они уже на ее стороне участвовали в русско-турецкой войне [3]. И во всех последующих войнах России они представляли собой мощную иррегулярную часть русской конницы. Но это вовсе не означало, что отношения русского правительства и казачества были отныне безоблачными и доверительными. 26 декабря 1768 г. в Запорожье вспыхнуло восстание бедноты, захватившей Сечь. По словам кошевого атамана Петра Калнишевского, «сиромахи начали бунт для того, чтоб кошевого и старшину войсковую, нынешнюю и прежде бывшую, а потом и достойных казаков всех побить до смерти». Получив в подкрепление царские войска, П. Калнишевский разгромил повстанцев. Не оказались безучастными некоторые запорожцы и к восстанию Е. Пугачева. Возможно, и это повлияло на судьбу Запорожской Сечи. 3 июня 1775 г. был издан Манифест Екатерины II об упразднении Запорожской Сечи. А уже 5 июня 1775 г. она была окружена войсками генерала Текели (по приказу Потемкина) и сдалась. Часть запорожцев ушла в Турцию, часть разбрелась в поисках новой доли. Атаман П. Калнишевский был сослан в Соловецкий монастырь [4].

Через десять с лишним лет, 13 августа 1787 г., началась война с Турцией, и правительство вновь вспомнило о запорожцах, как о боеспособном контингенте. Уже через неделю князь Григорий Потемкин издал приказ о формировании команд из бывших запорожцев. Вероятно, именно в это время казаки приняли название Войска верных казаков (запорожских) и выбрали кошевым атаманом Сидора Белого, войсковым судьей Антона Головатого, а войсковым писарем – Ивана Подлецецкого. 1788 г. ознаменовался активным участием Войска верных казаков в морских сражениях под Очаковым, в штурмах острова Березани и крепости Очаков. В морском бою под Очаковым 17

июня был смертельно ранен кошевой атаман Сидор Белый, и запорожцев возглавил Захарий Чепега. В конце 1788 г. Войско верных казаков получило наименование Войска верных черноморских казаков.

Отличилось Черноморское войско и при взятии турецкой крепости Хаджибей (Гаджибей), после чего 19 апреля 1790 г. получило позволение поселиться между Бугом и Днестром, а Потемкин, восхищенный отвагой черноморцев, подарил им собственные рыболовные места на восточном побережье Азовского моря. 11 декабря этого же года черноморские казаки участвовали в штурме Измаила. В военных действиях участвовали и хоперские казаки, отличившиеся в июне 1791 г. при штурме крепости Анапа [5].

Но вот закончилась русско-турецкая война, в результате Ясского мира Россия территориально укрепила свое влияние в северном Причерноморье, и нужда в казаках в этом регионе отпала окончательно. Черноморские казаки начали хлопотать о переселении на Кубань. 30 июня 1792 г. Екатерина II подписала указ о переселении Черноморского войска на земли Кубани и жалованную грамоту на вечное владение ими. Казакам предписывалась пограничная служба по р. Кубани.

Первая партия черноморцев под командованием Саввы Белого прибыла морем на Тамань 25 августа 1792 г. С мая следующего года начала создаваться Черноморская кордонная линия. По старому запорожскому обычаю, был брошен жребий, распределивший месторасположение 40 куренных селений [6]. Центр располагался в городе Екатеринодаре, основанном в том же году. Наказным атаманом Черноморского казачьего войска в 1799–1816 гг. был Федор Яковлевич Бурсак. Первоначально Кубанское казачье войско управлялось кошевыми и куренными атаманами, позже – наказными атаманами, назначаемыми императором. Наказной атаман одновременно являлся и начальником Кубанской области. Черноморское казачье войско не было однородным по своему социальному и национальному составу: в войско вступали мелкопоместные и беспоместные украинские дворяне, торговцы, казаки других казачьих войск.

Казаки нередко призывались для участия в военных кампаниях далеко от Кубани. Так, они участвовали в походе против персов, опустошавших Грузию (из него вернулась лишь половина черноморцев, но, в основном, это были потери от безалаберности командования, что и вызвало так называемый «персидский бунт»); Хоперский полк участвовал в успешном штурме Дербента. В Отечественную войну 1812 г. черноморцы самоотверженно воевали против Наполеона. В период Кавказской войны казаки участвовали также в войнах России с Персией и с Турцией, участвовали и в обороне Севастополя; под командованием отважного атамана А. Д. Бескровного 12 июня 1828 г. приняли участие в победоносном штурме крепости Анапа [9].

Особая страница в жизни черноморцев и казаков-линейцев – это взаимоотношения с горцами. Не упомянуть о ней – значит вырвать исторический пласт из жизни казачества. По мнению автора крупнейшей работы по истории Кубанского казачьего войска Ф.А. Щербини, нарушение мирных отношений между казаками и черкесами началось со стороны черкесов. Однако автор современной книги о кубанском казачестве И. Я. Куценко, наоборот, считает, что казаки были активными проводниками реакционной царской политики на Северном Кавказе. Еще одну точку зрения высказал осетинский историк профессор М. М. Блиев. По его мнению, глубинные причины горских набегов и дальнейших столкновений с русскими, в частности казаками, скрывались в однотипности общественной и экономической организации горских племен, существовавших в жесткой среде обитания. При этом набегам подвергались как ближние, так и дальние соседи. Но нередко казаки и горцы были кунаками, хоть при военной необходимости и были вынуждены сражаться друг с другом. Почти все годы Кавказской войны шла торговля мирных горцев с казаками, на войсковые праздники приглашались и горцы.

В 1860 г. на Кубани произошли серьезные военно-административные преобразования. 8 февраля была образована Кубанская область, включившая в себя причерноморские земли, северо-восточную часть Прикубанья и Закубанье. Взамен Черноморского и Кавказского линейного войска созданы были Кубанское и Терское. В состав Кубанского войска включались также 6 бригад, пеший батальон и две конных батареи правого фланга Кавказского линейного казачьего войска,

которое «упразднялось за ненадобностью», в результате завершения кавказской войны. Первым атаманом Кубанского казачьего войска стал Николай Иванович Евдокимов – человек выдающегося ума и беспримерной отваги.

Куда только не заносила военная судьба кубанских казаков! Казаки участвовали в Ахал-Текинской экспедиции в Туркмении, вели бои с курдскими кочевниками, прорвавшимися в российские пределы из Ирана. Отличились казаки, сражаясь с японцами на сопках Маньчжурии в 1904-1905 гг. Кубанский казак генерал-майор Василий Белый успешно командовал артиллерией Порт-Артура [9].

19 июля (ст. ст.) 1914 г. Россия вступила в невиданную в истории мировую бойню. Всего на фронтах Первой мировой войны сражалось более 110 тыс. кубанских казаков. По боевому духу они даже обогнали гвардию, только за первый месяц войны было представлено к наградам 500 кубанских казаков. Кубанская казачка Матвеева стала первым Георгиевским кавалером среди женщин. Австрийцы и немцы больше всего боялись казаков, называя их «дьяволами на конях». В 1915 г. казаки вместе с регулярной русской армией приняли активное участие в спасении анатолийских армян, вырезавшихся турками. Нередко казаки подхватывали в седла армянских детей и увозили их с места побоища.

К 1916 г. казаки составляли 43 % населения Кубанской области. Им принадлежала большая часть пахотной земли. Отношение к иногородним («гамселам»), мужикам было высокомерно-пренебрежительным. Довольно высоким для начала XX века был у кубанских казаков уровень грамотности – более 50 % [7, с. 65].

1917 г. революционным набатом прозвучал над Россией. Весть о свержении самодержавия не всколыхнула казачьи станицы, хотя в различных семьях это событие воспринималось по-разному. Фронтвики-казаки в значительной степени испытали на себе влияние революционной пропаганды, хотя и пытались сохранить нейтралитет. Но начавшаяся после Октябрьской революции Гражданская война не признавала сторонних наблюдателей. Часть казачества встала на сторону большевиков, большая часть встала под знамена Кубанского казачьего войска атамана А. П. Филимонова [10, с. 14]. Но и эта основная часть не была монолитной, из нее выделились «самостийники», враждовавшие с Добровольческой армией. В 1918 г. руководство казаков поддержало идею об объединении Кубани с Украинской державой гетмана Скоропадского на правах федерации. В конце января этого же года Кубанской Радой на землях бывшей Кубанской области была провозглашена независимая Кубанская народная республика со столицей в Екатеринодаре, просуществовавшая до 1920 г.

В страшный и трагический период нашей истории – в годы Великой Отечественной войны – государство вновь вспомнило о казачестве. Много подвигов совершили кубанские казаки на фронтах войны, но во время фашистской оккупации на Кубани был создан антисоветский Казачий Стан. Казаки-коллаборационисты воевали на стороне немцев в Белоруссии, Польше, Северной Италии, затем отошли в Австрию. В конце мая 1945 г. на основании Ялтинских соглашений (1943 г.) они были переданы английским правительством Советскому Союзу. Среди выданных был и непримиримый враг большевизма генерал А.Г. Шкуро, повешенный в 1947 г. [8; 9]

С началом перестройки началось возрождение казачества. О нем заговорили как об одном из общественных движений, ставя его в один ряд с различными политическими обществами и партиями. В начале 1990-х гг. образованное казаками «Кубанское казачье войско» во главе с атаманом Владимиром Громовым объявило себя преемником исторического Войска. Новое войско проявило себя в Абхазском конфликте, первым ворвавшись в Сухуми в 1993 г. В вышедшем 16 июля 1992 г. Постановлении Верховного Совета Российской Федерации было уточнено понятие казачества как «исторически сложившаяся культурно-этническая общность». За 200 с лишним лет кубанское казачество на самом деле, можно сказать, превратилось в особую этническую группу русского населения.

В 2008 г. атаманом «Кубанского казачьего войска» по инициативе губернатора Александра Ткачёва, был избран вице-губернатор Краснодарского края Николай Долуда.

Библиографический список

1. *Суротов А.* Кубанское казачье войско: история, фото. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fb.ru/article/230279/kubanskoe-kazache-voysko-istoriya> (дата обращения 10.07.2013).
2. *Фелицин Е. Д.* Хронология достопримечательных событий и фактов, имеющих отношение к истории Кубанской области и Кубанского казачьего войска. Екатеринодар, 1894., С. 12.
3. *Яворницкий Д. И.* История запорожских казаков. Киев, 1993. Том 3. С. 444.
4. *Голобуцкий В. А.* Максим Железняк. М., 1960. С. 67
5. *Короленко П. П.* Предки кубанских казаков на Днепре // Кубанский сборник. Екатеринодар, 1901. Т. 8. С. 18, 41-55.
6. *Телепень С. В.* Кубанское казачество: три века исторического пути. Краснодар, 1996. С. 247–249.
7. *Образцов И.* Сила и дух // Родина. 1993. № 8–9 С. 64–67.
8. *Ратушняк В. Н.* Под стягом России // Кубанское Казачье войско. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.slavakubani.ru/content/detail.php?ID=1337> (дата обращения 10.07.2013).
9. Научная библиотека // Кубанский государственный университет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kubsu.ru/ru/university/library> (дата обращения 10.07.2013).
10. *Чучмай Г. Т.* Хрестоматия по истории Кубани: документы и материалы, Т. 2. Краснодар, Краснодарское книжное издательство, 1975.

УДК 141.32

В. А. Смирнова

студент кафедры истории и философии,

С. В. Орлов

(д-р филос. наук, профессор) – научный руководитель

ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМ В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «БРАТЬЯ КАРАМАЗОВЫ»

Экзистенциализм – это иррациональное направление в философии, или, по-другому, – философия существования, основанная на человеческих чувствах и эмоциях.

В своей работе я рассматриваю проблему соотношения добра и зла в романе Федора Михайловича Достоевского «Братья Карамазовы», что для человека значит свобода и его экзистенциализм.

Возьмем несколько персонажей этого произведения. Начнем со старшего сына Мити Карамазова. В романе он представляется невольным злом, становящимся рабом своих желаний и чувств. Он совершает преступления ради любви к Груше, начинает ревновать. И таким образом из разумного и здравомыслящего человека превращается в дикого зверя, не способного управлять собой, из-за чего попадает под суд по подозрению в убийстве. Разумеется, такой человек не может быть свободным, по мнению Достоевского, поскольку не может управляться со своим Ид и, соответственно, не может отвечать за свои действия.

О ком хотелось бы сказать дальше – это средний брат Иван. Его роль в произведении определить довольно сложно, но если взглянуть с точки зрения философии, то все становится понятно. Средний брат говорит о вседозволенности человека, о том, что человек по своей природе свободен и может делать все, что ему хочется. Но сам Иван – душевнобольной человек и находится во власти своей болезни, основными и самыми страшными ее симптомами становятся галлюцинации, с которыми Иван не может совладать. К нему приходит некий незнакомец, который начинает с ним разговаривать, убеждая Ивана в неправильности его мышления, и с этой целью рассказывает ему притчу про Инквизитора и Христа, где Инквизитор обвиняет Христа в том, что тот дает людям то, с чем они морально не готовы справиться.

Эту притчу надо рассматривать отдельно от всех персонажей книги, поскольку она имеет глубокое философское значение. Инквизитор говорит Иисусу, что он поступает крайне легкомысленно, даря людям свободу, так как люди – неблагодарные существа и слишком подвластны соблазнам, они не могут по достоинству оценить тот дар, который Христос хочет им преподнести, и в итоге для них он окажется проклятием. Чтобы люди были смиренны и покорны, их нужно держать в страхе и под контролем, считает Инквизитор, иначе наступит хаос.

Другими словами, Инквизитор, хочет сказать, что человек всегда будет подвластен животным инстинктам, и что они сильнее разума и голоса совести.

Теперь разумнее всего будет сравнить младшего брата Алешу со старшими братьями. По сути, он олицетворяет абсолютное добро и благоразумие, хотя окружающие считают его странным и не приспособленным к окружающему миру. Он тоже любил Грушу, но устоял перед искушением, он защищал старшего брата Митю, хотя порой и не верил в его невиновность в убийстве, и он же пытался наставить Митю на правильный путь. Алексей нес за свои действия ответственность, его выбор – как жить – несет в себе духовно-нравственные ценности в отличие от старшего брата. Поэтому по-настоящему свободным был именно Алексей.

Но если младший брат был абсолютное добро в этом романе, то кто же был злом? Им становится Смердяков, тот самый слуга, который, наслушавшись умозаключения Ивана, делает свои выводы, считая, что тот – его идейный вдохновитель. Смердякова все считали также большим, и никто не относился к нему серьезно; он казался он вполне безобидным. Хотя Смердяков подставляет Митю, зная его слабости, и ради денег убивает Федора Павловича Карамазова, он связан не только болезнью, но и корыстными побуждениями.

Этим романом Федор Михайлович Достоевский хочет сказать, что свобода и добро неразрывно связаны между собой, что если ты хочешь быть свободным человеком, то должен совершать благие поступки. Иначе станешь рабом своих же чувств, желаний и пороков.

Классики экзистенциализма XX в. высоко оценили творчество Ф. М. Достоевского, глубоко созвучное их собственным философским изысканиям и литературной деятельности. «Все герои Достоевского, – отмечает Альбер Камю, – задаются вопросом о смысле жизни. Как раз в этом они современны – они не боятся выглядеть смешными... В романах Достоевского вопросы ставятся с такой степенью напряженности, что неизменно влекут за собой крайние решения. Жизнь являет собой ложь – или она вечна. Довольствуйся Достоевский рассмотрением этого вопроса, он был бы философом. Но он изображает, какие следствия в жизни человека могут иметь такие игры ума, и в этом он художник»¹.

Эта вечная современность, постановка глубоких проблем человеческого бытия сделали Ф. М. Достоевского одним из главных предшественников философии экзистенциализма. В XX–XXI вв. сформулированные им в глубоко художественной форме философские проблемы человеческого существования только усложнились и приобрели вселенский, судьбоносный для цивилизации масштаб.

¹Камю А. Миф о Сизифе // Камю А. Творчество и свобода. Сборник. Пер. с франц. М.: Радуга, 1990. С. 96.

Реклама и современные коммуникации

УДК 659.13/17

А.А. Бородина

студентка кафедры рекламы и современных коммуникаций

М.Б. Капелюш

научный руководитель

РАБОТА С ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

«Public relations» на русском языке означает «связь с общественностью». Основная целью PR- деятельности это привлечение внимание аудитории. Основная работа специалистов по связям с общественностью это комплекс последовательных действий по воздействию на состояние общественного мнения по какому-либо продукту. Большинство акций проводятся с целями:

1. Убедить людей изменить свое мнение по какому-либо вопросу, продукту или организации.
2. Сформировать общественное мнение, когда его нет.
3. Усилить существующее мнение общественности.

Одной из основных задач PR-специалистов по связям с общественностью – это выделение определенной группы из общей целевой аудитории, и установление ее общественного мнения. Это нужно для реализации товара любой коммерческой фирмы.

В современном PR все большее значение имеет разделение общества на группы, при разделении все чаще применяют психографический подход к особенностям людей, этот подход заключается в определении эмоционального состояния, особенности поведения, стиля жизни и пр.

Данный подход, как и большинство PR-подходов к группированию общественности, дает возможность преодолевать жесткие и обобщенные классически-социологические требования, построенные с учетом социально-демографических, социально-экономических характеристик населения, и выделять те или иные группы общественности, которые носят транссоциальный характер.

Это одно из самых важных значений для PR, потому что типологизация групп с учетом их интересов, убеждений, повседневных предпочтений и привычек, является эффективной при создании стратегии для продаж. Также этот подход используется не только в структуре продаж, но и для решения политических вопросов, особенно это технику часто применяют при проведении политических компаний партий или политических деятелей.

На протяжении десяти лет эта техника лидирует в психографическом подходе к типологизации потребительской общественности «Сеть типологии потребителей». Данный подход к типологии потребителей основан на концепции, получившей название «самоориентации индивида», а также на особом понимании их ресурсов.

Концепция самоориентации основывается на том, что люди ищут товар, который соответствует их потребностям, а потом приобретают данный товар, услуги или вырабатывают навыки, впоследствии данная покупка вызовет у них удовлетворение, характеризующие их индивидуальность. Каждый сегмент потребителей, типологизированных на основе каких-либо особенностей, ценностных ориентации и стиля жизни, отличается от других своей самоориентацией.

Под ресурсами понимают набор определенных психологических и физических качеств, материальных и демографических возможностей, имеющихся в распоряжении потребителей. Сюда включаются такие показатели как, доходов, образование, интеллектуального уровня и энергичности потребителей, желания делать покупки. Объем таких ресурсов у каждого человека разный, он может вирироваться от минимальных до максимальных.

Создание мнения у целевой аудитории может быть реализовано только при создании определенной атмосферы рыночного взаимодействия. Самым важным элементом в атмосфере является доверие, без которого покупатель не будет чувствовать деловое сотрудничество, а самое главное, чтобы покупатель чувствовал взаимопонимание. Самые важные составляющие в доверии – это этика свободы поведения и ответственность, искренность, открытость и согласие.

Библиографический список

1. Блюм М.А., Молоткова Н.В. PR технологии в коммерческой деятельности: учеб. пособие. Тамбов, ТГТУ. 2004.
2. Джон Дьюи. Общество и его проблемы. М.: Идея-пресс, 2002.
3. Евстафьев В.А. Введение в медиапланирование М.: Рип Холдинг, 2001

УДК 659.122.1

К.П.Галай

магистр кафедры истории и философии

А.А. Стерликова

(к.и.н., доцент) – научный руководитель

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И СРЕДСТВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ PR СО СМИ

Имея огромные возможности в формировании общественного мнения, СМИ играет весомую роль в рекламе. На сегодняшний день PR в значимой степени зависит от взаимоотношений со СМИ, от правил, которые создают mass media. Специалисты по PR заинтересованы предоставлять информацию журналистам, не нарушая правил «честной игры», иначе журналистам не потребуются работа PR.

Чтобы понять, как СМИ взаимодействует с PR, необходимо рассмотреть виды и формы PR и понять, что связано с понятием СМИ:

- черный PR используется для ликвидации какой-либо конкурирующей партии, группы, распространения от их лица оскорбительных заявлений. Часто это публикация компромата;
- желтый PR используется с целью привлечения внимания, оскорбительного для населения данного государства (скандалы, надругательство над моральными ценностями);
- серый PR распространение правдивой рекламы без указания ее источника;
- белый PR распространение информации от своего имени;
- розовый PR основан на мифах, которые способны удовлетворить потребности аудитории;
- PR цвета хаки связан с военными действиями;
- золотой PR – создание имиджа бренда на основе его ценовой политики.

И какой же из этих видов PR можно связать со СМИ? Исследования СМИ в последнее время показывают, что в большинстве случаев СМИ принимает черный PR, как наиболее интересный для целевой аудитории.

Любая работа со СМИ начинается со знакомства с представителями. Необходимо предоставлять журналистам информацию, которая действительно заинтересует их, у них своя выгода. Рекламодатели стремятся через СМИ рассказать о своих достижениях, сформировать имидж компании, добиться хороших взаимоотношений со СМИ. Отношения со СМИ – одно из важных направлений PR. Данные отношения одинаково важны как для государственной, так и для коммерческой сферы. Связь с прессой носит двухсторонний характер. Пока специалисты предоставляют инте-

ресную для аудитории информацию, они работают с компанией. Стоит только временно приостановить поток информации, журналисты теряют интерес к компании. Что касается организационных форм отношений, они представлены в виде пресс-релизов, пресс-центров.

Главные задачи связей с прессой – это достичь большинства публикаций о том или ином событии. Этот материал должен заинтересовать целевую аудиторию. В случае, если аудитория разбита на узкие сегменты, можно прибегнуть к помощи региональных СМИ, а также к спутниковым каналам.

Главная цель СМИ – предоставление интересной информации для аудитории: политика, проблемы в мире, скандалы, интриги. Подводя итоги, приходим ко мнению, что людям более интересны какие-либо проблемы в мире, нежели что-то хорошее в определенной точке мира.

Специалисты PR предпочитают хорошие новости, что нельзя сказать о СМИ. Каждый день им приходится находить идеальный баланс для сотрудничества с друг другом.

Из огромного количества событий, происходящих в мире, в информационные выпуски попадает только незначительная часть, отобранная СМИ, которые могут манипулировать информацией посредством выбора сведений, придания им различной значимости.

Для того, чтобы информация была достоверно преподнесена аудитории, необходим контроль над ней.

Библиографический список

1. *Борисов Л.Б.* Технология рекламы и PR. М., 2001.
2. *Катлин С.М.* Паблик рилейшнз: Теория и практика. М., 2000.
3. *Кожевникова Г.* Язык вражды: типология ошибок журналиста. М.: Центр «СОВА», 2006.
4. *Хенслоу Ф.* Практическое руководство по Паблик Рилейшнз. СПб., 2003.

УДК 659.1.007

С.В. Несмеянов

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций.

М. Б. Капелюш

(ст. преп.) – научный руководитель

АВТОРИТЕТ РУКОВОДИТЕЛЯ И ЕГО ФОРМИРОВАНИЕ

Любую преуспевающую бизнес-структуру сложно представить без отличного руководителя, способного вдохновить подчиненных на новые свершения и хорошее выполнение поставленной им задачи. Каждый ли человек способен быть хорошим руководителем? Какими качествами он должен для этого обладать? Мнение о том, что с получением высокой должности руководитель безоговорочно приобретает авторитет, зачастую, ошибочно.

Авторитет – это личное влияние человека на коллектив, которое он приобретает своим трудом, профессиональными знаниями, организаторскими способностями. Это приобретаемое или утрачиваемое качество.

В XXI в. настоящим руководителем может быть человек, опирающийся исключительно на силу своих профессиональных знаний и личного авторитета, а не на принадлежащую ему власть. Чем авторитетнее человек, тем значительнее его влияние на массы. Это объясняется, так: чем авторитетнее человек, тем больше к нему уважения и доверия, тем самым его слова имеют некий вес в обществе ему подчиненных граждан.

Ключевые атрибуты авторитета бывают психологические и социальные – это особенности деятельности, характеристика личности и поведения в целом. Наиболее наглядно это проявляется

в моральном (личный авторитет), формальном (должностной авторитет), функциональном (деловой авторитет) авторитетах. Что это за качества и как они могут помочь лидеру?

Должностной (формальный) авторитет связан с оценкой престижа должности. В компаниях нередки ситуации, когда занимающий высокую должность руководитель сначала является возвышен среди подчиненных своим званием, но по истечении некоторого времени эффект этот проходит, когда коллектив находит недостатки в руководителе и он больше не имеет большого успеха на работе из-за неавторитетности среди коллектива.

Немного остановимся на этом моменте. Когда руководитель не оправдал ожидания подчиненных ему людей, в коллективе появляется неформальный лидер. Руководителю следует как можно быстрее наладить с ним сотрудничество, для получения влияния через него на коллектив. В противном же случае, неформальный лидер станет укреплять свою позицию и приобретет некоторую власть в коллективе, с помощью которой он может управлять даже руководителем.

Деловой (функциональный) авторитет, формируется на компетентности лидера и обладанием разнообразными деловыми качествами и отношением к своей деятельности. Эти качества способны внушить людям уважение и заставить их подчиняться.

Личностный (моральный) авторитет, самый надежный и эффективный вид, формируется на глубоко нравственном отношении к людям и системе взглядов и убеждений. Такой руководитель способен понять истинные интересы подчиненных ему людей и ощутить их проблемы. Такой подход помогает выразить интересы всего коллектива и максимально приблизить рабочий процесс к тому что бы коллектив получал удовольствие от работы. Тем самым увеличив блага для себя и своей организации.

При формировании авторитета следует обратить внимание на то, что людям нравится чувствовать уверенность в своем руководителе. Руководитель не пытается уйти от ответственности, уверен в своих решениях, поощряет полезную инициативу своей команды. Не хорошо перекладывать всю ответственность в случае неудачи на сотрудника, которому вы поручили задание, это плохой тон. Также не в выгодном свете представляется авторитет, утверждаемый за счет высокомерия и подавления личности подчиненных. Под началом такого руководителя особенно трудно приходится мыслящим людям, поскольку в коллективе возникает атмосфера равнодушия, которая не позволяет обсуждать возникающие проблемы и вместе работать над их решением. Важно помнить о том, что человек, строящий свой авторитет годами, по мере реализации своего потенциала, способен в одночасье все потерять, просто перейдя границу дозволенного поведения в коллективе.

Как же нужно себя вести для того, что бы сформировать или и дальше поддержать свой авторитет? Вот некоторые примеры, которые способны помочь нам в этом:

- для того, чтобы успешно руководить другими, сначала нужно уметь управлять собой;
- управление – не самоцель, а лишь способ достижения;
- руководитель, должен быть специалистом, способным организовать коллективный труд;
- авторитетный руководитель, способен хорошо уметь делать что-либо, так же хорошо как он об этом говорит;
- необходимо уметь признавать свои ошибки;
- при общении с некоторыми людьми, нужно научиться переносить все свое внимание на первое место, а свое «я» на второе.

Авторитет руководителя способствует созданию доверительных отношений в коллективе. В организации доверительные отношения формируются из позитивных и последовательных действий руководителя. Доверие помогает сформировать высокий уровень взаимного понимания и создать здоровое и открытое общение в организации, достигающее впоследствии результатов. В организации доверие возникает при возможности у подчиненных открытой возможности мыслить, высказываться, расти и даже совершать ошибки без страха наказания.

Постоянный самоконтроль за каждый свой шаг и уверенность в себе вкупе с полной самоотдачей, необходимость, для сохранения авторитета.

Ключ к успешной карьере руководителя, бесспорно, его авторитет. Увеличение авторитета руководителей с каждым днем увеличивает мотивацию подчиненных, способствует увеличению продуктивности и нахождению новых оригинальных идей, дающих рост и процветание организации.

Библиографический список

1. Релина Е.А. Основы менеджмента: учеб. пособие. М.: Академцентр, 2013. 240 с.
2. Ильенкова С.Д., Кузнецов В.И. Основы менеджмента: учеб.-метод. комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2011. 262 с.

УДК 659.1.007

А.Ю. Петрова

студентка кафедры рекламы и современных коммуникаций

М.Б. Капелюш

научный руководитель

КРЕАТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СТУДЕНТОВ И ИХ РАЗВИТИЕ

Специальность реклама и связи с общественностью стала развиваться в России совсем недавно. В отличие от зарубежных стран реклама в России только начинает набирать обороты. Но за это время она всё же преуспела во многих отраслях бизнеса, расширяла свои возможности и стала привлекать всё большее число студентов.

В связи с тем, что данная область ещё до конца не исследована в России и считается «молодой» на рынке труда, многие ребята поступают в университеты, выбрав именно её.

Реклама – это успешное будущее. Сама по себе профессия очень перспективная и охватывает все сферы жизни человека: политическую, экономическую, социальную и духовную. Ведь рекламист – это специалист, который сможет сделать анализ рынка, исследовать товар или услугу, выбрать нужные средства и каналы для продвижения информации о продукте. Каждый студент в процессе обучения может определить для себя приоритеты, выбрать тот аспект своей будущей профессии, который для него наиболее приемлем.

При получении теоретических и практических знаний в университете каждый учится создавать что-то уникальное, креативное и хорошо продаваемое. И студентам в этом помогают не только их умения, но и университет, предоставляющий широкие возможности для будущего.

Так какие же это возможности? Представим их далее.

Компьютерный интеллект – властелин будущего!

Все мы знаем о том, что технический прогресс развивается в наши дни очень быстро. И уже сложно представить себя без какого-либо гаджета.

Любая рекламная кампания предусматривает использование различных компьютерных программ. Поэтому университеты дают возможность студентам изучить всё это в ходе обучения.

На кафедрах рекламы и связи с общественностью изучаются следующие программы по компьютерной графике:

- Corel Draw;
- Adobe Photoshop;
- Adobe Illustrator;
- Adobe InDesign;
- Adobe Flash;
- Premier Pro;

- Microsoft Word;
- Microsoft Exel.

Хорошо владея перечисленными выше программами, студенты получают хорошую возможность для создания своих рекламных продуктов, что способствует в будущем устройству на достойную работу без каких-либо проблем.

Также каждому предоставляется возможность посещать курсы, связанные с аспектами компьютерной графики.

Найди себя в творческих предметах!

Для того чтобы студенты могли раскрывать свои способности и развивать креативное мышление, в каждом университете имеется перечень определённых дисциплин, помогающих в этом.

Ребята изучают следующие предметы:

- PR – тексты;
- маркетинг в рекламе;
- психология рекламы;
- теория и практика массовой информации;
- брендинг;
- интегрированные коммуникации;
- дизайн в рекламе;
- основы манипуляторного воздействия на целевую аудиторию и др.

Тем самым ребята получают возможность найти себя в рекламе, начать творить и выражать свои мысли и эмоции в художественных образах или на страницах различных информационных статей.

Конкурс – моя маленькая победа!

Учёба – это не только получение новых знаний, но и небольшое соревнование между вашими сверстниками. Молодость время азарта, незаурядных идей и стремления быть первым. Поэтому университеты всегда с удовольствием объявляют о каких-либо конкурсах по рекламе. И тут каждый студент стремится выделиться чем-то своим. Несомненно, чем-то уникальным, интересным и творческим.

Конкурсы проводятся как внутри университетов, так и между другими заведениями. А иногда последний тур может заканчиваться, например, в Европе или Америке. Призы тоже всегда носят различный характер. Но, как правило, это не какой-нибудь билетик в кино, а, к примеру, бесплатный сертификат на стажировку за рубежом или на какие-либо мастер-классы великих рекламистов. Хорошая мотивация занять призовое место, не так ли?

Чем хороши конкурсы? Студенты видят всё своими глазами, учатся принимать быстрые решения, выступают на большой публике и, конечно же, создают что-то новое и незабываемое. Это отличная возможность доказать себе и другим, чего Вы стоите и что умеете.

На конкурсы всегда приглашаются выдающиеся люди в сфере рекламы и связей с общественностью. Если студент хорошо себя зарекомендует, его могут взять на достойную практику в успешную кампанию.

Кем может стать специалист по рекламе?

Специалист по рекламе может попробовать себя в разнообразнейших областях:

- копирайтер;
- TV-продюсер;
- арт-менеджер;
- пресс-атташе;
- директор медиа исследований;
- директор отдела интерактивных проектов;
- PR-менеджер;
- музыкальный продюсер рекламного агентства.

Также после окончания университета можно устроиться в различные рекламные агентства, на телевидение, на радио, в СМИ, в сферу дизайна или фотографии, в политическую или экономическую сферу рекламы.

И самым важным критерием при реализации своих талантов является сам студент. Именно от вашего желания, стремления и мышления зависит будущее.

Рекламный бизнес стремительно развивается. Развитие возможностей тоже не стоит на месте. Поэтому всё в ваших руках! Если в вас действительно много жизни, и вы имеете творческие таланты, не бойтесь их выразить! Университет – это место, где сбываются ваши мечты! Не отказывайтесь от будущего! Создайте и подарите будущему свою сногшибательную идею!

Библиографический список

1. *Салливан Л.* Рекламная пауза. Откровения креативного директора. Изд-во Диалектика, Вильямс, 2008. 244 с.
2. *Мандель Б. Р.* PR: методы работы со средствами массовой информации. Изд-во: Вузовский учебник, 2009. 208 с.

УДК 659.13/17

Е. В. Тухель

студентка кафедры рекламы и современных коммуникаций.

М. Б. Капелюш

(ст. преп.) – научный руководитель

ВИДЫ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ И ИХ ПОДГОТОВКА

Разнообразие видов рекламных роликов не случайно. Цели и задачи рекламных кампаний-заказчиков различные, и рекламные ролики, которые они заказывают, соответственно решают разные задачи. Не удивительно, что для различных целей продакшн-компании будут снимать разные ролики. Нижеперечисленные виды и типы самые распространённые. Однако сценарий рекламного ролика всегда пишется под каждого конкретного клиента, под каждый конкретный случай.

Проанализируем, какие бывают виды рекламных роликов.

1. Заставка. Производятся тогда, когда срок жизни рекламного ролика ограничен. Если продемонстрировать рекламу необходимо только один сезон (или даже меньше) и она не планируется как длинная (не более 10 с). Бюджеты роликов-заставок не велики. Их может позволить себе любой рекламодатель.

2. Анимация. Здесь различают несколько вариантов ролика. Анимированный ролик может быть мультипликационным, компьютерным (2D и 3D-графика), а так же совмещением с видео. С помощью 3D-графики можно воплотить на экране всё, что угодно. Мультипликация хорошо работает, когда целевая аудитория рекламы – дети. В чистом виде графика встречается не так часто. Гораздо привычнее видеть её совмещённой с видеорядом.

3. Постановка. Наиболее привычный для зрителя рекламный ролик. Постановочный, он же игровой ролик определяется наличием актёров в кадре. Широко распространено в рекламе совмещение постановки и компьютерной графики. Создание рекламного ролика игрового типа непредсказуемо по части затрат. Если привлекаются известные актёры, режиссёр и оператор, то стоимость такого ролика может быть очень высокой.

Типы рекламных роликов.

1. Режиссёрский. Если рекламируется товар, о положительных качествах которого можно узнать только после его покупки, то этот тип видеоролика самый подходящий. Реклама такого рода убеждает покупателей проверить свойства продукта, стимулирует их к покупке.

2. Псевдонаучный. Этот тип видеоролика используется, когда превосходство продукта заключается в рекомендациях, которые дают ему учёные и исследователи, а качества и свойства рекламируемого товара подтверждают соответствующие опыты. Разумеется, что учёные в таком рекламном ролике – это актёры.

3. Операторский. Такой видеоролик необходим, когда нужно показать товар с близкого расстояния (булочки, волосы после шампуня и т.д.). Такие ролики очень эффективны, но съёмка очень дорога. Часто в них используется компьютерная графика.

4. Репортажный. Видеоролики, в которых нет необходимости убеждать зрителей в достоинствах товара, а нужно лишь сообщить о чём-то (например, о каком-то событии) снимаются как мини-репортажи. Обычно это просто информационный текст на соответствующем видеоряде.

Итак, рассмотрим основные этапы создания рекламного видеоролика. Разберем пункты, которые можно встретить в смете, и дать определения основным понятиям. Предлагаются различные идеи и затем выбирается одна из них в качестве основы сценария.

По выбранной идее пишется сценарий (с вариантами событий – например, с различными концовками). После утверждения его заказчиком, считается смета на производство. После согласования сметы и перевода предоплаты начинается подготовка к съёмкам (препродакшн).

В препродакшн (подготовка к съёмкам) входят: ведение проекта, написание режиссерского сценария, раскадровка и аниматика, кастинги, подбор съёмочной локации, реквизита и др.

Режиссерский сценарий – это сводная Таблица по всем кадрам с параметрами и обязательными элементами (звук, реквизит в кадре, актер, крупность плана и т.д.), прорабатывается режиссером и оператором.

Раскадровка и аниматик – наброски ролика в виде последовательности кадров, монтируются с предварительным звуком для того, чтобы получить понимание необходимой длительности кадров (задействованы дизайнер, режиссер и оператор).

Ведение проекта – осуществление координации всей съёмочной группы и представителей заказчика (задействован менеджер, который занимается всем проектом, сроками, правками, согласованиями).

Подбор локаций – поиск съёмочных мест, осмотр и фотографирование объектов (квартир, павильонов, природных и городских локаций), оценка мощностей для подключения высоковольтных приборов, договоренности по использованию (задействован скаут и менеджер проекта).

Кастинги – объявления, поиск людей, составление графика тестовых съёмок, запись их на видео, игровые тесты, утверждение с клиентом.

Реквизит – поиск, покупка либо аренда, договоренности с магазинами, доставка до места..

Продакшн (съёмка): работа съёмочной группы, производство видеоматериала.

Участвуют: режиссер, оператор, осветители, ассистенты, представитель постпродакшна (видеодизайнер), менеджер проекта, звук на площадке, гримеры, костюмеры и др.

Обычно смена начинается с утра и занимает весь световой день. В первой половине дня готовится сцена (место съёмки), расставляется свет, реквизит, декорации, готовятся актёры. После этого по раскадровке снимается по очереди каждая сцена. Также в течение съёмки могут проходить фото- и видео-съёмки бэкстейджа (съёмочного процесса, работы команды).

Постпродакшн – работа с материалом после съёмок. Включает в себя: черновой монтаж, черновой звук, чистовой монтаж, чистку, обработку, цветокоррекцию, 2D- и 3D-графика, графика для пэкшота, чистовой звук.

Создание рекламного ролика – это серьёзный и ответственный труд всей команды специалистов и одновременно творческий процесс. Правильно поставленная, красочная видеореклама, содержащая полную информацию о предмете рекламы, станет визитной карточкой бренда, товара или услуги, будет работать и приносить прибыль.

Библиографический список

1. *Мудров А. Н.* М89 Основы рекламы : учебник / 2-е изд.. перераб. и доп. М.: Магистр, 2008. 397 с.
2. *Антипов К. В.* А72 Основы рекламы: учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. 328 с.
3. *Ученова В.В., Гринберг Т.Э., Конаныхин К.В., Петрушко М.В., Шомова С.А.* Реклама: Палитра жанров. М.: Гелла-принт, 2004. 248 с.

УДК 659.1.011.12

Д.А. Уваренков

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций.

М. Б. Капелюш

(ст. преп.) – научный руководитель

СТРУКТУРА РАЗРАБОТКИ БРЕНДА КОМПАНИИ

Литературы по брендингу – невероятное множество, причём как зарубежной, так и отечественной. Но почему-то такое изобилие информации по данной теме не делает брендинг общедоступной и лёгкой технологией. Многие компании стараются стать ведущими брендами на рынке, однако так и не выходят из категории обыкновенных торговых марок. Важно найти причины этому.

Обычно, самыми компетентными в поставленном вопросе являются брендинговые агентства с профессиональными бренд-менеджерами. Именно они могут определить проблемы компании в продвижении своей марки и составлять долгосрочные задачи.

Что же означает само понятие «брендинг»? Это долгий и сложный процесс создания и продвижения бренда, создания узнаваемости продукта или услуги и их дифференциация, а также инструмент продвижения этих самых товаров и услуг на рынок, т. е., чтобы брендинг «удался», нужно провести ряд мероприятий, таких как:

- исследование рынка;
- создание имени бренда;
- выявления позиционирования продукта;
- создание вербальных и визуальных отличительных особенностей бренда, которые впоследствии будут узнаваемыми для потребителей.

Отсюда ясно, что узнаваемость продукции нужна только в условиях достаточной рыночной конкуренции, и только в этом случае технология брендинга будет иметь место и будет востребована. Раньше, ещё в 90-х гг. для нашей страны она была явно только зарубежной технологией, хотя уже тогда было понятно, что станет одной из самых важных в маркетинге. И да, на данный момент брендинг – незаменимая технология управления. Чтобы наиболее чётко определить ее роль, к ней можно применить закон Парето, утверждающий, что, используя лишь 20% усилий, можно осуществить аж 80% целей и задач.

Имея в виду все достоинства брендинга, как управленческой технологии, можно понять невероятный спрос на неё в наше время. Но из-за этого самого высокого спроса становится всё сложнее отдельным компаниям. В данном случае это финансовые и профессиональные кадровые ресурсы. А когда речь заходит о брендинге, ошибок быть не может, потому что это не та сфера, где эти самые ошибки прощаются и гладко нивелируются. А в условиях переполненного рынка начинающим компаниям требуется всё больше вложений для создания, востребованного и популярного в будущем бренда. Конечно же есть такие «непаханные» поля, как некоторые виды машинной техники, или та же самая медицинская сфера. Монополизированные рынки (взять хотя бы

бритвенные станки, газовую сферу и химическую промышленность) во внимание мы не берём. Но такие категории, как продукты питания, в особенности сладости (шоколадные батончики, конфеты); газированные напитки, алкоголь и т. д. – в подобных категориях количество брендов стало зашкаливать. Поэтому компаниям очень трудно сориентироваться на рынке и выделить себе уютную нишу для создания своего, неповторимого или хотя бы популярного бренда. Ещё одной проблемой для начинающих компаний является высокая стоимость рекламы. Надо признать, что цены на рекламу в наше время стали поистине заоблачными, особенно это касается ТВ. Из этой проблемы вытекает следующая – большинство (если не все) потребителей уже давно выбрали для себя используемую нишу, и увести таких клиентов у конкурентов практически невозможно. Можно привести в пример случай с Carl's Junior, когда эту, уже можно сказать всё возрастающую компанию просто напороли такие титаны фаст-фуд индустрии, как McDonalds, KFC, BurgerKing. Покупатели были «лояльны» этим компаниям с давних пор, и блицкриг «Карлс Джуниора» возымел своё действие ненадолго, популярность резко снизилась. Обобщая, скажу, что всё это создаёт напряжённую ситуацию и соперничество между существующими брендами и брендами, которые находятся на стадии потенциальных. А выживают только сильнейшие.

Допустим, потенциальная компания создала свою торговую марку, её маркетинговые инвестиции приносили дивиденды. Но из торговой марки никак не выходит достойный бренд. Что мешает российским компаниям продвигать свои марки? Как правило, деятельность самой компании в целом. Бренд создаётся не рекламным или брендинговым агентством, а самим клиентом. Если компания действует лишь с помощью одной управленческой функции – бренда не получится.

Какие факторы помогут компании создать свой бренд? Для начала само руководство компании должно обладать долгосрочными взглядами. Ведь как было сказано, создание бренда – процесс чрезвычайно длительный. Конечно, можно создать продукт за пару месяцев, за ещё несколько месяцев его раскрутить, но смело называть это брендом будет кощунственно. Как уже говорилось – блицкриги существовали, но это скорее удача и стечение обстоятельств. Например, торговый бренд спортивного питания Pure Protein сейчас на российском рынке самый популярнейший, хотя ещё полтора года назад мало кто знал об этой марке хоть что-то, кроме того, что их продукция не отличается высоким качеством. Но рост доллара и евро сделали покупки спортивного питания зарубежных брендов просто невозможными, и Pure Protein, воспользовавшись этим, провернул великолепную рекламную кампанию и с наименьшими затратами привлёк к себе внимание всех спортсменов, даже наиболее популярных и именитых. Но это опять-таки исключительный единичный случай.

Для руководства компаний важно понимать, что для создания положительной эмоциональной связи потребителя с брендом, нужно обеспечивать правильный контакт с этими самыми потребителями на всех этапах (этап осведомлённости, заинтересованности в бренде, использования и лояльности). На этапе лояльности стоит зацикливать наибольшее внимание, потому что это самый прибыльный этап для бренда. Ведь, как известно, лояльные покупатели чаще остальных приобретают товар. Отсюда делаем вывод, что создавать потребительскую базу – просто необходимо. Имея эту базу, можно определять для себя новые перспективы, например, создавать и другие линейки продукции, может даже не зацикливаться на одном рынке и выходить на другие рубежи и многое другое. Но торопиться не стоит. Для потребителя нужно время, чтобы обратить внимание на бренд и оценить его. Для этого может понадобиться ни много ни мало – полтора года (стандартный срок выхода бренда на рынок).

Но в российских компаниях не принято планировать настолько далеко наперёд. Это можно видеть по часто меняющейся рыночной ситуации. Планирование у нас редко выходит за рамки года, тогда как выход бренда должен готовиться минимум полтора, как сказано выше. Многие компании ссылаются на то, что никогда нельзя говорить наперёд о том, что будет интересно потребителю, и какая ситуация будет в стране через год или больше. Но практика показывает, что несмотря на лишь относительные знания о будущем, долгосрочное планирование развития бренда

всегда остаётся в выигрыше. Стоит лишь уточнить: раньше можно было создавать одно маркетинговое предложение на годы вперёд, сейчас актуальной стала тактика лавирования. Это связано с высокой активностью рынка медиа, росту избирательности потребителей. Так что любой популярный бренд сегодня может быть забыт завтра.

Планирование стратегии при создании бренда.

Для начала компания должна вложить в свой продукт те ценности и убеждения, которые близки ей и близки потребителю. Ведь мы не всегда сравниваем бренды по физическим характеристикам и качественным критериям. Нас привлекает то, что эти бренды говорят о себе. Взять один из самых продаваемых брендов – Lacoste. В нём заложены такие ценности, как красота и сама ценность жизни, свежесть и ухоженность. Крокодил, символизирующий этот бренд, являет собой мёртвую хватку как в спорте, так и в жизни. Бренд сигарет Marlboro олицетворяет независимость и силу. Отражением этих ценностей и является ковбой Мальборо, этот герой стал наиболее популярным среди остальных брендов.

Когда бренд создан и успешно продвигается, нужно так же успешно управлять им. Например, такой фактор как вовлеченность персонала играет большую роль в управлении брендом. Если люди продают продукт, но не любят его, то потенциал бренда не вырастет. Многие тем и запоминаются, что те, кто над ним работали – сами и являются лояльными потребителями своего бренда. Отсюда, лояльность бренда закладывается ещё внутри компании. Поэтому имея сильную команду, умеющую работать совместно, имея различные строго определённые подразделения компании для каждого из этапов, начиная от разработки, заканчивая доставкой на рынок бренда, – компания вполне может исполнить свою мечту, а именно – продвигать свои ценности на рынок в виде популярного бренда.

Библиографический список

1. Дэвид Эйри. Логотип и фирменный стиль. 2016.
2. Айен Элвуд. Основы брендинга. 2003.
3. Брендинг: понятие, цель, процесс [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.nazaykin.ru/_br_branding.htm
4. Lacoste: «Жизнь – это красивый спорт» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://xage.ru/lacoste-life-is-a-beautiful-sport/>

УДК 81.373.45

К.Г. Алексеев

магистрант кафедры иностранных языков

М.А. Чиханова, И.И. Громова

(канд. филос. наук, доцент) – научный руководитель

SEMANTICS OF MILITARY EQUIPMENT AND WEAPONS NOMINATIONS

Military language is not public, and there are some reasons for it. The main one is that army is mysterious and enigmatic for many people. That is why army language is still beyond description. It goes without saying that due to folklore some nominations, such as «Katysha», are widely known to public, but most nominations seem either funny or be related with things they name. For example, the Russian word «оса» (*wasp*) can hardly be connected to a gun. This is the reason why it is relevant to make research on military language to prevent eventual difficulties in communication.

To reach this goal we set up a task to elaborate the classification of military equipment and weapons nominations.

The material of the study comprises nominations chosen at random from several dictionaries containing military lexis. [4], [5]

The research consists of two parts. The first one aims at defining all the terms to prevent ambiguity. In this part, we scrutinize semantics of nomination and notions and terms it is connected to. The key point of research is to determine what semantics is and what the principles of nomination are. Conducting research we made use of the following terms.

Semantics is the study of meaning in language. The term is borrowed from Greek *seme*, meaning *sign*.

The notion *meaning* can be defined in many ways, but the definition most pertinent to linguistics and the one we use is that meaning is «the function of sign in language». [1], [2], [3]

Semantics as a linguistic notion answers the question how knowing words and grammatical rules of any natural language people manage to convey information about the world (including their inner one), even if they are challenged for the first time. Semantics consists of two major branches: Semasiology and Theory of Nomination. As Semasiology deals only with the word lexical meaning we attempted to use the Theory of Nomination in our research. Thus *nomination* could be defined as name used to denote a unique phenomenon with its denotation and semantic features.

Linguists distinguish the following principles for nomination:

1. Nomination according external characteristics (external denotation); color, shape, size.
2. Nomination according internal characteristics.
3. Nomination according functions.
4. Nomination according quantity of denotates. [1], [2], [3]

At the preliminary stage formal vocabulary was separated from informal and expressive words. As formal nominations and abbreviations in particular contain little information for our research, but refer to military terminology, we arranged a separate group of formal nominations. Another group, that of informal names referring to military terminology, nominates sensors, communication means, ammunition, missiles, cold steal, military robots, firearms, transport, and chemical weapons. One more group distinguished is expressive military words with metaphors and metonymy among them.

Military metaphor and metonymy expressiveness can be described as follows:

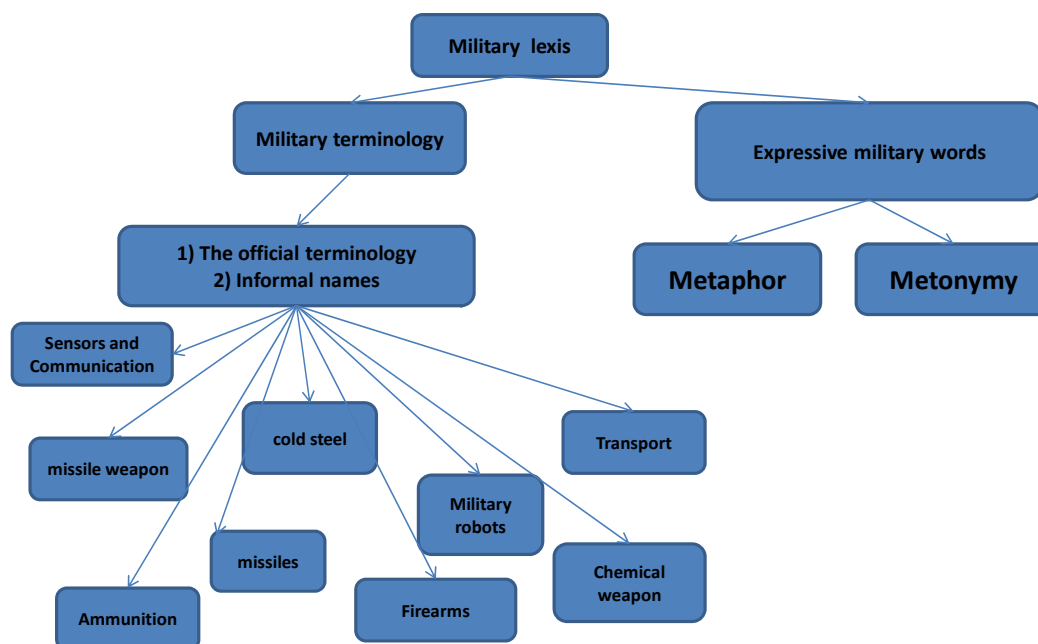
1. Metaphor resulting from shaping the specifics of nominalization:
 - metaphor based on external features, e.g. «*Shell*» as the name for armored troop-carrier;

- metaphor based on function, e.g. «*Wasp*» as a tubeless gun;
- metaphor based on function and location, e.g. «*Pike*» as the name for a submarine;
- metaphor based on similarity with an emotional constituent, e.g. «*Satan*» as the name for interhemispheric range missiles;
- metaphor based on similarity of shape and emotional experience, e.g. «*cornflower*» as the name for an automatic mortar.

2. Metonymy, e.g. «*Vladimir*» is panzer named after the mechanic who invented it. [6]

Thus metonymy and metaphor tend to belong to the most frequent tools in word formation.

Classification



Though classification is not complete it confirms that the Russian language is a dynamic system, and new nominations with unique semantic features and denotations are regularly introduced and become available. To prevent difficulties in communication it is essential when nominating to relate the plane of content to that of expression. Military lexicon abounds in phenomena inherent to the whole language, so this classification may be helpful in both studying and communicating.

Bibliography

1. Ягафарова Г. Н. Теория номинации. М.: Просвещение, 1987. 190 с.
2. Гак В. Г. Лексическое значение слова // Большой энциклопедический словарь. Языкознание. Гл. ред. В. Н. Ярцева М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. 685 с.
3. Кубрякова Е. С. Теория номинации и словообразование. М., 2010. 88 с.
4. Большая Советская Энциклопедия. В 30 т. М.: Советская энциклопедия. Третье издание. 1970-1978. 18240 с.
5. Волковский Н. Л. Энциклопедия современного оружия и боевой техники. М., 2005. 952 с.
6. Barnden J. A. Metaphor and metonymy: Making their connections more slippery // Cognitive Linguistics. – Walter de Gruyter, 2010. № 21/1. P. 1–34.

УДК 81.373.232.4

О.Б.Гавриленко

магистрант кафедры иностранных языков

Л.В.Никулина

(ст. преп.) – научный руководитель

ТЕРМИНЫ РОДСТВА ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

В данном исследовании приведены итоги структурного анализа терминов родства во французском и русском языках в сопоставительном плане. Термины родства разделяются по следующим группам: 1) термины, обозначающие кровное родство; 2) термины, обозначающие некровное родство; 3) термины прерванного и приобретенного родства. [3] В результате анализа выявлено, что во французском языке сложные термины родства образуются при помощи специальных компонентов. Также было выявлено, что количество терминов родства в русском языке больше, чем во французском языке, но при этом семантика некоторых французских терминов родства шире по сравнению с аналогичными терминами русского языка.

Феномен «семья» широко изучается в таких дисциплинах, как социология, психология, социальная антропология, лингвистика и т.д. Данный феномен характеризуется многоаспектностью. Явление «семья» считается бинарным феноменом, так как существует два подхода к его рассмотрению. В широком понимании, «семья» рассматривается как макроорганизм со сложной структурой. В узком понимании, как микроорганизм, появившийся на основе родственных, родительских отношений. В обоих толкованиях у «семьи» появляются свои собственные функции. При этом можно отметить влияние этих аспектов друг на друга. Семья как социальный институт является одним из первостепенных в образовании общества [4].

Концептом высшего уровня является лингвокультурный концепт «Семья», который изучается в различных сферах общественного сознания, и для его лингвокогнитивного и лингвокультурного описания была разработана этнокультурно-нейтральная модель. В данную модель вошли три элемента, реализующие основные функции социального института семья: родственные отношения, брачные отношения, родительские отношения.

В последнее время возобновились исследования, посвященные сопоставительному анализу языков. Данные исследования помогают изучить культурные традиции народов, определенное место языка среди других языков мира. Термины родства рассматривались такими отечественными и зарубежными лингвистами, как: В.Г. Гак, Л.Г. Морган, В.В. Виноградов [1], [2], [5]. Термины, связанные с понятием родства, разделяются на две большие группы: 1) кровные и 2) некровные, объединенные одним общим понятием, куда относятся все члены общества, объединенные родственными отношениями. Термины родства в зависимости от семантики объекта номинации распределяются следующим образом:

1) термины кровного родства: по линии матери; по линии отца; по линии братьев и сестер (un oncle – дядя; une tante – тетья; un cousin – двоюродный брат; une cousine – двоюродная сестра; un neveu – племянник; une nièce – племянница; un grand-père – дедушка; une grande-mère – бабушка);

2) термины некровного, или свойственного, родства: по линии мужа; по линии жены; по линии братьев и сестер супругов (un beau-père – свекор, тещь; une belle-mère – свекровь, теща; un beau-frère – шури́н, деверь; une belle-soeur – золовка, свояченица);

3) термины прерванного и приобретенного родства (une belle-mère – мачеха; un beau-père – отчим; une belle-fille – падчерица; un beau-fils – пасынок; demi-frère – сводный брат; demi-soeur – сводная сестра; fils adoptif – приемный сын; fille adoptive – приемная дочь).

Объектом нашего исследования являются мотивированные термины родства. Мотивированные термины родства образованы путем прибавления специальных компонентов к основному

термину. В исследуемом материале выделены следующие компоненты: beau-, belle-, arrière grand-, arrière grande-, grand-, grande-, petit-, petite-, demi-. По выполняемой функции данные элементы делятся на:

1. Компоненты, указывающие на отсутствие кровного родства: beau-, belle.
2. Компоненты, указывающие на степень отдаленности или близости родства: grand-, grande-, petit-, petite-, arrière, arrière grand-, arrière grande-.

3. Компоненты demi-, beau-, belle- на кровное родство со стороны одного из родителей.

В то время, как в русском языке план выражения терминов родства характеризуется следующим образом:

- корневое обозначение (брат – сестра, сын – внук);
- классификационное обозначение с определенной морфемой-символом различительной черты (старший, младший);
- грамматическое выражение пола (тесть – теща, свекор – свекровь);
- описательное словосочетание (внучатый племянник, жена брата мужа, зять – муж дочери)

И при этом, термины родства делятся на три группы:

1) термины родства (отношение по крови). Принято выделять следующие термины кровного родства: по прямой восходящей линии: отец, мать, дед, бабушка, прадед, прабабушка;

• по прямой нисходящей линии: сын, дочь, внук, внучка, правнук, правнучка;

• по боковым линиям: брат, сестра, племянник, племянница, дядя, тетя, двоюродный брат, двоюродная сестра и т.д.;

2) термины свойства (отношения, развивающиеся в результате брака). В современном кодифицированном языке они воспринимаются как архаизмы с тенденцией к полному исчезновению, в противовес диалектам. Здесь рассматриваются такие термины, как: жена, муж, вдова, вдовец, деверь, золовка, свекор, свекровь, тесть, теща и т.д.;

3) термины неродственных отношений. Что касается близких неродственных отношений, следует отметить внешнюю схожесть этих терминов с ключевыми словами кровного родства. Крестная мать, крестный отец, мачеха, отчим, пасынок, падчерица, сводные.

Проведенное исследование показало, что русский язык характеризуется более дробным членением терминов родства, чем французский язык. Данный результат подтверждает наличие в русском языке более широкого набора дифференциальных семантических признаков для терминов родства и более разветвленную систему родства в целом. При этом выяснилось что сложные термины родства во французском языке образуются с помощью специальных компонентов, в то время, как термины родства в русском языке характеризуются своим собственным планом выражения.

Библиографический список

1. *Виноградов В.В.* Вопросы терминологии. М.: АН СССР, 1961. № 1. С. 3-19.
2. *Гак В.Г.* Сравнительная типология французского и русского языков. М., 1977. 288 с.
3. *Крюков М.В.* Личное имя и термины родства // Ономастика Востока. М., 1980. С. 27-31.
4. *Кузнецов А.М.* Семантико-функциональный анализ терминов кровного родства в английском, датском, французском, испанском языках. М., 1970. 175 с.
5. *Морган Л.Г.* Система кровного родства и свойства в человеческой семье. СПб., 1871. 143 с.

УДК 347.78.034

Д. А. Драгомир

студент кафедры иностранных языков

И. И. Громовая

(канд. фил. наук, доцент) – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НЕОЛОГИЗМОВ И ОККАЗИОНАЛИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ДЕТСКИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ И МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ)

В связи с развитием промышленности, новыми открытиями, изменениями менталитета и культуры поведения человека происходят изменения в обществе, а вместе с ним меняется и язык. Наряду с развитием языка происходит развитие средств общения или коммуникации. Давно известные произведения классиков начинают восприниматься и интерпретироваться по-новому. Вместе с этим возникает сложность передачи неологизмов на другой язык, так как очень важно учитывать все изменения при адаптации текста для иноязычных читателей.

Целью данной работы является отбор неологизмов и окказионализмов и выявление их особенностей при переводе с английского языка на русский на базе сказки Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес» и одноименного художественного фильма Тима Бертона, повести-сказки А. Милна «Винни Пух и все, все, все» и мультипликационного фильма «Приключения Винни Пуха».

В связи с этим были поставлены следующие цели: проанализировать и обобщить данные исследований, проведённых в области словообразования, связанные с описанием окказионализмов и неологизмов и предпосылок их появления; рассмотреть основные возможные способы образования окказионализмов и неологизмов в современном английском языке; составить классификацию неологизмов и определить согласно ей их функции в тексте; выявить основные переводческие приемы при передаче неологизмов и окказионализмов с английского на русский язык; проанализировать и дать оценку переводам произведения Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес» и художественного фильма Тима Бертона «Алиса в стране чудес», произведения А. Милна «Винни Пух и все, все, все» и мультипликационного фильма «Приключения Винни Пуха».

Основой стало определение из «Словаря лингвистических терминов»: «Неологизм – слово или оборот, созданное (возникшее) для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или выражения нового понятия» [5]. «Окказиональные слова отличаются тем, что при их образовании нарушаются законы построения соответствующих языковых единиц (обычно сознательно, с целью экспрессивности) и нормы языка» [2].

Основными продуктивными способами образования неологизмов являются: фонологический (создаются с помощью звуков или конфигурации звуков), заимствования (обладают фонетической дистрибуцией и не свойственным для английского языка морфологическим членением), морфологический (создаются по образцам, существующим в языковой системе, и из морфем, существующих в данной системе), сюда входят аффиксальные способы, словосложение, конвертирование и сокращения [3]. Также ещё одним продуктивным способом является семантический (новое значение обозначается формой, уже имевшейся в языке) [1].

В принятой нами классификации неологизмы делятся на общеязыковые и авторские. Общей функцией для них будет номинативность (обозначение новых, ранее не существующих понятий), а главной отличительной функцией является авторское отношение, которая является ведущей у авторских неологизмов [4].

Основными способами передачи неологизмов и окказионализмов на русский язык являются транскрипция, транслитерация – процесс заимствования звуковой (при транскрипции) или графической (при транслитерации) формы слова вместе со значением из языка оригинала в язык перевода, которые, как правило, происходят вместе, калькирование (как приём создания эквивалента

можно приравнять к буквальному переводу – эквивалент целого создаётся путём простого сложения эквивалентов его составных частей), описательный перевод (передача значения английского слова при помощи более или менее распространённого объяснения) и функциональная замена (часто употребляется для перевода авторских неологизмов, так как он является особенно актуальным в случае так называемой безэквивалентной лексики, т. е. когда ни одно из соответствий, предлагаемых словарём, не подходит к данному контексту).

На материале сказки Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес» мы проанализировали особенности перевода авторских неологизмов с помощью приемов, описанных выше. Таким образом, все авторские неологизмы можно поделить на следующие типы:

1. Созданные путём транскрипции/ транслитерации: Jabberwock – Джаббервокк, Jubjub – Джубджуб, Tumtum – Тум-Тум.
2. Созданные путём калькирования: Bandersnatch – Бендерцап, Брандашмыг.
3. Созданные с помощью описательных эквивалентов: Cricket in hedgehogs – «ежик, которым играют в крикет».
4. Созданные с помощью функциональной замены: Callooh! Callay!». Урробраво! Привеслава!

Продемонстрируем способы перевода неологизмов с английского языка на русский на материале фильма Тима Бёртона.

1. Транскрипция и транслитерация: Absolem – Абсолем; Oraculum – Оракулум; The Jubjub bird – Джуб-джуб;
2. Калькирование: Tweedlede and Tweedledum – Траляля и Труляля; Griblig Day – Дивно-день; Frabjous Day – Бравный день; Bandersnatch – Брандошмыг; Snud and Queast – Зюдесикурс и Норденакурс;
3. Описательный эквивалент: You were much more muchier – Была намного тверже, гораздо булатней;
4. Функциональная замена: Callou! Callay! – О! Бравный день!; champion – Бравный воин.

Таким образом, совершенно очевидно, что перевод неологизмов и окказионализмов в фильме адекватен и является неотъемлемой составляющей, благодаря которой фильм производит на зрителя необходимый эффект.

Происхождение большинства авторских неологизмов в произведении А. Милна «Винни Пух и все, все, все» связано с намерением автора передать детскую ненормативную речь. По сути своей они представляют собой знакомые нам слова, употребляемые в повседневной речи, но используемые с намеренными ошибками. Поэтому при передаче их на русский язык были также использованы обычные слова и фразы, но неправильные с точки зрения грамматики и звучания.

Следует отметить, что при переводе общеупотребительных английских слов Борисом Заходером были использованы такие трансформации, как калькирование: WOL- CABA, MESSAGE-СПАСАНИЕ, и функциональная замена: Heffalump – Слонопотам, Woozle – Бука, PLES RING IF AN RNSR IS REQIRD – Прошу нажать если не открывают.

Если говорить о способах передачи английских неологизмов на русский язык в мультфильме «Приключения Винни Пуха», то можно заметить, что, как и в книге А. Милна «Винни Пух и все, все, все», в основном использован коммуникативно-прагматический способ перевода, сопровождаемый такими приемами как калькирование: Widsday – Ветреда, narrate me down – Расскажи меня вни, и функциональная замена: Nilly silly old bear – толстенький пуховый живот, Smackerel – ложка и обязательными структурными преобразованиями с целью адекватного воздействия на получателя информации.

Проанализировав способы перевода неологизмов в произведениях «Алиса в стране чудес» и «Винни Пух и все, все, все», в художественном фильме «Алиса в стране чудес» и мультипликационном фильме «Приключения Винни Пуха», мы пришли к выводу, что наряду с такими приемами, как калькирование, транскрипция, транслитерация и описательный перевод, самой распространённой трансформацией является функциональная замена.

Этот прием справедливо относится к наиболее частотным, поскольку в переводящем языке, в нашем случае в русском, имеется богатый арсенал словообразовательных средств, позволяющих описать какое-то явление понятными нашему читателю словами. Возможные потери в таком случае компенсируются другими средствами языка, неологизмами и окказионализмами в частности, что позволяет сохранить общую тональность повествования, в том числе за счет эффекта новизны.

Таким образом, проанализированные нами новообразования заслуживают самой высокой оценки, поскольку авторам удалось передать не только смысл и содержание, но и все оттенки настроения персонажей.

Библиографический список

1. Гак В.Г. Языковые преобразования. Виды языковых преобразований. Факторы и сферы реализации языковых преобразований. М.: Изд-во: Либроком, 2010. 408 с.
2. Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2011. 328 с.
3. Лыков А. Г. Современная русская лексикология (Русское окказиональное слово). М.: Высшая школа, 1976. 120 с.
4. Розенталь Д.Э. Голуб И.Б., Теленкова М.А. Современный русский язык. М.: Междунар. отношения, 1995. 560 с.
5. Словарь-справочник лингвистических терминов Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. М., 1976. 544 с.

УДК 81:39

Д.А. Ким

студент кафедры иностранных языков

Н.А. Пузанова

(канд. фил. наук, доц.) – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ ВЕРБАЛЬНОГО И МЕЛОДИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕСЕННОМ ТЕКСТЕ (НА ПРИМЕРЕ ПЕСЕН БРИТАНСКОЙ ГРУППЫ «THE BEATLES»)

В современной лингвистике постепенно возрастает интерес к изучению такого феномена текста, как песенный дискурс. Подобные тенденции обусловлены тем, что за последние годы песенный жанр приобрел массовый характер и получил признание широкой аудитории. Несомненно, на сегодняшний день песенный дискурс оказывает мощнейшее влияние на формирование сознания человека в соответствии с установленными в современном обществе культурными ценностями. Нельзя не отметить, что глобализация английского языка также внесла свою лепту в развитие англоязычного песенного дискурса. Однако, многие аспекты этой области знания остаются недостаточно исследованными.

Цель написания данной статьи заключается в рассмотрении проблемы передачи вербального и мелодического компонента в англоязычном песенном тексте, а объектом исследования является англоязычный песенный дискурс. Материалом для нашего анализа послужили тексты песен легендарной британской группы «The Beatles». Трудность нашего исследования состоит в том, что песенный дискурс представляет собой сложное единство вербального текста и музыкального компонента.

Понятие дискурса рассматривается в лингвистике, стилистике, психологии, философии. Изучением англоязычного песенного дискурса занимались Плотницкий Ю. Е., Орлова Т. А., Шевченко

О. В., Потапчук М. А. и др. Дискурс понимается как «совокупность тематически родственных текстов с присущими им языковыми особенностями» [1, 1]. М. А. Потапчук, к примеру, рассматривает понятие песенного дискурса как коммуникативный процесс, являющийся значимым феноменом во взаимодействии людей и их сознания [3, 140].

Перед тем, как приступить к анализу английского песенного текста, следует отметить, что в синтаксическом плане тексты песен неоднородны и, как отмечает Ю. Е. Плотницкий, сочетают в себе черты высокого и обиходно-разговорного стиля [1, 18]. Ю. Е. Плотницкий также выделяет наиболее заметные черты англоязычных песенных текстов: параллельные конструкции, различные виды повтора, а также высокую встречаемость вопросительных и императивных предложений [1, 19]. Л. П. Кучукова же отмечает, что песня всегда сохраняет свою адресованность на внешнего реципиента или на самого себя, что является характерной чертой для лирики [2, 8]. Кроме того, тексты песен в своём большинстве и многообразии отличаются выразительностью и эмоциональностью, что позволяет нам провести параллель с поэтическими текстами.

Как же соотносятся мелодическая и вербальная составляющая друг с другом в песенном дискурсе? В. А. Васина-Гроссман полагает, что у мелодического и вербального компонента песни существует множество точек соприкосновения. Например, в построении песни, как и в структуре поэтического произведения замечается тенденция к разделению на идентичные по размеру фрагменты, к наличию периодичности и симметрии, что облегчает восприятие песен на слух. Таким образом, припев, повторяясь после каждого куплета, отделяет предыдущую строфу от следующей, в то же время соединяя структуру песни [4, 145]. Это свойство связано с тем, что припев является как мелодическим, так и вербальным повтором. Похожей точки зрения придерживается Ю. А. Кремлёв. По мнению учёного мелодическая составляющая «подчиняет себе словесный, стихотворный образ и поглощает его» [4, 145]. Наконец, П. С. Волкова считает, что мелодия преобладает над словами и главенствует в плане восприятия [4, 145]. Следует всё же учитывать, что не во всех случаях мелодическая составляющая доминирует над вербальной, а степень преобладания того или иного компонента напрямую зависит от жанра или музыкального стиля.

Таким образом, вербальный и мелодический компоненты в песне «справляются со своей задачей только в единстве» [4, 145]. Отсюда можно сделать вывод, что слова и музыка дополняют друг друга.

Выяснив, как соотносятся друг с другом вербальный и мелодический компонент, мы можем выявить в первую очередь интонационные особенности. А. М. Пешковский включает в понятие интонации мелодику, ритм и тембр.

Что касается вербальной составляющей, наиболее примечательной особенностью английского песенного текста можно считать использование параллельных конструкций и повторов [1, 18]. Зачастую The Beatles в своих песнях прибегают к использованию повторов для придания особой выразительности и мелодичности. В качестве примера возьмём отрывок из песни «Ask Me Why», где местоимение «I» повторяется 6 раз, а наречие «never» – три раза:

*I love you, 'cause you tell me things I want to know
And it's true that it really only goes to show
That I know that I, I, I, I
Should never, never, never be blue*

В песне «I'm Only Sleeping» можно наблюдать параллельные конструкции:

*Keeping an eye on the world going by my window
Taking my time
Lying there and staring at the ceiling
Waiting for a sleepy feeling...*

Наряду с этими особенностями, в англоязычном тексте преобладают личные местоимения и глаголы в формах 1-го и 2-го лица. Из научных трудов лингвистов, занимающихся изучением языка поэзии, известно, что употребление личных местоимений в 1-м и 2-м лице в поэтическом тексте придаёт речи оттенок искренности.

В песне «Every Little Thing» наиболее частотным является употребление личного местоимения единственного числа «I»:

*When I'm walking beside her
People tell me I'm lucky
Yes, I know I'm a lucky guy
I remember the first time
I was lonely without her
Can't stop thinking about her now*

В англоязычном песенном дискурсе можно наблюдать черты разговорной речи, например, деление длинных предложений на более короткие (фрагментация). Приём фрагментации использован в песне «For No One»:

*And in her eyes you see nothing
No sign of love behind the tears
Cried for no one
A love that should have lasted years*

В результате можно утверждать, что тексты англоязычного песенного дискурса выступают как «поэтическое языковое явление, находящееся под сильным воздействием разговорной речи» [1, 19].

Далее обратим внимание на то, что в англоязычном песенном тексте могут использоваться художественно-выразительные средства, как например употребление идиом в песнях The Beatles: «*taking my time...*» (not to be in a hurry, т.е. без спешки), «*never be blue...*» (never be sad, т.е. никогда не грустить); метафоры (*broken-hearted people*); перифраз (*hour of darkness, words of wisdom, times of trouble*).

Особого внимания заслуживает прагматическая функция песенного текста. Другими словами целью песенного дискурса является донесение до слушателя намерения автора, а также эмоционально воздействие на него. Анализ текстов песен показал, что одной из ключевых тем творчества The Beatles является тема любви. Например, в известнейшей на весь мир песне «Yesterday» мы наблюдаем душевные переживания героя, печаль от разлуки с любимым человеком:

*Why she had to go I don't know, she wouldn't say
I said something wrong, now I long for yesterday*

Песня «Let It Be» посвящена вере в добро и надежде на светлое будущее:

*And when the broken-hearted people
Living in the world agree
There will be an answer let it be
For though they may be parted
There is still a chance that they will see*

В творчестве группы можно наблюдать песни, посвященные политике и религии. Наиболее ярким примером политической темы можно считать песню «Revolution» (Революция), где The Beatles поют не только о стремлении изменить мир в лучшую сторону, но и о желании бороться как с внутренними противоречиями героя, так и с внешними:

*You say you want a revolution
We all want to change the world*

Проведя данное исследование, мы убедились, что песенный дискурс является сложным единством вербального и мелодического компонентов, которые в свою очередь имеют множество точек соприкосновения и дополняют друг друга.

Кроме того, мы выяснили, что в стилистическом плане англоязычный песенный дискурс может обладать как чертами разговорного стиля (контраст коротких и длинных предложений), так и чертами художественного поэтического или прозаического текста (использование художественно-выразительных средств).

Наконец, в рамках данной статьи было выявлено, что английский песенный дискурс в основном несет в себе коммуникативно-прагматическую функцию, т. е. его цель заключается в осуществлении определенного воздействия на слушателя.

Библиографический список

1. Плотницкий Ю.Е. Лингвостилистические и лингвокультурные характеристики англоязычного песенного дискурса: автореф. дис. ... канд. филолог. наук. Самара. гос. педагог. университет, Самара, 2005. С. 1-19.
2. Кучукова Л.П. Грамматическая характеристика народно-песенного лирического дискурса: автореф. дис. ... канд. филолог. наук. Тверь. гос. университет, Тверь, 2004. С. 8.
3. Потапчук М.А. Песенный дискурс как коммуникативный процесс: Вестник Челябинского государственного университета 2013 №2 (293). С.140. [Электронный ресурс] <http://cyberleninka.ru/article/n/pesennyu-diskurs-kak-kommunikativnyy-protsess>
4. Самохин И.С. Соотношение мелодической и вербальной составляющих в песенном дискурсе. Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов 2010 №3. С. 144-145 [Электронный ресурс] <http://cyberleninka.ru/article/n/sootnoshenie-melodicheskoy-i-verbalnoy-sostavlyayuschih-v-pesenom-diskurse>
5. Тексты песен The Beatles [Электронный ресурс] <http://search.azlyrics.com/search.php?q=beatles>

УДК 81.373.45

А.С. Клещева

студент кафедры иностранных языков

А.О. Костылёв

(канд. фил. наук, доц.) – научный руководитель

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЧАТА

Интернет-общение ворвалось в нашу жизнь сравнительно недавно, однако уже захватило весь мир. Все больше и больше людей выбирают для себя интерактивное общение. Причин тому множество, и в первую очередь – недостаток общения в реальной жизни.

Одним из наиболее популярных видов общения в Интернете является чат. Несмотря на письменную фиксацию сообщений, чат имеет признаки естественного живого разговора, устной

речи. Общение в чатах проходит в реальном времени, что объясняет появление различного рода инноваций, которые отражаются на графическом уровне чата. Большое количество различных отклонений от норм письменной речи в чат-коммуникации требует всестороннего лингвистического анализа.

Целью данного исследования является лингвистическое описание англоязычного чата, а именно выявление и рассмотрение основных языковых особенностей чата как разновидности синхронного жанра компьютерно-опосредованной коммуникации.

Язык чата очень специфичен, и, на первый взгляд, человеку, далекому от виртуального пространства и чат-общения, будет сложно сходу разобраться, о чем же говорят участники чата.

Общение в чате характеризуется синтезом письменных и устных регистров речевого общения. Так, К.А. Филиппов называет эту форму коммуникации «промежуточной» [3]. В исследовании Г.Н. Трофимовой вышеупомянутая форма коммуникации определяется как устно-письменная. «Письменная фиксация устной формы привела к возникновению такого синтетического явления, как chat-talk-defacto – результат попытки передать графическим способом все особенности разговорной речи, включая эмоции, усеченные разговорные фразы, особенности произношения и интенсивность тона («звуковое письмо») [2]. Для установления лингвистической специфики чатов мы сочли необходимым обратиться к характеристике языковых особенностей (графические, лексические, морфологические, синтаксические), которые традиционно рассматриваются в описании компьютерно-опосредованной коммуникации.

В нашем лингвистическом анализе были рассмотрены 200 сообщений, отобранных в ходе наблюдения за двумя чатами – «30plus» (для тех, кому за тридцать) и «Anime» (для поклонников аниме). Данный выбор объектов наблюдения обусловлен большой разницей в возрасте среди участников коммуникации. Как известно, возраст человека может сильно влиять на то, как он выражается. Так, в чате «30plus» общаются уже взрослые люди, которым больше тридцати лет. Напротив, в чате «Anime» собирается преимущественно молодежь.

Рассмотренные особенности интернет-общения не дают нам права рассматривать речь пользователей как письменную. Однако неправильно говорить, что в чатах мы можем столкнуться только с устной формой речи, так как форма подачи сообщений адресату все-таки письменно зафиксирована.

При рассмотрении графических особенностей из признаков устной речи нами были обнаружены эмодзи, ненормативная пунктуация, передача тона заглавными буквами.

Эмодзи, т.е. смайлы, оказались самым распространенным графическим средством. Это можно обусловить интенсификацией эмоциональности сообщения и экономией усилий собеседников, которые вынуждены компенсировать нехватку вербального выражения эмоций.

Самым характерным нововведением следует считать эмодзи, которые чаще всего состоят из типографских знаков. Отметим, что данное явление встречается в обоих наблюдаемых чатах, что говорит об универсальности использования смайлов.

(1) *beautiful.. <3, эмодзи «<3»* – показатель симпатии, любви к чему-либо/кому-либо;

(2) *Risaaaaasoocute *_**, данный символ использован с целью показать восхищение говорящего.

Был отмечен и еще один способ создания эмодзи – рациональный (вербальное выражение). Собеседник описывает словами, какую эмоцию он в данный момент испытывает. Как ни парадоксально, рациональное выражение эмоционального состояния достаточно распространено, хотя и требует гораздо больше времени для создания по сравнению с символьной имитацией лица говорящего. Примеры показывают, что такие эмодзи используются в основном возрастными коммуникантами, которым важнее выразить свое состояние, чем сэкономить время написания:

(3) *Kalin(01:59) And...and... *starts crying**;

(4) *coldasice: too late *disappointed**;

(5) *LiNg (03:25) Haven't seen the film tho *spits on the ground**.

Следующим по частотности примером выражения настроения и эмоций является множественное употребление знаков пунктуации:

(6) *Impulsive: sleekat... goodchoice ... Mercedes is one of the finest brands ever made ,,,,but still Toyota more safe..lol.* Повторяющееся многоточие свидетельствует о том, что собеседник размышляет, делает большие паузы.

(7) *AmandaB: strongest survived!!!!!!!!!!!!;*

(8) *<GermanGuy> why what??????*

Написание слов заглавными буквами – еще одна особенность, выделенная нами в ходе анализа. Она передает повышенный тон (крик) адресанта сообщения и служит свидетельством особого эмоционального состояния:

(9) *madmax: REAL WORLD ROUGHNECK NEEDS HEROS;*

(10) *Nate17(01:31) AMERICA IS MY COUNTRY. I'M A PROUD AMERICAN;*

(11) *GAaBAa (14:24)SMELLS LIKE FREEDOMMMM!!! GOOOO!*

Что касается лексических особенностей, на данном языковом уровне наблюдается ориентация как на письменную, так и на устную речь. От устной речи была унаследована разговорная лексика, употребление сленга и неформальных выражений:

(12) *Yu(15:40) I like vaporware («дутоеПО», «Slang, a commercial software product that has received much advance promotion but whose ultimate appearance on the market has become doubtful because of continual delays» [4])*

(13) *madmax: whats up peeps? («slang, people» [4]);*

(14) *Namiko(02:02)it'savoodooprogramming* (программирование без четкого понимания языка или основ программирования; в результате программа обычно не работает, либо работает, но автор не может объяснить как [1]).

Однако широко используются аббревиатуры, традиционно выделяемые в письменной речи:

(15) *Roughneck: wb Mona2 hugsss (wb – welcome back);*

(16) *Mona2: Roughneck: ty :)) (ty – thank you);*

(17) *L~(01:51) gg humanity (gg – double grins).*

Морфологическая норма, как уже было замечено ранее, наиболее устойчива ко всякого рода изменениям. В морфологическом плане особенности ориентируются на устную форму речи (например, использование личных местоимений):

(18) **DeSoLaTiOn*: hes my best helper;*

(19) **DeSoLaTiOn*: they would discuss rules and problems i never went in;*

(20) *rose44: he thinks its uuuuu.*

Но, несмотря на это, было зафиксировано большое разнообразие временных форм:

(21) *Robertsommer1966: I have been in Milano;*

(22) *ali31dubai: ember: what are you cooking?*

(23) *Losingmymind: sorry I was talking to a guy.*

Обращаясь к синтаксису, выделим изменение порядка слов:

(24) *<GermanGuy>we changing places here?*

эллипсис:

(25) *10:11 itachi_boy: you don't speak English?*

10:12 piez: Bad

(26) *Mapis: for a movies*

использование побудительных и вопросительных предложений:

(27) *sleekat: I'm not GQ but I scratch though!!! :P*

(28) *Bolshevik!(16:12) Are u from usa????? Wooow...*

(29) *Chanakya: Its amazing!*

Таким образом, в результате анализа нами было выявлено, что:

1. Чат интегрирует черты устной и письменной формы речи. Так, общение в чате является письменной фиксацией устной речи. Отличительными чертами чата в устной речи являются контактность, непосредственность, спонтанность, одновременность порождения мысли и речи, необратимость (т.е. невозможность исправить высказывание), возможность получить незамедлительную реакцию адресата. Признаками письменной речи являются, соответственно, дистантность, ограниченность визуально-языковым каналом, возможность обдумать и сформулировать мысль, а также исправить высказывание, отсроченная реакция адресата и зафиксированная тема.

2. Чаты, принадлежащие к разным типам, в некотором плане отличаются друг от друга по функциям, структуре и т.д., но в целом обладают одинаковыми особенностями.

3. На специфическую форму чата влияет не только его контактоустанавливающий характер, но и высокий темп, с которым печатаются реплики, а также спонтанность.

4. Сообщения из обоих чатов несут в себе примерно одинаковое количество использованных языковых средств, несмотря на различный возраст и интересы участников коммуникации.

Библиографический список

1. Калинин А.Ю. Англо-русский и русско-английский словарь сленга = English-Russian and Russian-English dictionary of slang: свыше 20000 слов, словосочетаний, эквивалентов и значений / под ред. И.В. Мокина. М.: Живой язык, 2012. 224 с.
2. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. 2-е изд., испр. и доп. М.: РУДН, 2011. 446 с.
3. Филиппов К. А. Лингвистика текста: курс лекций. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2007. 329 с.
4. Collins English Dictionary / S. Anderson (ed.) – Complete and unabridged new ed., 7th ed. London: HarperCollins, 2005. XIV, 1872 p.

УДК 81.343.45

Д. С. Коробейникова

студент кафедры иностранных языков

О. В. Злобина

(ст. преп.) научный руководитель

СПЕЦИФИКА ИМЁН В ЛИТЕРАТУРЕ ЖАНРА ФЭНТЕЗИ НА ОСНОВЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ НИЛА ГЕЙМАНА

Актуальность работы обусловливается тем, что в жанре фэнтези имена особые – осложнённые, несущие в себе определённый смысл. Основной аспект работы заключается в том, чтобы проанализировать и сгруппировать имена собственные по происхождению.

Цель работы: исследовать способы создания антропонимов и культуронимов.

Объект исследования: романы-фэнтези Нила Геймана «Stardust», «American Gods», «Neverwhere».

Предмет исследования: имена собственные в произведениях Нила Геймана.

Особый интерес к изучению имён собственных представляет творчество Нила Геймана. В его произведениях множество антропонимов, которые несут в себе заметно выраженную смысловую нагрузку, имеют своеобразный звуковой облик. Имена собственные играют особую роль в повествованиях, применяются для усиления характера, комизма ситуации или могут характеризовать качества человека, род его деятельности или социальное положение.

Имена персонажей в художественных произведениях являются наиболее экспрессивным и нормативным средством, определяющим значительный объём имплицитной информации.

Антропонимы важны для общения и взаимопонимания людей. В отличие от нарицательных слов, они имеют тенденцию универсальности использования. Почти на любом языке мира, имя человека будет звучать одинаково. Поэтому считается, что имена и названия не требуют особого подхода при переводе с иностранных языков, что является заблуждением. Антропонимы в своей изначальной языковой среде обладают сложной смысловой структурой, уникальными особенностями формы и этимологии, способностями к видоизменению и словообразованию, многочисленными связями с другими единицами и категориями языка.

Фэнтези – вид фантастической литературы, основанный на использовании мифологических и сказочных мотивов. В современном виде сформировался в начале XX в. Огромное влияние на формирование современного облика фэнтези оказал Джон Рональд Руэл Толкин.

Фэнтези не стремится объяснить мир, в котором происходит действие произведения, с точки зрения науки. Сам этот мир существует в виде некоего допущения, а его физические законы могут отличаться от реалий нашего мира. В таком мире может быть реальным существование богов, колдовства, мифических существ. Отличие фэнтези от сказочных аналогов в том, что все волшебные события и сущности являются нормой описываемого мира и действуют, как законы природы.

Неологизм – слово, значение слова или словосочетания, недавно появившиеся в языке (новообразованное, отсутствовавшее ранее).

По источнику появления неологизмов они делятся на:

- общеязыковые (как новообразованные, так и новозаимствованные);
- авторские, индивидуально-стилистические (так называемые окказионализмы).

Окказионализм – индивидуально-авторский неологизм, созданный поэтом или писателем в соответствии с законами словообразования языка по тем моделям, которые в нём существуют, и использующийся в художественном тексте как лексическое средство художественной выразительности или языковой игры [1].

Рассмотрим некоторые примеры из произведений Нила Геймана.

Помимо обычных человеческих имён (Doreen, Sam Fetisher, Victoria Forester) так же присутствуют говорящие имена. Термином «говорящие имена» можно обозначать все имена собственные с более или менее уловимой внутренней формой

Так, в произведении «American Gods» имена персонажей созвучны с именами богов, которые являются вторыми скрытыми в них личностями: в имени Easter мы можем заметить отсылку к древнегерманскому божеству Эостре (Ēostre), а в имени Low-Key Lyesmith чётко прослеживается имя древнегерманского бога Локи (Loki).

В произведении присутствует персонаж по имени Mr. Ibis. Ибис – птица. Здесь идёт отсылка к египетскому богу Тоту (Thoth), у которого была голова ибиса. В имени Mr. Wednesday мы можем найти намёк на германского бога Одина (Odin).

В произведении «Stardust» большинство имён взято из латинского языка. Так из имён детей короля Lady Una, Secundus, Quartus и др. мы можем заметить, что имена соответствуют порядку рождения. Так же из латинского языка пришло имя Lamia – слово, обозначающее ведьму. В книге этот персонаж действительно ведьма, главный антагонист. Имена её сестёр Empusa и Morgo взяты из древнегреческой мифологии, обозначают женщину-демона и вампира соответственно.

В произведении «Neverwhere» присутствует девушка с говорящим именем – Doog. Так она сама является «дверью» для главного героя, так же есть дверь в другой Лондон, и в конце они находят ту самую дверь, которую искали, где героиня Doog уже становится ключом.

Персонаж Mr. Croup соответствует своему имени: он толстый коротышка, говорящий витиевато и напыщенно.

В «Neverwhere» также можно проследить связь с «Алисой» Л. Кэррола. «Neverwhere» походит на Зазеркалье Л. Кэррола, а London Below – на кроличью нору, другой мир.

В ходе анализа мы выяснили, что имена собственные обладают чрезвычайно высокой аллюзивностью и являются, по большей части, говорящими именами. При детальном рассмотрении данного вопроса мы приходим к заключению, что две этих особенности имена собственные тесно взаимосвязаны, поскольку аллюзия не может существовать в имени, не обладая при этом никакой семантикой, а собственный смысл имени в подавляющем большинстве случаев является аллюзией на то или иное явление или предмет. Всё это подтверждает, что имена собственные в художественной литературе в целом и в выбранных нами произведениях в частности создают сложную структуру, которую необходимо тщательно проанализировать, прежде чем приступать к переводу текста, содержащего такие имена. Имя собственное в произведениях жанра фэнтези не является простым, каким оно может показаться на первый взгляд.

Ряд собственных имен несет в себе его значение, часто указывая на его происхождение, культурные аспекты. Часто имена персонажей дают понять, что можно ожидать от персонажей, что они скрывают. Многие имена собственные создаются с помощью использования слов другого языка, имеют отсылку к именам и названиям мифологических существ, а также имеют отсылки к известным произведениям. Имена собственные являются частью единого текстового пространства, зачастую – одним из главнейших компонентов в создании целостного образа вымышленного автором мира.

Библиографический список

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – 2-е изд., стер. М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
2. *Gaiman, Neil. Stardust.* HarperCollins; Reprint edition. 2008. 288 p. www.bokus.com/bok/9780755322824/stardust/
3. *Gaiman, Neil. American Gods.* William Morrow, Headline. 2001. 465 p. http://www.rednovels.net/book/American_Gods_1/
4. *Gaiman, Neil. Neverwhere.* Avon, Reprint edition, 1998. 400 p. www.neilgaiman.com/works/Books/Neverwhere/

УДК 347.78.034

О. Ю. Кузнецова

студент кафедры иностранных языков

О. В. Злобина

(ст. преп.) – научный руководитель

ПЕРЕВОД АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ КАК ОСОБЫЙ ВИД АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

Долгое время интерес к аудиовизуальному переводу оставался низким, как отмечают В. Е. Горшкова [2], А. В. Козуляев [4] и ряд других исследователей, но сейчас число работ, посвященных проблемам этого вида перевода, растёт с каждым годом. Часто в них описывается только техника перевода фильмов под дубляж или закадровое озвучивание, правила субтитрирования. Остается неясным, осведомлен ли переводчик о наличии в кинотексте характеристик, выраженных имплицитно и эксплицитно, зависят ли они от жанра фильма и насколько их удастся сохранить в переводе.

Для анализа был выбран мультфильм, так как в прокат выходит много анимации, она широко переводится. Анимационные фильмы и сериалы стали для детей таким же источником познания окружающего мира, как и книги, поэтому к качеству перевода аудиовизуальных произведений,

предназначенных для детской аудитории, предъявляются самые высокие требования, он требует особого подхода.

Цель данной работы – выявить особенности перевода анимационных фильмов, связанные с наличием в них речевых характеристик, на примере первой части анимационного фильма «Мадагаскар». Было рассмотрено 476 реплик с ярко выраженной речевой характеристикой. Анализируемый перевод выполнен под дубляж на студии «Невафильм», поскольку среди зрителей могут оказаться дети, которые пока не умеют читать, субтитры будут им непонятны.

Основой стало определение из «Словаря-справочника лингвистических терминов» Д. Э. Розенталя и М. А. Теленковой. В нем говорится о литературных персонажах, но оно справедливо и для нашего материала:

Речевая характеристика – подбор особых для каждого действующего лица литературного произведения слов и выражений как средство художественного изображения персонажей [5].

Затем на основе работ В. В. Амочкина [1] и М. А. Жданович [3] была составлена классификация, удобная для практического анализа мультфильма. Во-первых, выделены характеристики на фонетическом, лексическом, морфологическом, синтаксическом уровнях. Во-вторых, в зависимости от параметра образа персонажа характеристика может быть разговорной, эмоциональной, гендерной, возрастной, темпоральной, локальной, статусной, национальной, внешней, а также характеристикой отношений коммуникантов или черт характера.

Разговорность в оригинале чаще всего создавалась на фонетическом уровне:

- *I wanna go home.* – Я тоскую по дому.
- *I don't see anything.* – Ниче не вижу.
- *Do not interrupt me when I'm daydreaming!* – Ну, я просил же, не мешай мне, когда я мечтаю!

В первом примере сращение сообщало сразу две характеристики, разговорную и национальную, так как оно характерно для американского английского, и оба этих вида утеряны в переводе. Крайне редко разговорность в переводе остается на уровне фонетики, компенсация просторечными формами, как во втором примере, используется редко. Чаще компенсация применяется на морфологическом уровне: добавляются частицы и междометия, когда позволяет длина реплики, как в последнем примере. Разговорность и эмоциональность также могут компенсироваться на лексическом и синтаксическом уровнях. В следующем примере нейтральная реплика, эмфатизированная за счёт сленга, и есть эллипсис:

I hope you thought it was fresh!
Надеюсь, вам по кайфу свежак!

В примере ниже обратный случай: реплика была нейтрализована. Также для краткости опущено обращение:

I've been kind of a jerk, Marty.
Я вел себя неприлично.

Еще одно средство компенсации разговорности на лексическом уровне – добавление диминутивов, характерных для русской разговорной речи:

It is getting late.
Времечко уже позднее.

Для компенсации разговорности на синтаксическом уровне применяется инверсия:

I missed the express.
Опоздал я на экспресс.

Черты характера – самая трудная для передачи характеристика. На лексическом уровне чаще всего она создавалась использованием рифмованных слов и окказионализмов. В целом рифма сохранилась, а её отсутствие в некоторых репликах перевода компенсировано добавлением в те реплики оригинала, где её не было:

When the Zebra is in the zone, leave him alone.
Если я в астрале весь – не лезь.

Phil, wake up, you funky monkey.

Фил, проснись, обезьянья рожа.

Yeah, the king is in the house!

Его роль – отпадный король!

В переводе мультфильма встретились примеры как сохранения, так и потери окказионализмов:

Tasting fresh. Freshalicious.

Свежати́на! Свежелика́тес.

Easy, Melman. We are going to be okay. We are going to be okizay.

Успокойся, Мелман. Всё будет в полном ажуре. Всё будет ого-го.

Локальная и темпоральная характеристики представлены реалиями. При переводе анимационных фильмов почти всегда уместно прибегать к доместикации, учитывая возраст зрителей; в художественных фильмах такая стратегия используется реже:

Yeah, you don't see that on Animal Planet!

Да, такого в «Мире животных» не увидишь!

It's on your left after Vanderbilt.

Он будет у тебя по левому боку.

It's another fabulous morning in the Big Apple!

В большом городе снова дивное утречко!

В итоге реплики с речевой характеристикой составили 70% от реплик всего фильма. Самые частотные виды: разговорная, гендерная и эмоциональная, остальные также встретились, но намного реже. Таким образом, диалоги в анимационном фильме «Мадагаскар» сильно стилизованы под разговорную речь. Реплики эмоциональны, поскольку отражают реакцию персонажей на нестандартные ситуации. Большой процент гендерной характеристики в статистике вызван частым использованием обращений и личных местоимений.

Большинство характеристик сохранилось или компенсировалось на других уровнях. Совсем не переданы национальная и темпоральная характеристики, почти не сохранились окказионализмы. Лучше всего поддаются передаче в переводе разговорная, гендерная, статусная, возрастная характеристики. Различия в системах русского и английского языков и в способах создания речевых характеристик не позволяют достигнуть абсолютной эквивалентности в переводе реплик анимационных фильмов, однако широкое использование средств и способов русского языка, прежде всего лексических и словообразовательных, позволяет добиться динамической эквивалентности и создать перевод, не во многом уступающий оригиналу.

Библиографический список

1. Амочкин В. В. Лингвистические средства социокультурной характеристики персонажа зарубежного кинопроизведения на материале англо- и франкоязычных кинофильмов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20/ Казан. (Приволж.) федер. ун-т. М., 2015. 29 с.
2. Горшкова В. Е. Перевод в кино. Иркутск: ИГЛУ, 2006. 278 с.
3. Жданович М. А. Лингвистические средства создания образа персонажа в художественном диалоге (на материале современной англоязычной прозы и драматургии): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04/ Сам. гос. пед. ун-т. Самара, 2009. 22 с.
4. Козуляев А. В. Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений: опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках школы аудиовизуального перевода // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2015. № 3 (13) С. 3–24.
5. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов: Пособие для учителей. М.: Просвещение, 1976. 543 с.

УДК 81.272

Д. Д. Ласточкина

студентка кафедры иностранных языков

Л. В. Никулина

(ст. преп.) – научный руководитель

РЕАЛИЗАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ ФРАНЦИИ В СФЕРЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ

Языковая политика является одним из ключевых факторов по воздействию на язык. Показательным примером данного воздействия служит Франция. Французская языковая политика – одна из самых эффективных и последовательных в Европе. На протяжении многих лет осуществляется целый комплекс конкретных мер по обеспечению особого статуса французского языка. В частности, на сегодняшний день стремительное развитие технологий позволяет человеку получить доступ к различной информации по всему миру. Одновременно с появлением новых технологий возникает потребность в их обозначении и наименовании. В большинстве случаев для этого используется английский язык, что не остается незамеченным для других языков, поэтому появляется большое количество заимствований. Французский язык не стал исключением. В языке появилось значительное количество англоязычных терминов из компьютерной сферы.

Цель работы – рассмотреть способы реализации языковой политики Франции в сфере заимствований на материале компьютерной терминологии.

«Языковая политика – совокупность идеологических принципов и практических мероприятий по решению языковых проблем в социуме, государстве. Особой сложностью отличается языковая политика в многонациональном государстве, так как в этом случае она должна учитывать такие факторы, как многоязычие, своеобразие национального состава и межнациональных отношений, роль отдельных языков и их носителей в общественной жизни» [1].

Итак, языковая политика:

1. это комплекс мер, осуществляемых государством или любые другие инстанции, наделенные соответствующими полномочиями, по сознательному воздействию на язык;
2. направлена на сохранение, защиту и на изменение существующего состояния языка.

Основные законы, регулирующие языковую политику Франции, в хронологическом порядке:

1. Закон о преподавании местных языков и диалектов от 11 января 1951 г. (Loi №51-46 du 11 janvier 1951 relative à l'enseignement des langues et des dialectes locaux) [2];
2. Закон об использовании французского языка от 31 декабря 1975 г. (Loi №75-1349 du 31 décembre 1975 relative à l'emploi de la langue française) [3];
3. Закон об использовании французского языка от 4 августа 1994 г. (Loi №94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française) [4].

Для сравнения были взяты материалы из журналов *L'ordinateur individuel* – Octobre 1978 [6], *01Net* – 6 au 19 Janvier 2016 [7], *Mesures-Régulation-Automatisme* – Janvier, 1979 [8]; Juin/Juillet [9], 1979 [10]; Février, 1979 [10]; Mai, 1979 [11]. Методом сплошной выборки отобрано 34 термина и 482 словоупотребления данных терминов в период действия закона Ба-Лорьоля (1975 г.) и 50 терминов и 487 словоупотреблений в период действия закона Тубона (1994 г.). На отобранном материале рассматривается употребление заимствований в компьютерной терминологии в период действия данных законов.

На основе анализа 34 терминов и 482 словоупотреблений данных терминов в период действия закона Ба-Лорьоля (1975 г.) были выделены следующие принципы использования терминов во французском языке:

1. Используется французский термин (26 терминов и 377 словоупотреблений, что составляет 76% и 78% от всего количества);

2. Используется как французский термин, так и заимствованный из английского языка термин (2 термина и 58 словоупотреблений, что составляет 6% и 12%);
3. Используется английский термин (6 терминов и 47 словоупотреблений, что составляют 18 и 10%).

Согласно данному закону использование любого термина или выражения иностранного происхождения было запрещено при наличии соответствующего термина или выражения исконного происхождения. Рассмотрим примеры:

К первой группе относятся такие термины, как *un ordinateur* (25 словоупотреблений) и *un logiciel* (38 словоупотреблений). Также к данной группе относятся 24 термина, среди которых самыми часто встречающимися стали: *une instruction* (40 словоупотреблений), *une cassette* (37 словоупотреблений), *un bus* (21 словоупотребление).

Ко второй группе относятся такие термины, как *une mémoire vive/RAM* и *une unité centrale/CPU*. Среди проанализированных примеров у французского термина *une mémoire vive* выявлено 4 словоупотребления, у английского термина *RAM* – 25 словоупотреблений; у французского термина *une unité centrale* – 27 словоупотреблений, у английского термина *CPU* – 2 словоупотребления.

К третьей группе относятся такие термины, как *interface* (12 словоупотреблений), *LSB/Least Significant Bit* (5 словоупотреблений), *LED/light-emitting diode* (2 словоупотребления), *PROM/Programmable Read Only Memory* (5 словоупотреблений), *ROM/Read-Only Memory* (15 словоупотреблений), *ULSI/Ultra Large-Scale Integration* (5 словоупотреблений).

В 1994 г. вступил в силу новый закон Тубона, и в 1996 г. была создана Генеральная комиссия по терминологии и неологии. Ее появление было вызвано необходимостью способствовать дальнейшему развитию и распространению французского языка путем введения новых слов и выражений французского происхождения. Для анализа было отобрано 50 терминов из словаря информационных и коммуникационных технологий [5], изданном Генеральной комиссией, и проанализированы 487 словоупотреблений. Можно также выделить три принципа, согласно которым термины используются в языке:

1. Используется эквивалент термина, предложенный Генеральной комиссией по терминологии и неологии (38 терминов и 318 словоупотреблений, что составляет 76 и 65% от всего количества);
2. Используется как эквивалент, так и заимствованный из английского языка термин (5 терминов и 86 словоупотреблений, что составляет 14 и 18%);
3. Эквивалент термина не употребляется (7 терминов и 83 словоупотребления, что составляет 10 и 17%).

Приведем наиболее интересные примеры терминов, предложенных Генеральной комиссией по терминологии и неологии. К первой группе относятся такие термины, как *logiciel* (32 словоупотребления), *fenêtre* (29 словоупотреблений), *cliquer* (35 словоупотреблений), а также *la souris* (19 словоупотреблений).

Одним из терминов, которые относятся ко второй группе, является слово *Web*. Французский термин *la Toile*, предложенный Генеральной комиссией, используется достаточно редко. Среди проанализированных примеров намного чаще встречался термин *Web*, чем *la Toile* (2 примера со словом *la Toile*, 15 со словом *Web*). Также сюда относятся такие термины, как *antivirus* (2 словоупотребления), *PC* в качестве синонима к *ordinateur* (32 словоупотребления), *module d'extenstion/plugin* (3 словоупотребления).

Показательным примером, относящимся к третьей группе, стал термин *ordiphone*. Слово было предложено Генеральной комиссией в 2009 году, но среди проанализированных примеров не было найдено ни одного словоупотребления, а у слова *smartphone* – 34 словоупотребления. Также сюда относятся такие термины как *hacker (le fouineur)*, *design (la conception)*, *URL*, *bug*, *webcam*, *cloud*, *scanner*.

Таким образом, можно сделать вывод, что, как и во время действия первого, так и второго закона количество французских терминов остается преобладающим и сохраняется тенденция к использованию французской терминологии. Но в период действия закона 1975 г. терминология не была зафиксирована и упорядочена. Принятие нового закона Тубона в 1994 г. привело к созданию Генеральной комиссии по терминологии и неологии, которая занимается созданием новых терминов в связи с развитием науки, техники, упорядочивает термины из различных областей в словарях и следит за появлением новшеств в разных сферах, в том числе в сфере компьютерной терминологии. Можно сделать вывод, что Генеральная комиссия по терминологии и неологии успешно справляется с данными задачами, так как предложенные эквиваленты употребляются гораздо чаще, чем заимствованные термины.

Библиографический список

1. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой, URL: <http://tapemark.narod.ru/les/616a.html>
2. Loi №51-46 du 11 janvier 1951 relative à l'enseignement des langues et dialectes locaux, URL: <http://legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000886638>
3. Loi №75-1349 du 31 décembre 1975 relative à l'emploi de la langue française, URL: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000521788>
4. Loi №94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, URL: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000005616341>
5. Vocabulaire des techniques de l'information et de la communication, URL: <http://www.culture.fr/Ressources/FranceTerme/Librairie>
6. L'Ordinateur Individuel. Octobre 1978. n°1.
7. 01Net. 6 au 19 Janvier 2016. n°834.
8. Mesures-Régulation-Automatisme. Janvier, 1979. n°1.
9. Mesures-Régulation-Automatisme. Juin/Juillet, 1979. n°6.
10. Mesures-Régulation-Automatisme. Février, 1979. n°2.
11. Mesures-Régulation-Automatisme. Mai, 1979 n°5.

УДК 81.373.45

С.С. Мкртчян

магистрант кафедры иностранных языков

М.А. Чиханова, И.И. Громова

(канд. фил. наук, доц) – научные руководители

EXPRESSIVENESS IN MILITARY HUMOR

According to I. N. Gorelov and A. F. Sedov humorous communication is an intention to cause hearted laughter as mild critical reaction to the absurd, i.e. discrepancy between the proper and data, and is modeled in the coordinate system of «serious vs. frivolous» and «friendly vs. unfriendly» communication. In unserious communication one can select semiserious, playful and buffoon types of tonality. The specificity of comic dialogues is determined by the tendency to actively use the half-serious style to sound ironic about everything absurd and irrelevant. [1]

The pragmatic task of humor is to trigger laughter, to treat verbal situation ridiculously, laughably or even absurdly. The discrepancy between the form and the content of statements results in an ironic relation to the language and the world.

The concept of «humor» includes:

- 1) Irony
- 2) Sarcasm
- 3) An anecdote, a joke
- 4) Black humor
- 5) Satire
- 6) Grotesque
- 7) Illogic

We have highlighted 9 main methods of expressiveness, those of metaphorical nature, pun, contradiction and paradox, inversion, the situation, the epithet, obscene vocabulary, and play on words. The situation of humorous communication is determined by the intention of communicants to deviate from serious conversation to make communication humorous, the basis being determined by the linguistic-cultural model of humorous behavior. Specific Russian linguistic and cultural behavior in communication, for example, consists in regular unexpected switches of tonality from a serious to a humorous one and vice versa. Humor is one of the concepts of the Russian national picture of the world, and its subject-shaped feature is a set of stored in the collective memory situations ranging from good-natured to mocking ones with tonality and samples of people's behavior.

As war and military actions involve the participation of the armed forces, the Army and Navy, we can assume that this concept also covers service in the Army and Navy regardless of the fact that this service may or may not be connected with military operations. Thus, as a variety of military humor you can select army and naval humor as well as humor associated with recruitment and the youths' desire to evade it. All anecdotes and jokes thematically focus on realities associated with war, army, Navy, weapons, army life, army hierarchy, as well as speech stereotypes and characteristics of communication between privates and superiors (Sergeant, warrant officer, Lieutenant, Captain, Major, General, Admiral, etc).

V. P. Berkov defines this notion as follows: «...reality is the name peculiar only of certain ethnic communities, objects of material culture, facts, history, state institutions, the names of national and folk heroes, mythological creatures, etc.» [2]

This concept is used mainly in linguistic texts and is associated primarily with objects of material culture and abstract concepts such as spiritual values and traditional practices, socio-political structures, and cultural and religious traditions of the country, i.e. all the real facts relating to life, culture and history of the country of each national language.

In Linguistics this term often means words naming objects and concepts of this type. G. D. Tomakhin presents a twofold understanding of reality: 1) subjects, concepts, phenomena, characteristic for the history, culture, way of life, nation's way of life, etc. that cannot be found with other nations; 2) the word denoting this subject, concept, phenomenon, and the phrase (usually an idiom, proverb, proverb, proverb), which includes such words. [3]

In ascribing any words and expressions to reality the decisive factor is the national coloration of their referents (flavor), which is so obvious that they cannot belong to national culture of any other country except the one that gave birth to these realities.

Realities can be expressed by individual words, including abbreviations (pioneer, soup, penny, a regional Committee, the education Department, ULYCL, the Registrar), phrases (the order of Lenin, the house of culture and leisure) and suppositions (*Every day is not Sunday; What will Princess Marya Alexevna say?*). They include idioms, proverbs, sayings, set expression, etc.

The most successful classification of realities is, in our opinion, is the classification offered by V. S. Vinogradov, highlighting residential, ethnographic, mythological realities, the wild world realities and those of administrative structures. [4]

From this point of view military humor often reflects domestic realities of the Army and Navy, as well as the realities of state, governmental and administrative bodies associated with the possibility of promotion in the army and the allocation of armed forces, preparation for military operations and participation in them.

Thus linguistic classification of 200 anecdotes was attempted. We class 10 main themes for military humor:

- 1) Life on barracks
- 2) Army hierarchy
- 3) Humor based on soldiers of different nationalities
- 4) Uneducated soldiers
- 5) Recruits who wish to evade service
- 6) Personal life of soldiers and officers
- 7) Military achievements
- 8) Service
- 9) Ingenuity and humor of the soldiers
- 10) Homosexuality.

The classification shows which method and theme is used more frequently in military humor. It shows that most often the method is situation (25%), pun (18.7%) and play on words (17.5%). Anecdotes in which the comic effect is achieved with obscene words make up 6%. Nowadays, people think that the majority of military jokes concerns obscene vocabulary, but it turned out to be false. Besides, obscene vocabulary can be replaced by censorship vocabulary of lower but acceptable register. Such themes as «Life in barracks» (32%) and «Service» (18.5%) are used more often than others.

Bibliography

1. Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики: учеб. пособие. Третье, переработанное и дополненное издание. Лабиринт, М., 2001. 304 с.
2. Берков В. П. Вопросы двуязычной лексикографии. Л.: Изд-во ЛГУ, 1973. С. 109.
3. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы. Пособие по страноведению. М.: Высшая школа, 1988. 239 с.
4. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Изд-во института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.

УДК 821.112.2-31

А. В. Наумова

магистрант кафедры иностранных языков

Р. А. Орлов

(канд. фил. наук, профессор) – научный руководитель

THE POETICS OF WRITERS OF «THE LOST GENERATION». GENERAL AND SPECIFIC FEATURES OF CREATIVITY OF E. HEMINGWAY AND E. M. REMARQUE

Lost Generation is a concept that emerged in the period between the two world wars (World War I and World War II) [6]. It has become a leitmotif of the works of such writers as Ernest Hemingway, Erich Maria Remarque, Louis Ferdinand Celine, Henri Barbusse, Richard Aldington, and others. The Lost Generation are young people, called to the battle-front at the age of 18, they often did not graduate high school and started killing early. After the war, these people often were unable to adapt to civilian life, ruining themselves by drink, commit suicide, some went mad [6].

The object of our master's thesis is the problem of the «lost generation», and the subject is such novels as «Old Man and the Sea», «For Whom the Bell Tolls», «All Quiet on the Western Front» and «Black obelisk».

The relevance of this study lies in the integrated approach to the analysis of such works as the novels of E. M. Remarque's «All Quiet on the Western Front», «Black obelisk» and E. Hemingway «Old Man and the Sea», «For Whom the Bell Tolls», in order to determine the general and special features in the works of E. M. Remarque and E. Hemingway, and to identify the ways of creation of philosophical and satirical underlying theme in the works.

Many scientists researched into works of «lost generation» writers. Y. Lydsky's «Creativity of E. Hemingway» studies the writer's career. However, when considering the novel «A Farewell to Arms», it pays the main attention to the problems of work and analysis of the artistic devices used by Hemingway [7]. The book by B. Suchkov «Faces of Time» analyzes several novels of E. M. Remarque, including the novel «All Quiet on the Western Front.» This analysis is generic in nature and hardly affects the image of the war in the work [8].

Some researchers compare the beginning of the twentieth century and the present days, finding a lot of similarities in this historical stage [6, 7]. Therefore, understanding the worldview of the «lost generation» of the beginning of early twentieth century will help to solve many problems of today's youth. After all, there is no secret that views of the lives of young people today are not much different from those of the «lost generation».

Eminent American writer of the twentieth century, Ernest Hemingway says the war theme was the one of the most important topics and, moreover, it was the most difficult thing to write truthfully about, and writers who had not seen the war are always jealous of the veterans and try to convince themselves and others that this topic is minor or unnatural or unhealthy, whereas in fact they have missed something that cannot be compensated for anything [1].

It was the First World War which formed Hemingway as a writer. The leading line of his work is linked to the anti-war theme. Hemingway considered war a tragedy and showed all the inhumane nature of war.

E. M. Remarque was interested in the psychology of people who found themselves at the front compelled to kill and die, people who understood the senselessness and inhumanity of what was happening. This helps to get rid of pseudo-patriotic ideas [4].

E. M. Remarque describes scary war weekdays as a great artist, with a sincere compassion for nationalist propaganda deceived people whose lives are under constant threat of death from a bullet in the trenches or on the operating table of a field hospital [4].

But the description of everyday life is not a goal in itself. E. M. Remarque as an artist is laconic and restrained. He uses scary pictures of battles, brutal scenes of death of people to smash the false romanticization of the war that was inherent in the nationalist literature. In addition, the author seeks to show in what a monstrous situation a person is forced by possessive society [8].

The time in which Hemingway, Remarque and their heroes lived, was vague and chaotic. Artistic expression of the First World War differs in literature and has common typological features in problematics and poetics.

The war taught the writers of the «lost generation», and their lyrically passionate books have become part of the XXth century literature.

Bibliography

1. *Hemigway E.* A Collection of Critical Essays. Ed. Robert P. Weeks. Englewood Cliffs (NY): Prentice Hall, 1954. 180 p.
2. *Кашкин И. А.* Эрнест Хемингуэй. М.: «Художественная литература», 1966. 316 с.
3. *Ремарк Э. М.* На западном фронте без перемен. М., 2007. 486 с.
4. *Аникин Г. В.* Современный английский роман. Свердловск, 1971. 259 с.
5. *Затонский Д. В.* Век двадцатый. Заметки о литературной форме на Западе. Киев: Киевский университет. 1961. 249 с.
6. *Лидский Ю. Я.* Творчество Э. Хемингуэя. – Киев: Наукова Думка. 1973. 409 с.

7. Сучков Б. Л. Лики времени. Статьи о писателях и литературном процессе. Т.2. М: Худож. лит., 1976 . 368 с.

8. Ерофеев В. В. Трагедия «потерянного поколения» в творчестве Э. М. Ремарка. М., 2014. <http://www.litexplorer.ru/litexps-486-1.html>

УДК 811.93.03

С. В. Нестерук

студент кафедры информационных систем и защиты информации

М.А. Чиханова

(канд. филол. наук, доцент) – научный руководитель

ПЕРЕВОД ТЕКСТА: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Часто при чтении зарубежных книг или просмотре фильмов в переводе встречаются нелогичные, выпадающие из контекста места. Такая недоработанность текста вызывает ощущение противоречия воспринимаемому материалу, которое сменяется пониманием того, что проблема не в самом оригинальном источнике, а в неудачном переводе.

Сложность заключается в том, что невозможно точно передать мысль автора в переводе. Частично в этом поможет подстрочник, но он не показывает таких особенностей текста, как, например, игра слов и использование говорящих имён. В любом случае, переведенный текст что-то теряет по сравнению с подлинником, а что-то приобретает. О том, какие изменения претерпело произведение, можно судить по тому, совпадают ли возникшие у читателя мысли и впечатления с теми, которые пытался вложить автор.

Актуальность исследования обусловлена существованием проблемы поиска баланса между точностью передачи смысла и правильностью передачи стиля при переводе. Целью работы является обобщение основных проблем при переводе текста и определение возможных путей их решения.

Существует множество определений перевода. Можно считать перевод передачей смысла текста на одном языке средствами другого языка. Также перевод можно считать межъязыковой трансформацией, а преобразованный текст будет являться эквивалентом исходного текста на другом языке [1], [2].

Кроме того, важно понимать, что при переводе не может быть единственного правильного варианта. Переведенный текст не должен быть сложнее оригинала и должен наиболее точно отображать его суть [3].

Одним из первых упоминаний о переводе как профессии считают IX в. до н. э., когда карфагенцы основали первую группу переводчиков. За прошедшее время неоднократно менялся подход к переводу и были выработаны принципы, которым должен следовать переводчик, чтобы его изложение чужих мыслей не искажало смысла и стилистики произведения, чтобы труд переводчика был незаметен, и отношение читателя оригинала и читателя перевода было одинаковым [4].

Известный российский лингвист, переводчик и лексикограф Я. И. Рецкер одним из первых предложил классификацию соответствий, создав теорию закономерных соответствий по близости к оригиналу. Согласно его теории они делятся на три группы:

1) эквиваленты – постоянные равнозначные соответствия, не зависящие от контекста. Например: League of Nations – Лига Наций; surplus value – прибавочная стоимость;

2) аналоги – непостоянные соответствия, зависящие от контекста. Например, прилагательное *ill* может переводиться как «больной» или «плохой», но выражение *ill fame* переведется как «дурная слава», а не «больная слава»;

3) адекватные замены (приемы перевода). К ним прибегают в силу асимметрии языков. Например: «Wouldn't you like a cup of hot chocolate before you go?» – «Не выпьешь ли чашку горячего шоколада на дорогу?» [5].

Поскольку для переводчика особенно важно понимать, что переводятся не слова или грамматические конструкции, а система смыслов оригинала, были выдвинуты основные требования к переводу:

1. Перевод должен быть написан литературным языком с соблюдением нормы, узуса и стиля языка перевода.

2. Необходимо соблюдать единство стиля.

3. Следует сохранять абзацы оригинала (при переводе технических текстов).

4. Фамилии авторов, кроме широко известных, даются в оригинальном написании. Если в литературном произведении имя собственное несет важную смысловую нагрузку, то следует подобрать имя, передающее смысловую нагрузку оригинального.

5. Названия фирм и марок даются в русском написании.

6. Библиографические ссылки не переводятся.

7. Географические названия предлагаются в русском написании.

Для наиболее адекватного перевода, учитывая указанные нормы и правила, необходимо выделить основные виды переводов. Вот некоторые из них:

1) полный письменный перевод (основной вид перевода; дальше мы будем говорить об этом типе)

2) реферативный перевод;

3) аннотационный перевод;

4) консультационный перевод;

5) перевод заголовков;

6) поэтический перевод;

7) устный перевод (последовательный, абзацно-фразовый, синхронный).

Переводчик должен уметь находить оптимальное решение любой возникающей в процессе перевода проблемы, уметь при необходимости пользоваться рабочими и специальными источниками. Иногда, чтобы перевести отдельное словосочетание, надо прочитать большое количество литературы.

Среди рабочих источников информации выделяют словари общего назначения и общие энциклопедии. Среди специальных источников информации выделяют специальные словари, специальные энциклопедии, справочники, специальную литературу, а также прочие источники информации [6].

При переводе как литературных, так и технических текстов переводчики сталкиваются с проблемой перевода терминов. Если слово не найдено ни в одном из источников информации, но его смысл ясен из контекста, то переводчик имеет право предложить новый термин после консультации со специалистом. Можно определить несколько способов перевода в сложных случаях:

1) введение нового термина (например, для фразы *push-pull* было введено слово «двухтактный»);

2) калькирование (дословный перевод, например, *William the Conqueror* – Вильгельм Завоеватель);

3) описание;

4) транскрипция (передача звучания, например, *Sharp* – шарп, *New York* – Нью-Йорк);

5) транслитерация (передача написания, например, *ribosome* – рибосома, *nucleotide* – нуклеотид) [7].

Одной из наиболее актуальных проблем перевода является проблема эквивалентности. Под эквивалентностью объектов мы понимаем их равенство в каком-либо отношении; равенства объектов во всех отношениях не бывает. Всякая вещь универсума есть единственная вещь; двух вещей, из которых каждая была бы той же самой вещью, что и другая, не существует. Главный

вопрос перевода состоит именно в отношении, в котором определяется равенство объектов. Исходный текст невозможно воспроизвести на другом языке без потерь. Это подтверждается не только определением эквивалентности как таковым, но и целым рядом объективных факторов. Во-первых, в переводном языке может просто не существовать слов, обозначающих то или иное явление или предмет, упоминающийся в исходном тексте, и тогда речь идет о так называемой безэквивалентной лексике. Во-вторых, в силу разных менталитетов двух народов и даже их географического положения невозможно передать чувства и ощущения, которые описывал автор в оригинале. Например, жителям северных стран довольно сложно понять в полной мере прелесть тени виноградника и живительной влаги ручья, воспеваемых грузинским поэтом. В-третьих, существует такое явление, как игра слов. Чаще всего оно основано на сходном звучании либо же сходном происхождении слов [6].

Существует еще много сложных ситуаций, с которыми сталкивается переводчик. Но, в конечном счете, вопрос, встающий перед ним, когда он сталкивается с переводческими трудностями, можно сформулировать так: «Перевести наиболее близко к тексту или создать аналогию на переводном языке?»

Основываясь на книге «Перевод: теория, практика и методика преподавания» (Л. К. Латышев и А. Л. Семенов), сформулируем условия эквивалентности перевода. В результате сравнения различных переводов и их анализа можно обнаружить две крайности: сверхперевод и недоперевод (перевод идеальный в силу названных ранее причин остается, к сожалению, недоступной вершиной, к которой нужно стремиться). Существуют также тексты, представляющие в каком-то моменте одну крайность, а в другом – другую [6].

Итак, сверхперевод – вид языкового посредничества, результатом которого является перевод с дополнительной обработкой, адаптацией к особенностям адресата. Недоперевод можно назвать «черновым» переводом, подстрочником. В нем нет стилистического соответствия оригиналу и (или) неполно передано его содержание. Очевидно, что переводчик, впадая в эти крайности, поступается принципами эквивалентности.

В сверхпереводе переводчик прибегает к приему пересказа; изменяет события, имена, факты в силу их непереводаемости, адаптирует текст под читателя, изменяя его стилистику. Переводной текст уже не воспроизводит всех более или менее существенных характеристик оригинала, т. е. не является его семантико-структурным аналогом. Таким образом, первое условие эквивалентности в переводе – семантико-структурная аналогичность переводного текста исходному. Широко известно мнение Я. И. Рецкера по этому поводу, который говорил, что перевод должен передавать не только то, что выражено подлинником, но и то, как это выражено в нем [8].

Наряду с вопросами «Что говорится?» и «Как говорится?» переводчик должен задать себе вопрос: «Зачем, ради чего в тексте что-то говорится?», т. е., какие чувства должен испытать читатель, к чему его должен побудить данный текст (не по мнению переводчика, конечно же, а по мнению автора). Иными словами, нужно стремиться к коммуникативно-функциональной эквивалентности перевода и исходного текста (т. е. к обеспечению их одинакового воздействия на адресатов).

Для того чтобы точно передать мысль автора и добиться ожидаемого эмоционального эффекта переводчику нужно понять идейный мир подлинника, т. е. правильно понять тему, проблему, идею, пафос произведения, авторский идеал и авторские оценки героев.

Проблемы перевода возникли вместе с самим переводом, и люди занимаются и будут ими заниматься до тех пор, пока будет необходимость в самом переводе. Многие поэты, писатели, такие как А. К. Толстой, П. А. Вяземский, К. И. Чуковский, размышляли над ними и исследовали их. Все они сталкивались со сложностями перевода, как правило, в своем творчестве, когда выполняли художественные переводы произведений зарубежных авторов.

На основе изученных проблем мы предлагаем следующую схему поиска эффективного способа перевода, которую можно посоветовать начинающему переводчику:

1. Изучение предмета текста перевода.
2. Изучение области и сферы применения текста.

3. Изучение формы и содержания.
4. Определение стиля оригинала.
5. Определение главной идеи.
6. При подготовке к переводу – изучение исторического периода, к которому относится текст и изучение соответствующей лексики, а при непосредственном переводе – подбор соответствий.
7. Учёт перевода имён собственных.
8. Минимальное включение дополнительных слов или исключение некоторых с целью сохранения в родной речи сочетаемости слов.
9. Учёт особенностей речи.
10. Подбор соответствующих оригиналу фразеологических единиц.

В своей статье мы описали наиболее важные аспекты перевода, разобрали основные встречающиеся трудности. Наша работа не исчерпала всех проблем, которые стоят перед переводчиком. Мы обозначили основные аспекты взятой проблемы, выяснили, какими качествами должен обладать перевод. Один из главных выводов: идеальный перевод художественного текста невозможен, перевод во многом зависит от собственных принципиальных установок переводчика.

Библиографический список

1. *Нелюбин Л. Л.* Толковый переводоведческий словарь. 3-е издание, переработанное. М.: Наука, 2003.
2. Предмет переводоведения: понятие перевода. Электронный ресурс – Режим доступа к сайту: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-140706.html>
3. *Бархударов Л. С.* Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М.: Междунар. отношения, 1975.
4. История перевода. Опыт перевода в истории цивилизации. Электронный ресурс – Режим доступа к сайту: <http://studystuff.ru/articles/istoriya-perevoda.html>
5. *Рецкер Я. И.* Перевод и переводческая практика. М.: Междунар. отношения, 1974.
6. *Латышев Л. К., Семенов А. Л.* Теория, практика и методика преподавания. М.: Издательский центр «Академия», 2003.
7. *Чебурашкин Н. Д.* Технический перевод в школе: пособие по обучению видам перевода, используемого для обмена науч.-тех. информацией. Для учащихся XI–X классов школ с преподаванием ряда предметов на англ. яз. М.: Просвещение, 1972.
8. *Швейцер А. Д.* Перевод и лингвистика (газетно-информационный и военно-публицистический перевод). М.: Воениздат, 1973.

УДК 378:81:811.111

Т.В. Паршина

магистрант кафедры иностранных языков

И.И. Громова

(канд. фил. наук., доц.) – научный руководитель

ON FORMATION OF TRANSLATOR STUDENTS SPECIAL COMPETENCE IN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION

Graduate translators, when starting to work as technical and scientific translators, face certain difficulties.

Newcomers tend to fill lack of knowledge on their own by trial and error, and this provokes conflicts with the customer.

This indicates insufficient level of forming translator student special competence in higher educational institution. It defines the thesis problem: to form on a high quality level translator students special competence in higher educational institution (further – thesis problem).

As a solution to thesis problem the author designed «Technical translation» discipline model for translator students (further – academic discipline) and technical translation teaching technique for translator students (further – teaching technique).

An integrated approach is used for designing both academic discipline and teaching technique. The approach is in considering the components of translators` special competence (further – components), in structure and content of academic discipline and teaching technique. According to the author the four basic coequal components are as follows: theory of technical translation, terminology, technical translation practice and subject field knowledge.

Therefore, when studying academic discipline translator students receive knowledge of theory of technical translation, knowledge of terminology and certain skills how to apply terms in translation, technical translation practice and study the subject field. In other words students effectively form translators` special competence.

Outlining forms of education, methods of education, teaching techniques and means of education for each of the basic components, teaching technique is designed.

As a result, applied integrated approach changed the quality of academic discipline teaching technical translation. Theoretical and practical content of academic discipline defines its purpose: to teach and train students` technical and scientific translation.

In conclusion: the author continues the research into quality improvement in the field of teaching and training students` technical and scientific translation. Some of theoretical conclusions are given by the articles. [1], [2]

Bibliography

1. *Паршина Т. В.* Педагогический подход к формированию специальной составляющей переводческой компетенции студентов-переводчиков в высшем учебном заведении [Текст] / Т. В. Паршина // Теория и практика образования в современном мире: материалы VIII междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). СПб.: Свое издательство, 2015. С. 152-155.

2. *Паршина Т. В.* О модели учебной дисциплины «Технический перевод» для студентов-переводчиков в высшем учебном заведении [Текст] // Проблемы и перспективы развития образования: материалы VIII междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г.). – Краснодар: Новация, 2016. С. 253-257.

УДК–81'33

А.О.Смирнова

магистрант кафедры иностранных языков

М. А. Чиханова

(канд. фил. наук, доц.) – научный руководитель

HUMAN BEING – COMPUTER – HUMAN BEING

Language has always been considered the most powerful tool of the informational technologies development. Language, as the basis of communication, underlies many processes including handling, storage and transfer of information. Language stimulated book printing and appearance of new technologies of text analysis and processing. Being the means of communication, language has become crucial in the computerization process as far as computer programs, interfaces and other systems were created

by people, writing and communicating in this language. It was the natural language that became a basis of modern computer languages.

Natural language allows every user to search information and get the results required. It also creates a basis for the dialogue between computer and a human. In technological advance, the problem of the interaction between computer and a human has become of primary importance due to information processing automatization. For a long time scholars attempted to computerize the processes of language and text processing. First attempts were made in 1975, when Braun and Berton developed ECM-based teaching system. In this period the language systems for communication with database, such as, for example, REL (Thompson and Thompson, 1975), LUNAR (Woodsetal, 1972) и PLANES (Waltz, 1975). All these systems or Natural Language Information Systems were aimed at practical application to facilitate the process of operation with the interface.

Such problems as interaction between computer and a human being, the text machine processing, NLP are studied by computational linguistics. Computational linguistics is the study of computer systems for understanding and generating natural language [1, 4]. It belongs to the cognitive sciences and covers a wide range of problems in the field of artificial intelligence (AI), a branch of computer science aiming at computational models of human cognition. Modeling is considered as one of the crucial methods of research in this field. Due to modeling we can predict tendencies of language development or create a model of communication between computer and human being. Basically, computational linguistics deals with series of programs that interprets human speech into words and actions.

From the linguistic point of view, application of computerized technologies not only facilitates the text processing and analysis, but also presents some difficulties. For example, while considering the «human – computer – human» communicative system, the problem of the structural-functional characteristic difference between the human brain and the computer one has emerged. Being fed into computer, language loses its associative element and acquires purely algorithmic form. Such description allowed reaching objectivity of the linguistic material.

Primarily, all problems described are the focus of engineering linguistic, which also studies computer modeling of language signs, systems and functions. It is the branch of linguistics, which gives priority to the study of the «human – computer – human» communicative chain. R. Piotrovsky compares human and computer memory and singles out the following significant differences:

- a) longer operation time by computer;
- b) time-unlimited storage of information by computer;
- c) much more of computer memory capacity.

Thus, it may be concluded, that computer is a more reliable tool of information processing and storage. Human memory is incapable to store much information for a long time. In addition, it should be noted, that human productivity and work duration is much lower in comparison with computer. Consequently, text machine processing is a timesaving process, providing a quick and high-quality result.

Text machine processing requires special linguistic software, in other words a set of programs allowing computerization of speech activity [2, 7]. Accordingly, the question of possibility of natural-language communication modeling appears. In the focus of research attention is the communication modeling. So far as communication between human being and computer is based on the natural language, dialogue is considered as the main form of interaction. However, this interaction is complicated by a number of factors: for example, computer's incapacity to identify its conversation partner, his or her education level, social group and age. Machine works according to a special algorithm, it does strictly that was specified. Computer is incapable to determine the communicative style or communicative situation, thus the process of human-being and computer communication differ enormously. One of the aims of computational linguistics is achieving a successful natural-language communication between computer and human-being [3, 20-21]. As an example of modeling the dialogue between machine and human being, the program «Eliza» should be mentioned. This program was created by Joseph Weizenbaum in 1966 and was named after famous heroine from B. Shaw's play. The program imitates the dialogue between psychotherapist and patient and consists of the set of key phases and patterns. One of the crucial conclusions is that, examinees were sure that they were talking with a person, not with

computer program, so they generated the dialogue meaning by themselves. Mistakes made by program even more convince examinees that they were communicating with a human, as far as natural-language discourse always have some mistakes [3, 23].

The dialogue between computer and human being begins with entering the text in written or oral form in computer. The general pattern of information transfer is quite simple and consists of two stages: information transfer from human to computer and transfer of processed text from computer to human [4, 49]. The basic difference in this communicative chain lies in used language systems: on one side – it is natural language, on the other – machine language. It should be noted that the functions of these two language systems have a little in common. Being a communication tool, natural language have nominative, predicative and pragmatic functions. Machine language, on the contrary, is a system of rules how to work with mathematical signs. So, predicative function is completely expressed in mathematical language as a connection means between alphabet elements. Machine language lacks the pragmatic function and nominative expresses via rules of sign usage [4, 50-51].

Consequently, it is worth to note that human being and machine have only one thing that unites them and it is language. Machine language was developed on the model of natural language with the aim to make a human-being-computer communication possible. The reason of existing differences consist in functional capacity of each communicative chain element. Nowadays computer is a universal tool for solving tasks of any kind. For example, there are a lot of linguistic programs facilitating the process of translation (CAT-tools, like SDL Trados, Dejavu, Memo Q).

Currently, most of problems in the field of computational linguistics connected with the language for human being – computer communication and creation of common interface – are solved due to the achievements of scientists, who studied natural language and succeed in creating on its basis a special language comprehensible to all computer users. Despite that fact, there are also some areas lacking investigations. For example, language development modeling. From this point of view, we can forecast the development process of language and predermine new features the language can acquire. These problems will be more thoroughly examined in further research, and primary attention will be focused on characteristics of the German language development and possible changes in future.

Bibliography

1. *Grishman R.* Computational linguistics. An introduction. Cambridge University Press, 1986. 193 p.
2. *Городецкий Б. Ю.* Актуальные проблемы прикладной лингвистики // Новое в зарубежной лингвистике, Выпуск XII. М.: «Радуга», 1983. 462 с.
3. *Баранов А. Н.* Введение в прикладную лингвистику: учеб. пособие. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 360 с.
4. *Пиотровский Р. Г.* Текст, машина, человек. Ленинград: «Наука», 1975. 326 с.

УДК 811.135.1

И. А. Тимофеев

агистрант кафедры иностранных языков

М. А. Чиханова

(канд. филол. наук, доц.) – научный руководитель

ДАКИЙСКАЯ ТЕОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ РУМЫНСКОГО ЯЗЫКА

Прежде чем говорить об альтернативной теории румынского этногенеза, нужно вспомнить, как выглядит официальная версия происхождения румынского народа и румынского языка.

Считается, что румынский язык принадлежит к романской группе языков. На территории современной Румынии жили гето-даки¹ до 105-106 г. нашей эры, когда римский император Траян в результате своих походов на Дакию завоевал этот регион, превратив его в римскую провинцию. Большинство даков было истреблено или вытеснено со своей земли, а остальные ассимилированы римскими захватчиками. В результате уцелевшие даки и пришедшие римляне положили начало новому народу, который стал развиваться самостоятельно после вывода римской администрации в 271 г. [6]. Сохранилось мало исторических сведений о судьбе региона, но ученые сходятся во мнении, что местная версия народной латыни стала постепенно, как и в других бывших римских владениях, претерпевать изменения. В случае с румынским языком наиболее ощутимым было влияние живущих поблизости славян и, следовательно, славянских языков. Таким образом, можно считать, что румынский язык – это смесь латыни с остатками языка местного населения и славянскими элементами [5].

В отличие от официальной теории, дакийская теория склонна преувеличивать роль даков в происхождении румын. Приверженцы теории утверждают, что римляне не могли сильно повлиять на местное население, так как завоевали лишь часть земли даков. Более того, римская администрация располагалась на данной земле лишь 165 лет, время, за которое было бы сложно романизировать целый народ. Теория возникла в межвоенный период, когда Румыния находилась в своих наиболее широких границах за время своего существования. Теория изначально направлена на доказательство самостоятельности румынского населения, его развития без вмешательства западной цивилизации, его удаленности от западных стран. Неудивительно, что позднее теория пользовалась популярностью в националистических кругах, а также продвигалась во время диктатуры Чаушеску, который стремился к политической независимости от окружающих стран [2].

Причиной появления такой теории могла являться непривлекательность официальной теории, по которой римские легионеры, набранные со всех частей империи, вырезали практически все коренное население, заняв его земли. Во-вторых, официальная версия приводит к тому, что до прихода римлян у румын не было никакой истории, языка, культуры. Поэтому одной из целей дакийской теории является доказать, что румыны ведут свою историю от более древних народов Европы и что появление римлян в этой истории является не такой важной составляющей в развитии и становлении нынешних румын.

Современная этимология румынского языка опирается на DEX (официально признанный этимологический словарь румынского языка), в котором указаны источники происхождения большинства лексических единиц (в современном – повторение) румынского языка. Дакийская теория активно противостоит принятому взгляду на этимологию лексического состава румынского языка [4].

Целый ряд слов (*stână* – пастушье жилье, *urdă* – молочный продукт, *gard* – ограждение, *cârja* – трость, посох, *strungă* – загон и другие) обозначается как заимствование из всевозможных

¹ единое название двух фракийских племен – геты и даки.

языков соседних стран. Одним словам приписано древне-славянское происхождение, другим болгарское, третьим венгерское – так, например, слово *urdă* долгое время обозначалось как заимствованное из венгерского языка. Лингвист Хашдеу в 1874 г. отметил дакийское происхождение слова, а годом позже венгерский исследователь Эдельшпахер подтвердил, что венгры заимствовали это слово у румын. Тем не менее, издатели этимологического словаря игнорируют этот факт, и сейчас слово стоит с пометкой *et.nec.* (этимология неизвестна). Юлия Брынза Михаиляну уверена, что авторы словаря из Бухареста делают все возможное, чтобы серия слов не получила статус дакийского происхождения, ведь это подорвало бы теорию романизации. Описывая происхождения слов, ученые действуют по следующему принципу: они ищут, в каком еще из соседних языков встречается такая лексическая единица, а затем, когда находят, автоматически пишут, что румынский язык перенял ее из соответствующего соседнего языка. В результате такой работы получается, что весь румынский язык состоит из заимствований, тогда как болгарские и венгерские исследователи отмечают те же самые слова как взятые из румынского языка. В 1982 г. венгерский лингвист Ференц Бакош издал словарь венгерских слов, заимствованных из румынского языка, и появившихся именно в ареале проживания румын. В него вошло 2333 слов, но эту работу специально игнорируют официальные румынские лингвисты.

Еще одно слово, которому приписывались различные варианты этимологического происхождения, – *brânză* (брынза). Ему сначала, разумеется, приписали латинское происхождение, в связи с похожестью на слова *rânză* (ткань из хлопковых нитей). Исследователей не смутило, что слова очень далеки по семантике. Исследователь Шаиняну решил вывести происхождение слова исходя из топонимии. Однако в качестве исходного топонима он выбрал не один из многочисленных населенных пунктов в Румынии, а швейцарский город Бриенц, после чего слово брынза получило немецкое происхождение.

Ситуация становится еще более запутанной, если предположить, что у дакийского народа, который занимался овцеводством, не было слова для человека, который пас овец. Согласно официальному словарю, пришлось ждать 1400 лет, чтобы получить слово *cioban* (пастух) от турок. Равно как не было у них слов для обозначения домашнего скота. Пришлось ждать, пока римляне введут слова *oaie* (овца), *berbec* (баран), *miel* (ягненок). Пришедшие римские легионеры не смогли внедрить ввести эти, как и другие слова, связанные с бытом, так как точно не занимались хозяйством, а являясь военными, могли забирать готовые продукты у мирного населения. Помимо этого, в случае, например, все с тем же словом *stână*, его наличие в албанском, греческом и южно-славянских языках говорит о более раннем общем фрако-иллирийском фонде слов. Такое слово как *pământ* (земля) тоже приписано к латинскому *pavimentum*, что означает тротуар, мощеная дорога. Сторонникам дакийской теории такая этимология кажется сомнительной.

Следующее проанализированное слово, подвергшееся анализу – *deal* (холм), которое согласно этимологическому словарю считают славянским заимствованием. Сторонник дакийской теории лингвист Михай Винеряну считает это слово дакийским. Ниже приведем его цитату: «Как один из разработчиков этимологического словаря румынского языка я всегда утверждал и повторяю, что лишь не более 13–14% слов румынского языка совпадают с латынью, но даже это не значит, что все эти слова латинского происхождения. Законы фонетики просто не дали бы нам перенять их из латыни. По меньшей мере, 60% лексем пришли от даков. С лингвистической точки зрения румынский язык наследник дакийского языка. Происхождение слов можно объяснить, сопоставив их с другими индо-европейскими языками, относительно индо-европейских корней, выведенных лингвистами XX в. На грамматическом уровне мы также видим много аспектов в грамматических структурах, которые либо не объяснить через латынь, либо которые можно также объяснить через сопоставление с другими индо-европейскими языками» [4].

Автор считает, что это слово имеет древнее происхождение и относится к составу индо-европейских и афро-азиатских языков, которые начали распадаться примерно 17 тыс. лет назад.

Далее ученый рассуждает на тему обработки земли. Если верить официальному этимологическому словарю, до прихода римских легионеров местное население не обрабатывало землю,

ведь якобы именно римляне принесли слово *ara* (полоть). Лишь после этого население Дакии стало полоть землю, но пока еще без плуга. Плуг, согласно словарю, несколько позже принесли славяне и уже лишь тогда, даки стали обрабатывать землю «как нормальные люди». При этом, отмечает Винеряну, слово плуг существует в английском языке (*plough*), а также очень похожее слово можно найти в старо-французском. И уж вряд ли, продолжает исследователь, в словарях этих народов написано, что они заимствовали это слово у славян. Это еще один пример слова фрако-дакийского происхождения, имеющего прото-индо-европейский корень *uelk* (тянуть) [4].

Таким образом, сторонники дакийской теории стараются сделать акцент на том, что все слова румынского языка, связанные с бытом, обработкой земли, скотоводством не могут быть заимствованы из латыни, славянских и прочих языков, окружающих ареал проживания румын, особенно ввиду несовпадения времени заимствования тех или иных слов. Они считают, что эти слова – собственные лексемы румынского языка, перенятые от дакийского населения, которые даки получили от еще более далеких предков. В заключение стоит сказать, что, как и у других теорий о происхождении румынского языка, в том числе официальной теории, у рассмотренной нами версии есть свои слабые стороны, вопросы без ответа, а также свои лица, заинтересованные в распространении теории.

Библиографический список

1. *Andreea, Casota Dnreea*. Latinitate și Dacismul. <http://cuvantultinerilor.ro>
2. *Mihăileanu, Iulia Brânza*. Exercițiu de dinamitare a «sfintei» dogme a romanizării. <http://adevaruldespredaci.ro>
3. *Bakos, Ferenc*. Hungarian Loanwords of Romanian Origin. 1982. 560 p.
4. *Vinereanu, Mihai*. Dicționar etimologic al limbii române pe baza cercetărilor de indo-europenistică, București, Editura Alcor Edimpex S.R.L. 2009. 935 p.
5. *Тимофеев И. А.* Румынский язык. Особенности формирования. Шестьдесят седьмая международная студенческая научная конференция ГУАП: Сб. докл.: В 2 ч. Ч. II. Гуманитарные науки / СПб.: ГУАП., 2014. 311 с.: ил.
6. *Поп И.-А., Болован И.* История Румынии. М., 2005. 678 с.

УДК 81.25

Л. А. Харламов

магистрант кафедры иностранных языков

О. В. Злобина

(ст. преп.) – научный руководитель

AN EXPERIMENTAL RESEARCH INTO THE APPROPRIATENESS OF OBSCENE LANGUAGE WHEN TRANSLATING FEATURE FILMS FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

Since nowadays there exists a big volume of films with obscene language being produced every day, the problem researched is highly relevant.

There have been arguments about the ways of translating of obscene language when dealing with films which prompted the present research. Thus, the aim of the paper is to learn what professional translators, linguists and people related to translation and languages (English language in particular) think of how obscene language should be translated and what is their opinion on the appropriateness of usage of obscene language when translating such audiovisual data from English into Russian.

But before presenting the results of the research, we should mention several facts concerning audiovisual translation and obscene language (both Russian and English). The Russian language and the

English language are different and belong to different cultures. That is why one has to pay attention to that when translating audiovisual data. What is more, if we deal with the translation of obscene language in films, we have to take the films context, style and subject into account as well as important individual features of the characters' speech. It should be understood that the obscene language performs different functions in English and Russian. Whereas in English obscene language is basically of low expressiveness and it functions mainly as a filler, in Russian the words that belong to this type of language are more expressive and emotional. Thus, obscene language in Russian and obscene language in English should not be considered equivalents as they have different functions and different degrees of expressiveness [1].

When talking about obscene language and audiovisual translation we should say a few words about one Russian translator – Dmitry Puchkov and his «accurate translations». He believes that if an English film has obscene language, then the Russian translation should have the direct equivalents of this type of language. In his translations he uses «Russian mat» a lot (a type of Russian obscene language which includes several words that possess the highest degree of expressiveness, invectiveness, offensiveness and taboo) [3].

Considering all the facts mentioned above and treating them as background information for further discoveries, we shall now proceed to the research itself.

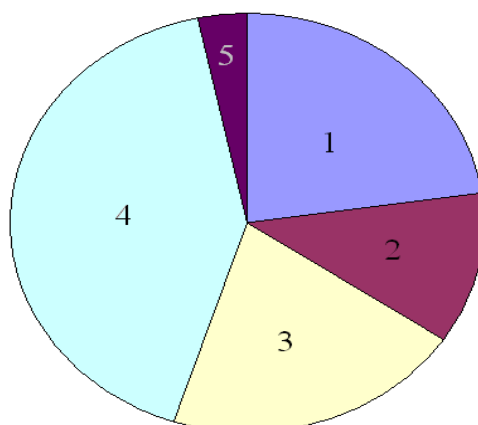
Aforesaid, the aim of this article is to determine what professionals think of ways of how to translate obscene language. In order to do that we compiled a survey and gave several options for the respondents to answer. The survey has been posted in the social network in the group dedicated to translations [2]. The number of people surveyed is 477. The options are the following:

1. Obscene language (when having the relevant formal equivalents) should be fully translated with «Russian mat» as Dmitry Puchkov recommends;
2. «Russian mat» should prevail over («Russian mat» – 65% and more soft equivalents – 35% accordingly);
3. More soft equivalents should prevail over «Russian mat» (65% and 35% accordingly);
4. «Russian mat» should hardly ever be used, the more strong or soft equivalents should be chosen depending on the context, genre and other conditions and factors;
5. There should not be «Russian mat» at all, only soft equivalents should be used or obscene language should be even omitted.

The results of the survey are the following:

1 – 22.6%; 2– 11.7%; 3 – 20.6%; 4 – 41.9%; 5 – 3.2%.

The results can be visualized by the diagram.



Thus, we can say that most of the people surveyed (about 40%) believe that «Russian mat» can be used only in exceptional cases when one cannot do without it, and as for the other cases, more strong or soft equivalents different in the degrees of expressiveness should be chosen, depending on the particular situation, context, genre and other factors.

Bibliography

1. Общечная лексика в речи образованных носителей английского и русского языков: функционально-прагматический аспект, URL: <http://www.rad.pfu.edu.ru:8080/tmp/avtoref6037.pdf>
2. Социальная сеть Вконтакте, группа Я – переводчик, URL: https://vk.com/wall-31022965_43515
3. Тупичок гоблина, URL: [http:// http://oper.ru/trans](http://oper.ru/trans)

УДК 81. 373.45

Н. Н. Чулкова

магистрант кафедры иностранных языков

О. В. Злобина

(ст. преп.) – научный руководитель

CLASSIFICATIONS OF ENGLISH INTERJECTIONS IN «THE X-MEN» AND «THE AMAZING SPIDER-MAN» COMICS

This study discusses classifications of English interjections.

Interjection «is a class of unchangeable words that lose special grammatical exponents and have a special expressive semantic function – the expression of feelings and willed impulses». [1]

The development of a strict classification of interjections in any languages is a difficult thing.

There are some classifications of English interjections, as:

I. The classification divides interjections according to their origin.

«Since Wundt, there are two groups of interjections: 1) derivative and 2) non-derivative interjections». [2]

II. It is obvious to divide English interjections according to their structure into two groups:

1) simple interjections (consisting of one word);

2) complex interjections (consisting of two or more words).

Some scholars refer onomatopoeias to interjections. In this paper we share this opinion.

Onomatopoeia, according to D. Rozenthal, «is the word formation that reproduces sounds of nature, animal calls, etc, and also the word-forming by means of sound imitation». [3, 243]

According to O. Akhmanova, onomatopoeia is «the notional reproduction of nature sounds and soundings that accompany some processes (trembling, laughing, whistling) and animal calls». [1]

We divide onomatopoeias into following groups:

– regular language onomatopoeias;

– irregular language onomatopoeias.

Some scholars, like E. Sereda, select one more group of interjections which is called «interjections of etiquette».

E. Sereda presents the following types of them:

1) «greeting;

2) farewell and wishing;

3) request;

4) appreciation;

5) apology». [4]

We can also divide interjections into those which refer to feelings and those which arrange speech acts.

In order to give a better understanding of English interjections, we have found it necessary to devise our own classification based on descriptive method.

We divide interjections into:

1) interjections proper. We distinguish the following types of them:

- interjections referring to feelings (Wowee! Looks like she was poured into that uniform!) [5, 16];
- interjections arranging speech acts (Umm);
- interjections of etiquette (Thank you).

2) onomatopoeias. We divide them into:

- regular language onomatopoeias (Nok Nok; [6, 16])
- irregular language onomatopoeias (Whump! (expresses a dull sound). [5, 10])

The data received includes mainly simple, non-derivative interjections that refer to feelings expressed and regular language onomatopoeias in comics.

Bibliography

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – 2-е изд., стер. М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
2. Шаронов И.А. Назад к междометиям // Труды международного семинара «Диалог 2004» по компьютерной лингвистике и ее приложениям. М., 2004. С. 600–665
3. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителей. – 2-е издание. М.: Просвещение, 1976. 543 с.
4. Середа Е.В. Этикетные междометия // Русский язык (приложение к газете «Первое сентября»), № 11 (494). М., 2006. 15 с.
5. Lee S. The Amazing Spider-Man #516, 2005. С. 5–24.
6. Lee S. The X-Men #1, 1963. С. 2–23

УДК 796

К. Авакян

гр. 2415

Н.Ю. Слуцкая

научный руководитель

ИЗМЕНЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СИСТЕМЫ КРОВИ ПРИ РЕГУЛЯРНЫХ ЗАНЯТИЯХ ФИТНЕСОМ .

В состоянии относительного покоя у испытуемых производится забор крови для определения концентрации в крови лактата, мочевины, гемоглобина, количества эритроцитов и уровня гематокрита (биохимический анализатор – фотометр LP-420 «DR-Lange» [Dr.Druno Lange GmbH Medical Division, Германия]).

Лактат крови – это продукт анаэробного распада глюкозы или гликогена. В состоянии покоя его содержание в крови составляет 1.0-2.5 ммоль/л, а при выполнении физических нагрузок анаэробного характера его содержание может достигать 26-28 ммоль/л.

При интерпретации полученных данных относительно содержания лактата в крови следует учитывать ряд факторов:

- характер воздействующей нагрузки;
- интенсивность нагрузки и объем, также степень подготовленности на текущий момент.

W/HLa – соотношение мощности нагрузки и концентрации лактата в крови, Вт·ммоль/л – характеризует эффективность метаболических процессов – количество мощности нагрузки (выполненной работы), которое приходится на 1 ммоль/л увеличение концентрации лактата в крови во время работы – чем выше, тем выше эффективность метаболических процессов, тем лучше подготовлен организм.

Кислотно-основное равновесие артериальной крови (рН). Концентрация ионов водорода в крови (рН) в наибольшей степени зависит от содержания в ней лактата, а также от парциального напряжения CO₂ и буферных возможностей крови. В состоянии рН артериальной крови у спортсменов и у лиц, не занимающихся спортом, практически одинаково и в норме составляет около 7,35–7,45. У спортсменов, тренирующих выносливость, снижение рН при стандартных нагрузках меньше по сравнению с нетренированными. При максимальных анаэробных нагрузках снижение рН у спортсменов больше, чем у неспортсменов. В отдельных случаях рН артериальной крови у спортсменов высокой квалификации может снизиться до 6,7–6,5.

Гемоглобин крови – это показатель кислород-транспортной функции крови, имеющий половые различия: 120–140 г/л (женщины) и 130–160 г/л (мужчины). Содержание гемоглобина в крови необходимо определять у представителей всех спортивных специализаций, поскольку этот показатель является одним из основных факторов, лимитирующих транспорт кислорода в ткани, а отсюда, и аэробную физическую работоспособность в целом. В процессе тренировочной деятельности спортсменов на определенных этапах подготовки возможно снижение массы тела, дегидратация организма в результате потери жидкости в условиях повышенной температуры и низкой влажности, в условиях горной местности, при использовании различных мочегонных средств. Это, безусловно, приводит к уменьшению объема циркулирующей крови за счет потери межклеточной жидкости и цитоплазмы, что вызывает увеличение содержания гемоглобина в крови, повышение ее вязкости. Последнее оказывает большую нагрузку на миокард и всю сердечно-сосудистую систему в целом, а также может способствовать образованию тромбов с возможным, даже летальным исходом.

Гематокрит – показатель, характеризующий вязкость крови (объемное соотношение форменных элементов крови и плазмы.) Норма: 40–54% (мужчины) и 36–42 % (женщины). Гематокрит тесно связан как с количеством эритроцитов в крови, так и со степенью гидратации организма. Повышение гематокрита свыше 50% свидетельствует о сгущении крови в результате дегидратации организма.

Эритроциты – клетки крови, содержащие гемоглобин. Норма $4,0-5,1 \times 10(12)$ л (мужчины) и $3,7-4,7 \times 10(12)$ л (женщины). Количество эритроцитов в крови может снижаться в результате накопления большого количества кислых продуктов обмена, а также при выполнении длительных физических нагрузок аэробного характера, сопровождающихся гемолизом эритроцитов. Поэтому определение этого показателя необходимо для тех спортсменов, деятельность которых связана с проявлением выносливости, поскольку в процессе такой деятельности усиливается гемолиз эритроцитов, что сопровождается снижением содержания гемоглобина в крови.

Мочевина крови – биохимический тест на восстановление организма, на переносимость физических нагрузок, поскольку этот показатель отражает соотношение интенсивности распада белков и их синтеза. Норма мочевины в крови, определяемая у спортсменов после дня отдыха, утром в состоянии относительного покоя (натошак) составляет у мужчин – 5.0–6.5 ммоль/л, в зависимости от вида спорта, периода годового цикла подготовки, рациона питания и индивидуальных особенностей организма. В том случае, если содержание мочевины в крови выше нормы или ниже, то это свидетельствует о недовосстановлении организма.

Глюкоза крови – очень «изменчивый» показатель, зависящий от многих факторов: питания, типа ВНД, характера воздействующей нагрузки, степени тренированности и др. Этот показатель в спортивной практике используется только в комплексе с другими биохимическими показателями. Как правило, после кратковременных физических нагрузок стрессового характера содержание глюкозы в крови повышается (выброс адреналина, усиленная мобилизация гликогена), а после длительных с аэробным энергообеспечением снижается (истощение гликогена мышц). Норма: 3.3-5.5 ммоль/л.

Фермент КФК (креатинфосфокиназа) – митохондриальный фермент, показатель повреждения мышечной ткани, поскольку значительное повышение активности этого фермента происходит при увеличении проницаемости мембран миоцитов для этого фермента или при их разрушении. Показатель активности КФК может быть использован как биохимический тест на процесс восстановления организма, если активность фермента определять в условиях стандартного покоя.

Заключение

Способность организма выполнять физическую нагрузку определяется интенсивностью биохимических процессов, протекающих в мышце в ходе окислительных реакций с участием кислорода. При выполнении интенсивной физической работы активируются дыхательная функция и функция кровообращения.

Высокий уровень физической подготовленности и физической работоспособности характеризуется функциональными изменениями и особенностями реактивности кардиореспираторной системы, что и формирует особые структуры функциональной подготовленности спортсменов в зависимости от вида спорта, спортивной специализации и их квалификации .

Библиографический список

1. *Земцова И.И.* Спортивная физиология: учеб. пособие. К.: Олимпийская литература, 2010. 219 с.
2. *Макеева В.С., Бойко В.В.* Теория и методика физической рекреации: учеб. пособие. М.: Советский спорт, 2014. 152 с.
3. *Сили Род Р., Трент д. Стивенс, Тейт Филипп.* Анатомия и физиология. К.: Олимпийская

- литература, 2014. Т1. 605 с.
 4. *Сили Род Р., Трент д. Стивенс, Тейт Филипп.* Анатомия и физиология. К.: Олимпийская литература, 2014. Т2. 610 с.

УДК 796

А.В. Башкина

студентка гр. 1426

Е.Г. Шубин

канд. пед. наук, доцент – научный руководитель

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ АДАПТАЦИИ НЕРВНО-МЫШЕЧНОГО АППАРАТА СПОРТСМЕНОВ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ В СКОРОСТНО-СИЛОВЫХ ВИДАХ ЛЕГКОЙ АТЛЕТИКИ

В спортивной практике придается большое значение оценке адаптивного состояния спортсменов в процессе подготовки к соревнованиям. Как правило, это состояние определяется диагностикой мышечной деятельности, оценкой уровня функционального состояния физиологических систем и функций организма в покое и в реакции на нагрузку [1].

Проблема индивидуализации тренировочного процесса спортсменов является ключевой в теории спортивной тренировки. При этом существенным компонентом управления является постоянная коррекция процесса подготовки спортсменов в зависимости от динамики их индивидуального состояния, которое определяется на основе объективной информации, полученной в ходе педагогического комплексного контроля. Дозирование мышечной нагрузки в соответствии с адаптивными возможностями организма позволит своевременно осуществлять коррекцию индивидуальных нагрузок, особенно в скоростно-силовых видах спорта [2].

Целью исследования явилось определение зависимости между изменением функционального состояния нервно-мышечного аппарата спортсменов, как ответ на выполненную тренировочную нагрузку.

Исследования проводились на учебно-тренировочных занятиях с членами сборной ГУАП и Санкт-Петербурга по легкой атлетике. В плановую тренировочную нагрузку входили: беговые упражнения выраженные в километрах (ускорения до 50 м, ускорения до 100 м, ускорения от 100 до 300 м).

Для реализации поставленной задачи была разработана программа обследования спортсменов с помощью методов комплексного контроля. Тесты, по которым производилась оценка функционального состояния нервно-мышечного аппарата (НМА) спортсменов, были составлены с учетом объективных факторов, которые наиболее полно и достоверно отражали функциональное состояние НМА (показатель упругости мышц, быстрота мышечного сокращения). Показатель упругости мышц (степень утомления) определялся с помощью сейсмомиотонографии, быстрота мышечного сокращения с помощью метода селективной электромиографии.

Исследование быстроты мышечного сокращения в зависимости от изменения тренировочной нагрузки

Метод селективной электромиографии [3] был применен для определения быстроты мышечного сокращения. Электромиограмма снималась с помощью плоских накожных электродов с икроножной мышцы и прямой мышцы бедра во время тренировочного процесса сразу после разминки. В качестве циклической нагрузки был выбран бег на 20 м с хода с максимально возможной скоростью. Интерференционная ЭМГ снималась с двух датчиков, закрепленных на исследуемых мышцах. Полученные данные по всем испытуемым были сведены в табл.1.

Таблица 1

**Функциональное состояние икроножной мышцы и прямой мышцы бедра
в зависимости от времени включения мышц**

№ п/п	Функциональное состояние мышц	Время включения икроножной мышцы (мс)	Время включения прямой мышцы бедра (мс)
1	Отличное	100-110	140-160
2	Хорошее	111-130	161-180
3	Слабое утомление	131-150	181-200
4	Среднее утомление	151-180	201-230
5	Сильное утомление	181-210	231-260

Исследование показателя упругости мышц при изменении тренировочной нагрузки

Оценка скорости сокращения мышц производилась по показателям упругости икроножной мышцы, прямой и двуглавой мышц бедра. Для данного исследования был применен метод сейсмомиотонографии Н. М. Анишкиной, В. А. Антонец [4]. Этим методом оценивались механические свойства мышц по показателю упругости. За показатель упругости принимали частоту механических колебаний в результате дозированного удара по брюшку мышцы. Тестирование проводилось до тренировки в течение всего периода обследования. По полученным данным для каждой исследуемой мышцы строились графики показателя упругости, которые отражали изменения частот колебаний мышц по дням. Полученные данные были сведены в табл.2.

Таблица 2

Изменение показателя упругости в зависимости от функционального состояния мышц

№ п/п	Функциональное состояние мышц	Показатель упругости, Гц
1	Отличное	29,0-31,0
2	Хорошее	31,1-33,0
3	Слабое утомление	33,1-35,0
4	Среднее утомление	35,1-37,0
5	Сильное утомление	37,1-41,0

Выводы

В результате проведенных исследований были получены данные о изменении показателя упругости мышц и времени включения мышц для каждого обследуемого легкоатлета.

Была исследована зависимость между параметрами, определяющими функциональное состояние нервно-мышечного аппарата спортсменов (показатель упругости мышц – F , время включения мышц – T) и изменением тренировочной нагрузки и выявлена корреляционная зависимость между ними. Были определены средние суммарные коэффициенты корреляции между параметрами, определяющими функциональное состояние спортсменов и тренировочной нагрузкой: беговые упражнениями $r = 0,732$ при $P < 0,05$.

Исследования проводились на спортсменах разной квалификации и выявили различную степень адаптации организма к тренировочным нагрузкам. Было определено, что с повышением квалификации спортсменов уменьшалось время включения мышц и уменьшалось значение показателя упругости мышц.

Библиографический список

1. *Ильин Е. П.* Психомоторная организация человека: учебник. М., 2003. 384 с.
2. *Башкин В. М.* Система индивидуальной адаптации организма спортсменов к тренировочным нагрузкам в скоростно-силовых видах легкой атлетики. Автореф. дисс. докт. пед. наук. СПб.: ГУАП, 2011. 38 с.
3. *Башкин В. М.* Оценка самопроизвольной способности спортсменов к максимальному напряжению и наиболее полному расслаблению мышц методом селективной электромиографии. Л.: ЛИАП, 1989. С. 137-140.
4. *Анишкина Н. М., Антонец В. А.* Методы измерения механических колебаний, вызванных работой физиологических систем человека: учеб.-метод. пособие. Нижний Новгород ИПФ РАН, 2000. 28 с.

УДК 7967012.068

В. Давыдов

студент гр. 5311

Л.Б.Ефимова-Комарова

канд. пед. наук, доцент – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ УПРАЖНЕНИЙ НА УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЯХ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА СТУДЕНТОВ

Из всех отклонений в состоянии здоровья студентов около 57% составляют заболевания опорно-двигательного аппарата: нарушения осанки, сколиозы, остеохондрозы, плоскостопия. Если не принимать никаких мер по укреплению здоровья, то болезни постепенно прогрессируют и в дальнейшем доставляют немало проблем в лично-бытовой и профессиональной деятельности выпускников.

Практические учебные занятия по физической культуре в нашем университете в специальном учебном отделении проводятся с учетом двигательных ограничений и состояния здоровья студентов.

При нарушениях осанки специальные физические упражнения выполняются из различных исходных положений и имеют симметричный характер. При «круглой», «плоской» спине и асимметричной осанке рекомендованные симметричные упражнения выравнивают силу мышц спины, и тем самым ликвидируют асимметрию тонуса «мышечного корсета» туловища. При всех видах нарушений используются также корригирующие упражнения, упражнения на укрепление мышц туловища и конечностей (выравнивание мышечного тонуса передней и задней поверхности, правой и левой стороны туловища, нижних конечностей, укрепление мышц живота). При дефектах осанки в сагиттальной плоскости выполняются специальные упражнения способствующие укреплению ягодичных мышц, мышц живота (при увеличении угла наклона таза). При уменьшении угла наклона таза используют упражнения, способствующие укреплению разгибателей поясничного отдела позвоночника, мышц передней поверхности бедра, при «крыловидных лопатках» – упражнения, укрепляющие нижние и средние фиксаторы лопаток, расслабляющие и растягивающие верхние фиксаторы лопаток, большую и малую грудные мышцы, которые способствуют устранению дефекта лопаток и приведению плечевых суставов к норме. Упражнения в диафрагмальном дыхании и расслаблении включаются в основную и заключительную части занятия. При нарушениях осанки не применяются асимметричные упражнения. Ограничены бег, прыжки, подскоки на жесткой поверхности, упражнения для туловища с большой амплитудой движения и висы.

При сколиозах физические упражнения выполняют из исходных положений: стоя, лежа на спине, лежа на животе, сидя на пятках, лежа на правом или левом боку. Корригирующие воздействия

осуществляются с помощью упражнений двух типов – симметричных и асимметричных. Тренирующее воздействие направлено преимущественно на мышцы спины и верхнего плечевого пояса. Также выполняются упражнения на развитие мышц, поддерживающих позвоночник – косых мышц живота, квадратную поясничную, общий разгибатель туловища, пояснично-подвздошную и др.

Асимметричные корригирующие упражнения, характеризующиеся локальным воздействием на участки позвоночника, направлены на коррекцию вершины искривления позвоночника. При правильном выполнении упражнений уменьшается давление на позвоночник со стороны вогнутости сколиоза; вследствие этого дуга искривления начинает выравниваться. На учебных занятиях широко применяются симметричные упражнения (при их выполнении ослабленные мышцы на стороне отклонения работают с большей нагрузкой, чем на противоположной). Применяются специальные силовые упражнения для косых мышц живота, спины – мышц выпрямляющих позвоночник, квадратных мышц поясницы, подвздошно-поясничных, ягодичных и мышц, поддерживающих свод стопы. Часто используются смешанные симметричные полувисы – стоя у гимнастической стенки с согнутыми ногами, прижатыми к груди (упражнения, вытягивающие позвоночник), упражнения на равновесие, специальные дыхательные упражнения, вытяжения на наклонной плоскости в корригирующей позе. Не используются на занятиях висы на перекладине, прыжковые упражнения, упражнения для туловища и ног, выполняемые с максимальной амплитудой; физические упражнения на гибкость, приводящие позвоночник к перерастяжению; категорически запрещены упражнения с большими отягощениями, так как их применение не только не способствует решению проблемы, но и усложняет и замедляет процесс восстановления.

При остеохондрозе позвоночника упражнения выполняются в различных исходных положениях и направлены на оптимальное увеличение его подвижности, на укрепление связок и суставов позвоночника, стабилизацию отдельных сегментов (изометрические упражнения), на развитие силы различных крупных групп мышц, особенно живота, спины, оптимальной гибкости позвоночника, на декомпрессию различных отделов позвоночника – шейного, грудного, поясничного. Все упражнения выполняются в медленном темпе, без усилия и чередуются с дыхательными. Не используются при остеохондрозе шейного отдела позвоночника наклоны головы назад и круговые движения, при распространенных остеохондрозах – маховые движения руками и ногами с максимальной амплитудой.

При деформациях стопы упражнения направлены на улучшение функции суставов, связок и мышц стопы, на развитие правильного движения в стопе в полном объеме, на укрепление свода стопы при одновременной коррекции имеющейся деформации. Противопоказана длительная ходьба, бег, а также спортивные игры, в которых на стопу оказывается сильное давление.

В специальном учебном отделении в подготовительной и в заключительной части занятия выполняются физические упражнения, направленные на улучшение подвижности суставов и растягивание. Благодаря этому улучшается микроциркуляция крови, мышцы разогреваются, становятся более эластичными, повышается тонус мелких и глубоких мышц, отвечающих за фиксацию суставов, мышцы подготавливаются к нагрузке, и уменьшается риск возникновения травм. В конце занятий использование этих упражнений усиливает обменные процессы и способствует более быстрому восстановлению. Во избежание травм, во время учебно-тренировочных занятий рекомендовано выполнять упражнения, сочетающие попеременное мышечное напряжение и расслабление, сокращение и растягивание мышц.

Подводя итоги, нужно обратить внимание на тот факт, что всем студентам необходимо знать о своих двигательных ограничениях, о воздействии упражнений на организм и выполнять все рекомендации преподавателей, что обеспечит больший эффект от практических занятий и улучшит состояние их здоровья.

Библиографический список

1. *Ефимова-Комарова Л.Б., Кирьянова Л.А., Башкина Т.А.* Физическая культура студента специальной медицинской группы: учеб.-метод. пособие. СПб.: ГУАП, 2013. – 96 с., ил.
2. *Токарева А.В., Ефимова-Комарова Л.Б.* Физическая культура студента специального учебного отделения: учеб. пособие. СПб.: ГУАП, 2015. 180 с.

УДК 796

А. Кузнецов

студент гр. 5221

Г.И. Васильева

научный руководитель

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ТРЕНИРОВКИ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАДМИНТОНИСТОВ

Основные принципы можно подразделить на три части: личностно-психологические, биофизические и тактико-стратегические. Рассмотрим их подробнее в порядке возрастания значимости.

Личностно-психологические принципы

Прежде чем начинать тренироваться, важно понимать, что ни один тренер не сможет научить спортсмена быть профессиональным спортсменом. Взаимоотношения тренера и спортсмена, для эффективного получения результата должны быть основаны на принципе, что спортсмен сам решил стать профессионалом и выполняет все необходимые упражнения, которые дает тренер, а также берет на себя ответственность за свое развитие и рост. Тем самым, тренер может, опираясь на эти решения спортсмена, строить свои тренировки для помощи в достижении цели самого спортсмена. Если спортсмен участвует в соревнованиях, то основная цель спортсмена должна быть не в том, чтобы победить, а максимально сконцентрироваться на уменьшении количества своих ошибок, так как вся игра в бадминтон строиться на совершении ошибок, либо самим спортсменом, либо его противником.

Ошибки подразделяются на:

- физиологические (обработка волана, расположение и движение на площадке и т.д.);
- тактические (анализ противника, выявления сильных и слабых сторон его игры, в соответствии с этим и тактика игры бадминтониста);
- психологические (эмоциональная нестабильность, отчаяние, гнев и т.д.).

Если бадминтонист уменьшает количество своих ошибок и своими действиями увеличивает количество ошибок противника, то следствием такой тактики спортсмен сможет победить.

Основной целью тренировки должно быть психологическое раскрепощение, так как оно влияет на физиологическую скованность в движениях спортсмена. Самый эффективный способ психологического расслабления это упражнения в игровой форме, желательно с элементами соперничества между спортсменами.

При построении тренировки тренер должен исходить из решения проблемных зон большей части спортсменов группы, а после уделять внимание индивидуальным проблемам каждого.

Бадминтон является одним из немногих видов спорта, который позволяет развить сразу несколько основных групп мышц.

Биофизические принципы

Первой по важности проблемой многих бадминтонистов является неэффективное движение по площадке, второй – обработка волана (подход к волану, прием, подача и т.д.). Для правильного развития голеностопа и его укрепления может служить игра в футбол, но мячом, сделанным из поролона. Его размер должен быть примерно со стандартный футбольный мяч (игра-тренировка проводится по обычным правилам, но на мяч наступать не разрешается). Такое упражнение развивает чувствительность голеностопа, что позволяет спортсмену улучшить сцепление стопы с полом. Для развития броска и придания хлесткости удара существуют следующие упражнения:

1. С тем же поролоновым мячом играть в гандбол, но без удара об пол. При движении с мячом в руках делается не более двух шагов.

2. Для следующего упражнения понадобятся поролоновые мячи размером с гандбольные. Спортсмены разбиваются по парам и стараются попасть в корпус противника (так как мячи легкие и мягкие, удары не причиняют боли и не приводят к травме).
3. Работа у стенки. Для этого упражнения необходим маленький поролоновый шарик (размер примерно в 2 раза больше шарика для пинг-понга). Задача бадминтониста хлесткими ударами отбивать мячик от стены и не уронить его, набив без падений. Таким образом не меньше 25 раз для начинающих и свыше 50 раз для опытных бадминтонистов (повышения количества ударов зависит от уровня бадминтониста). В тоже время, с каждым новым подходом важно увеличивать максимальное количество, т.е. «повышать планку» после достижения максимального полученного результата. В этом упражнении важно мячик держать на уровне сетки, а ракетку – не внизу, а перед собой (т.е. локоть отведен в сторону, а обод ракетки находится на уровне головы).

Данные упражнения позволяют не только улучшить в игровой форме бросок, но и улучшить вестибулярный аппарат, концентрацию, тактические действия, командную игру и снижает психологическое воздействие на биофизику спортсмена.

Тактико-стратегические принципы

Переходя к тактике и стратегии, нужно учитывать, что, в соответствии с тем какой противник перед спортсменом, нужно выстраивать свои действия на площадке. Стратегия игры в бадминтоне должна основываться на уменьшении количества ошибок во время игры.

Для этого нужно понять и учесть ряд важных моментов:

1. Всегда двигайтесь навстречу к волану, этим вы уменьшаете расстояние до него и тем самым ускоряете игру, что для противника становится неудобно, и это позволяет навязать противнику свою игру.
2. Ракетка всегда после удара должна быть поднята, при этом рука слегка согнута и вытянута от себя в сторону противника, локоть должен быть направлен в сторону от тела, а обод ракетки должен находиться на уровне чуть выше головы. Такая позиция дает преимущество перед противником, даже если он выше классом.
3. Всегда стремитесь обработать волан перед собой, и даже если волан был поднят высоко и направлен на заднюю линию площадки, то у вас всегда есть возможность отойти назад и принять волан перед собой в максимально высокой точке (примерно 75- 85 градусов)
4. Чтобы придать дополнительную скорость волану при ударе и при этом уменьшить физическую нагрузку на мышцы, начинайте свой удар с ног, т.е., создавая вращение тела по вертикальной оси, которая проходит через точку опоры тела, для уменьшения затрат энергии, нужно начинать это вращение с голеностопа, поднимаясь к талии, плечам, и завершая все кистевым ударом. Этот способ позволит вам при минимальных затратах получить лучший результат, тем самым снизить утомляемость.
5. Рационально используйте пространство и зону удара, т.е. не нужно бежать или, тем более, тянуться до волана, если вы можете сделать небольшой шаг и с вытянутой рукой ударить по волану.

Выстраивая тактику против соперника, необходимо проанализировать и понять уровень его игры либо на основе ранее увиденных игр, либо пройти по всем основным зонам, которые вы считаете у себя слабыми зонами приема. Также строить свою тактику ведения игры, учитывая антропометрические данные противника.

Если он высокий, то для него будет неудобным обработка волана у сетки, если низкий, то – игра на задней линии. Также если противник легкий, то он, возможно, будет быстро перемещаться по площадке, и это нужно учитывать, и чем тяжелее соперник, тем сложнее ему двигаться быстро и быть маневренным.

Как было написано выше, стремитесь не победить, а сократить количество своих ошибок в игре, и соответственно увеличить ошибки противника и в результате ваша тактика принесет вам победу.

УДК 796

А. Олимский

студент гр. 2343

И.М. Евдокимов

научный руководитель

МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ГИБКОСТИ И МЕЖМЫШЕЧНОЙ КООРДИНАЦИИ СТУДЕНТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТОМ

Основная задача упражнений на растягивание состоит в том, чтобы увеличить длину мышц и связок до степени, соответствующей нормальной анатомической подвижности в суставах.

Гибкость должна быть в оптимальном соотношении с мышечной силой. Недостаточное развитие мышц, окружающих сустав, может привести к чрезмерной их подвижности и к изменению статики человеческого тела.

С анатомической и практической точки зрения целесообразна большая подвижность в тазобедренных суставах при сгибании вперед и меньшая при разгибании назад. Эффективность упражнений на растяжение будет большей при длительном воздействии относительно малой интенсивности.

Сочетание силовых упражнений с упражнениями на растягивание способствует гармоничному развитию гибкости: растут показатели активной и пассивной гибкости, причем уменьшается разность между ними. Именно этот режим работы можно рекомендовать студентам всех спортивных специализаций для увеличения активной гибкости, проявляющейся в специальных упражнениях.

Если выполнять только силовые упражнения, то способность мышц к растягиванию уменьшается. И, наоборот, постоянное растягивание мышц при исключении мощных сокращений ослабляет их. Поэтому в ходе тренировочного занятия следует предпочитать частое чередование упражнений на гибкость с силовыми упражнениями. Такая методика обеспечивает одновременное повышение силы и гибкости в работе не только с хорошо подготовленными спортсменами, но и с курсантами-новичками.

Для развития гибкости используются различные приёмы:

- Применение повторных пружинящих движений, повышающих интенсивность растягивания.
- Выполнение движений по возможно большей амплитуде.
- Использование инерции движения какой-либо части тела.
- Использование дополнительной внешней опоры: захваты руками за рейку гимнастической стенки или отдельной части тела с последующим притягиванием одной части тела к другой.
- Применение активной помощи партнера.

Последнее время распространен активно-силовой метод развития гибкости, в основу которого положен феномен А.А.Ухтомского – самопроизвольное отведение прямой руки после 30–60-секундного изометрического напряжения мышц. Например, рука самопроизвольно отводится в сторону после попытки выполнить это движение, стоя вплотную боком к стенке.

Аналогичное явление наблюдается при выполнении равновесия и растягивании свободной ногой резинового амортизатора. Обычно в этом случае спортсмену не удается поднять ногу на привычную для него высоту. После снятия амортизатора нога самопроизвольно поднимается значительно выше уровня, обычного для данного спортсмена. При активно-силовом методе развития

гибкости увеличивается сила мышц в зоне «активной недостаточности» и амплитуда движений. Существуют два основных метода тренировки гибкости: метод многократного растягивания и метод статического растягивания.

Метод многократного растягивания основан на свойстве мышц растягиваться значительно больше при многократных повторениях упражнения с постепенным увеличением размаха движений. Вначале спортсмены начинают упражнение с относительно небольшой амплитудой, увеличивая её к 8–10-му повторению до максимума. Высококвалифицированным спортсменам удается непрерывно выполнять движения с максимальной или близкой к ней амплитудой до 35 раз. Пределом оптимального числа повторений упражнения является начало уменьшения размаха движений. Наиболее эффективно использование нескольких активных динамических упражнений на растягивание по 8–15 повторений каждого из них. В течение тренировки может быть несколько таких серий, выполняемых подряд с незначительным отдыхом или вперемежку с другими, в том числе и силовыми, упражнениями. При этом необходимо следить, чтобы мышцы не «застывали».

Активные динамические упражнения могут включаться во все части учебно-тренировочного занятия. В подготовительной части эти упражнения являются составной частью общей и специальной разминки. В основной части занятия такие упражнения следует выполнять несколькими сериями, чередуя их с работой основной направленности. Если же развитие гибкости является одной из основных задач тренировочного занятия, то целесообразно упражнения на растягивание сконцентрировать во второй половине основной части, выделив их самостоятельным «блоком».

Метод статического растягивания основан на зависимости величины растягивания от его продолжительности. Сначала необходимо расслабиться, а затем выполнить упражнение, удерживая конечное положение от 10–15 с до нескольких минут. Эти упражнения обычно выполняются отдельными сериями в подготовительной и заключительной части занятия, или используются отдельные упражнения в любой части занятия. Если основная тренировка проводится в утренние часы, то статические упражнения на растягивание необходимо выполнить во второй половине дня или вечером. Такая тренировка обычно занимает до 30–50 мин. Если же основное тренировочное занятие проводится вечером, то комплекс статических упражнений на растягивание можно выполнить и в утреннее время.

Упражнения на гибкость необходимо использовать и в подготовительной части занятия, начиная с них разминку, после чего выполняются динамические специально-подготовительные упражнения, с постепенным наращиванием их интенсивности. При таком проведении разминки, в результате выполнения статических упражнений, хорошо растягиваются мышцы и связки, ограничивающие подвижность в суставах. Затем при выполнении динамических специально-подготовительных упражнений разогреваются и подготавливаются к интенсивной работе мышцы.

Комплексы статических упражнений на растягивание можно выполнять и с партнером, преодолевая с его помощью пределы гибкости, превышающие те, которых можно достигнуть при самостоятельном выполнении упражнений.

В каждом целостном действии отдельные мышечные группы не только сокращаются и растягиваются, но и расслабляются. Наиболее выгоден такой режим мышечной работы, при котором система процессов возбуждения и торможения обуславливает работу двигательного аппарата с наименьшими энергетическими затратами. Это возможно лишь в том случае, если во время работы в состоянии деятельного возбуждения будут находиться только мышцы, которые действительно должны участвовать в выполнении данного движения. Остальные мышцы в это время расслабляются.

Процесс торможения и связанное с ним расслабление мышц благоприятствуют протеканию восстановительных процессов. Поэтому упражнения на расслабление используются также для улучшения кровообращения в мышцах или в качестве отвлекающих упражнений, в особенности после сильных напряжений статического характера.

При выполнении упражнений на развитие гибкости занимающиеся должны учиться:

- четко различать ощущения напряженного и расслабленного состояния мышц по отношению к обычному, сильному и незначительному напряжению;
- расслаблять одни группы мышц при одновременном напряжении других;
- поддерживать движение расслабленной части тела по инерции путем использования активного движения других частей тела;
- самостоятельно определять в цикле движения фазы отдыха и соответственно им максимально расслаблять мышцы.

Для того, чтобы упражнения на растяжение приносили реальную пользу здоровью и не шли во вред учебно-тренировочному процессу стоит запомнить несколько несложных правил.

Во-первых, перед выполнением упражнений необходимо как следует разогреться. Это может быть и бег, и интенсивные разогревающие упражнения. Тогда в мышцах улучшается кровоснабжение, и они становятся более эластичными, а значит, снижается риск травмы.

Во-вторых, начинать упражнения нужно с самых простых и лишь постепенно переходить к более сложным. Только после легкой растяжки можно выполнять динамические (резкие махи, пружинистые движения) или изометрические (сопротивление какой-либо преграде) упражнения.

Прежде чем выбрать то или иное упражнение на растяжку, нужно проанализировать свою тренировку, какие мышцы были задействованы. Следует следить за тем, чтобы в растяжении участвовали те же мышцы, т.е. перед тем, как сесть на шпагат, логично немного потянуть всё, что только можно. Тогда и шпагат дастся легче. Кстати, каждое упражнение не должно длиться дольше 20 с, иначе можно получить растяжение.

Растяжка поначалу не самое приятное занятие. Дискомфорт – обычный её спутник. Но при этом не должно быть боли! Она нисколько не улучшит форму спортсмена, скорее, наоборот.

Занимаясь, нужно помнить о мерах предосторожности. Ведь растягивание – самое травматично опасное упражнение. Не стоит пытаться сразу же привести мышцы, на которые приходится основная нагрузка при гимнастике на гибкость, в идеальное состояние. Растяжение – это самое меньшее зло, которое может случиться с излишне старательными спортсменами.

Библиографический список

1. *Алисов Н.Я.* Исследование гибкости. Л., 1971.
2. *Булатов М.М., Платонов В.Н.* Гибкость спортсмена и методика её совершенствования. Киев, 1992.
3. *Власенко С.Н.* Гибкость – важный фактор здоровья. Мн., 1992.

УДК 621

Р. И. Дамизов

студент института военного образования

В. В. Котович

(профессор) – научный руководитель

ПРОЕКТИРОВАНИЕ УСТРОЙСТВА УПРАВЛЕНИЯ ШАГОВЫМИ ДВИГАТЕЛЯМИ

Ранее [1] была рассмотрена модель установки для поверки акселерометров. При создании установки возникла необходимость управления шаговыми двигателями, которые входят в её состав.

В данной работе рассматривается вариант управления шаговым двигателем по радиоканалу.

При постановке задачи были сформированы следующие основные требования для интерфейса связи:

1. Необходима такая скорость приема-передачи данных, которая позволит осуществлять передачу и обработку информации в течение десятков секунд.

2. В связи с тем, что применение данного устройства предполагается в военной сфере, необходима мобильность.

3. Использование стандартных интерфейсов. Это требование сформировано, потому что данные микроконтроллеры и шаговый двигатель работают по стандартным интерфейсам.

При анализе возможных способов реализации управления шаговым двигателем были рассмотрены интерфейсы, позволяющие реализовать данную задачу (рис. 1).

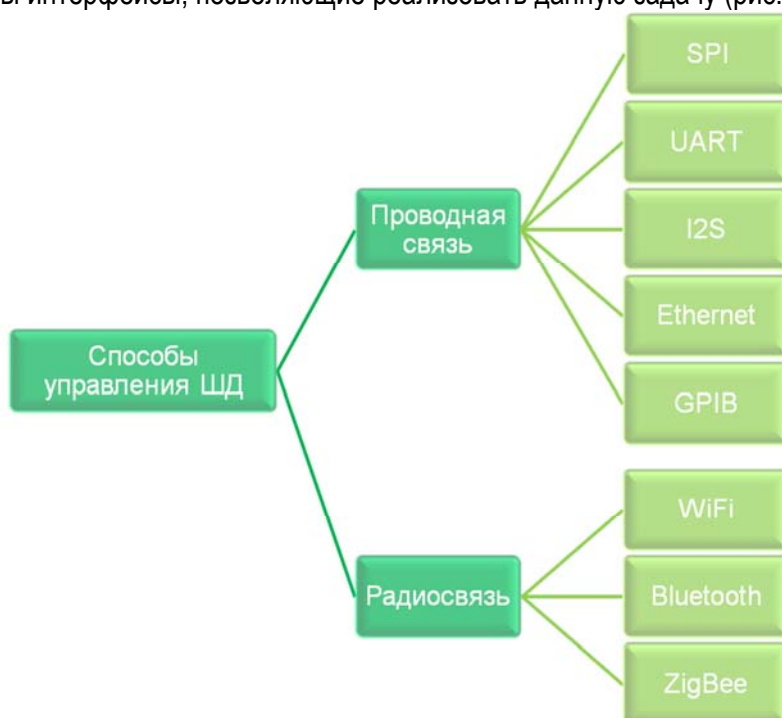


Рис. 1. Список существующих интерфейсов

Не все рассмотренные интерфейсы удовлетворяют указанным требованиям, в связи с этим было принято решение об использовании интерфейса радиосвязи ZigBee. Выбранный интерфейс позволяет удаленно осуществлять передачу данных со скоростью до 1Мбит/с.

После выбора интерфейса управления был осуществлен подбор компонентов:

1. Шаговый двигатель FL42STH38-0406A, технические характеристики которого представлены в табл. 1.

Таблица 1

Параметры шагового двигателя

Параметры двигателя	Значение параметра
Напряжение питания	12 В
Ток	4 А
Сопротивление	30 Ом ± 10 %
Индуктивность	30 мГн: ± 20 %
Крутящий момент	2,6 кг·см
Момент инерции ротора	54 г·см ²
Угловой шаг	1,8 ± 5 %

Определяющими при выборе Ш, явились параметры: угловой шаг и крутящий момент.

2. Микроконтроллер Atmega 16 был выбран в связи с относительной дешевизной и наличием необходимых интерфейсов в составе данного микроконтроллера.

Работы проводились в соответствии с последовательностью, представленной на рис. 2.



Рис. 2. Последовательность реализации проекта

Результаты выполнения данного проекта представлены на рис. 3, 4.

В САПР ProteusProfessional осуществлялась симуляция работы данного проекта в упрощенном виде, так как в данной программе отсутствуют элементы симуляции радиоканала.

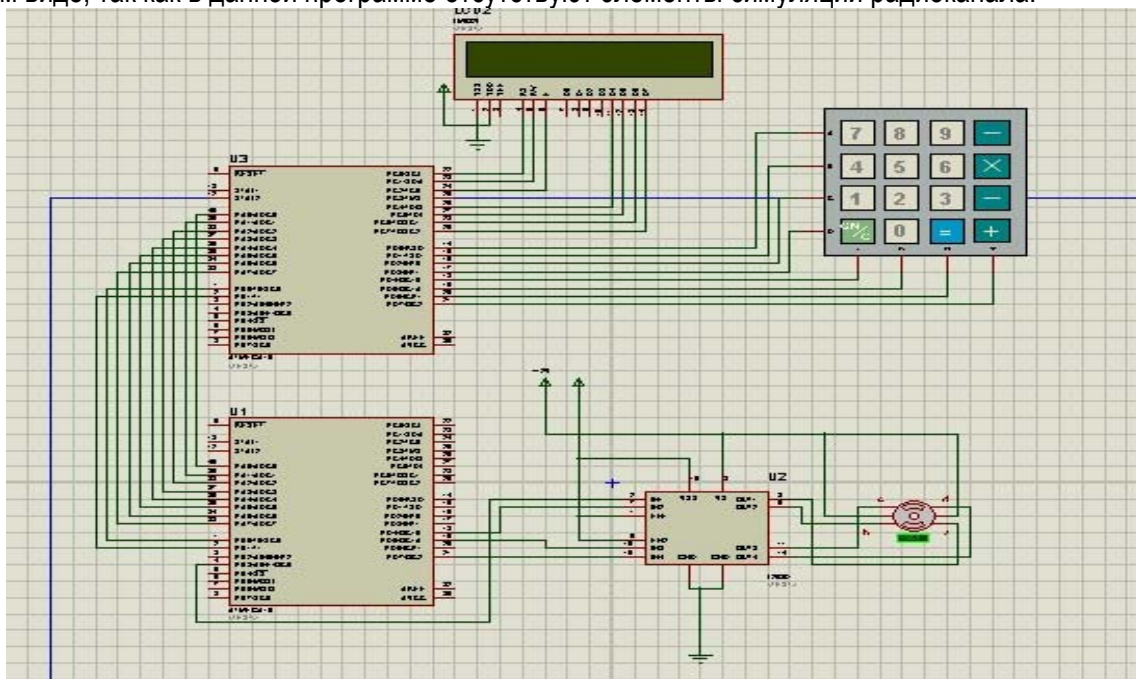


Рис. 3. Реализация проекта в САПР ProteusProfessional

В САПР AltiumDesigner был выполнен чертеж электрической принципиальной схемы в соответствии с ГОСТом.

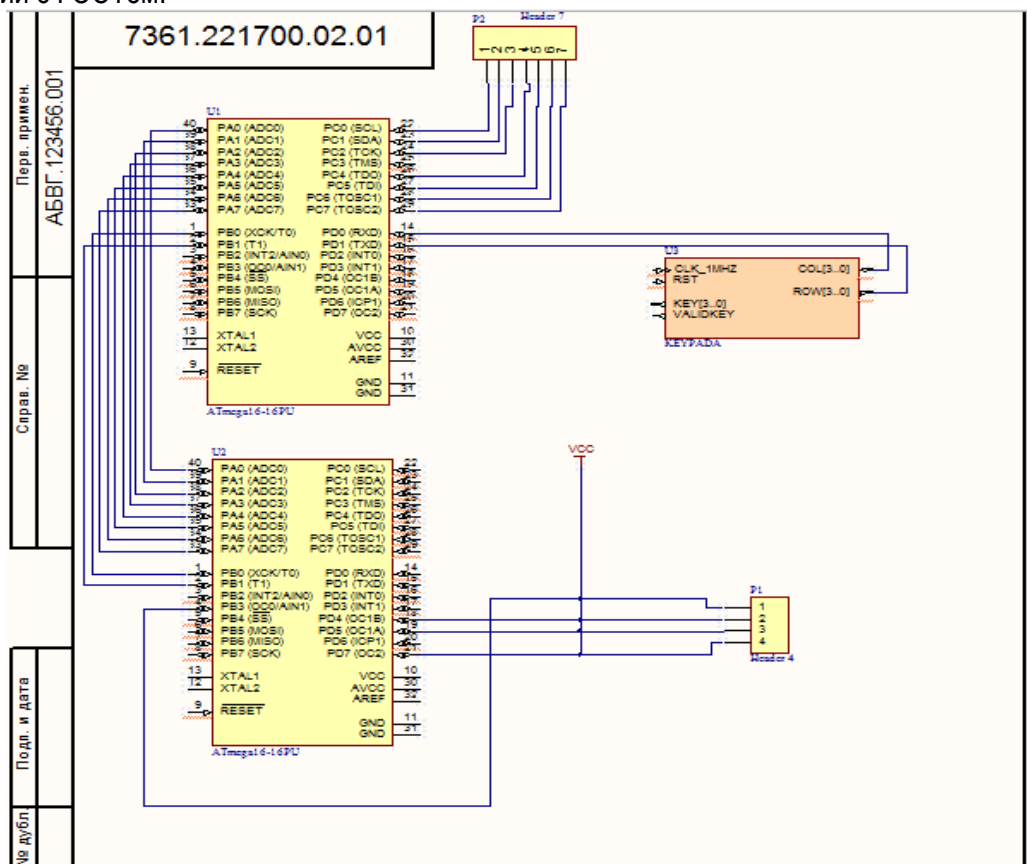


Рис. 4. Реализация проекта в САПР AltiumDesigner

Данную схему можно реализовать в виде двух устройств, передающих информацию по радиоканалу:

- первое устройство является передающим и содержит микроконтроллер Atmega 16, клавиатуру и LCD – дисплей. Его предназначение – передача значения угла на принимающий микроконтроллер;
- второе устройство – принимающее и содержит микроконтроллер Atmega 16, драйвер шагового двигателя и шаговый двигатель. Его предназначение – принять и обработать информацию, полученную с первого устройства.

После испытаний будет принято решение о дальнейшей работе в этом направлении.

Библиографический список

1. Печенин Д.В., Дамизов Р.И., Харичев И.В. Модель установки для поверки акселерометров // Шестдесят седьмая международная студенческая научная конференция ГУАП. СПб.: ГУАП, 2014. С.103.

УДК 004.

К. А. Парахневич

студент Института военного образования

В. В. Котович

(канд. техн. наук) – научный руководитель

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОЙ ЧАСТИ ОБУЧАЮЩЕГО КОМПЛЕКСА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ РАБОТЫ С ПРОГРАММИРУЕМЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ ЭЛЕКТРОННЫХ СХЕМ

Любой инженер (специалист) должен обладать знаниями и навыками работы с цифровой техникой: уметь работать с микроконтроллерами, ПЛИС и другими элементами схемы [1]. В ГУАП основы работы с цифровыми элементами преподаются на достаточном уровне только по основным специальностям. Студенты остальных специальностей самостоятельно приобретают навыки работы с цифровой техникой и при этом сталкиваются с рядом трудностей. Например, техническая документация на микросхемы, описания программ для работы с ними выполнены преимущественно на английском языке с использованием профессиональной терминологии, что усложняет процесс обучения. Поэтому задача разработки аппаратно-программного комплекса для обучения студентов работе с элементами цифровой техники в настоящее время является актуальной. В данной работе основное внимание уделено разработке программной части обучающего комплекса.

Обучающая программа, разработанная на языке C# под платформу Windows, представляет собой комплекс из трёх пользовательских интерфейсов и базы данных.

При запуске программы открывается интерфейс выбора шаблона, представленный на рис. 1, который позволяет обучающемуся выбрать один из разделов, связанных с работой с цифровой техникой, а в выбранном разделе изучить микроконтроллер, ПЛИС, другой элемент схемы или программу в одном из созданных шаблонов.

После нажатия кнопки «Получить шаблон», открывается окно «Шаблон», представленное на рис. 2. Это окно содержит описание шаблона, включающее в себя описание примера, код программы, пример схемы и задание для обучающегося.

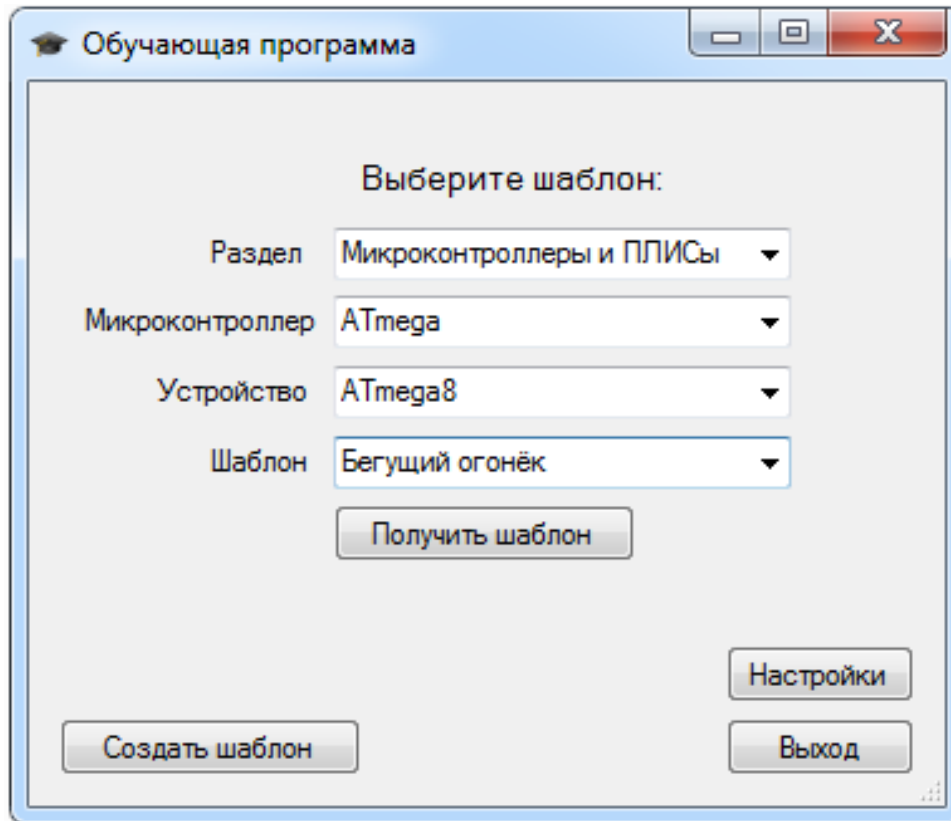


Рис. 1. Внешний вид интерфейса выбора шаблона

После перехода на вкладку «Программирование», обучающийся может воспользоваться «Мастером создания кода», представленным на рис. 3. «Мастер создания кода» позволяет обучающемуся получить основную часть кода для своей программы. Кроме «Мастера создания кода», в программу так же встроен автоматический анализатор кода, проверяющий наличие всех необходимых строк кода в тексте программы, сформированной пользователем. Семантика слов языка программирования хранится в базе данных Access, с которой связывается обучающая программа. Код программы, сформированной пользователем, проверяется программой по нажатию кнопки «Проверка» пользователем, либо автоматически перед компиляцией, если эта опция включена в настройках шаблона, определённых в той же базе Access. В данной базе можно редактировать всплывающие в шаблоне подсказки.

По окончании создания программы, пользователь может не только проверить код программы, но и скомпилировать код и прошить его в подключенное устройство. Для заранее сконфигурированных примеров возможна симуляция кода в программах-симуляторах Proteus (для микроконтроллеров) или Quartus II (для ПЛИС).

К каждому шаблону разработчик шаблона может добавить специальный скрипт, который содержит алгоритм действий по прошивке микроконтроллера или ПЛИС через профессиональную программу. Данный скрипт будет исполняться по нажатию кнопки в ходе работы с шаблоном. Каждое действие, выполняемое в ходе исполнения скрипта, сопровождается комментариями.

При помощи предлагаемого программно-аппаратного комплекса процесс обучения работы с микроконтроллерами и ПЛИС упрощается. Обучающий комплекс так же предоставляет возможность самостоятельно разрабатывать различные программы и использовать их на практике.

Программно-аппаратный комплекс позволяет быстрее получать навыки работы с элементами современной цифровой техники и создавать различные устройства на их основе.

1. Описание шаблона
2. Информация о микроконтроллере
3. Программирование

Первым примером в изучении микроконтроллеров является подключение и управление светодиодом. Этот пример стал классическим при изучении микроконтроллеров, как программа «Hello World!» при изучении других языков программирования.

Важным моментом в программе является включение и выключение ножек МК с помощью команд:

`PORTC=0xFF; PORTC=0;`

Код программы:

```
#include <avr/io.h>
#include <util/delay.h>

int main(void)
{
    PORTC=0x00;
    DDRC=0xFF;

    while (1)
    {
        PORTC=0xFF; //включаем нулевую ножку порта C
        _delay_us (200000);
        PORTC=0; //выключаем нулевую ножку
        _delay_us (200000);
    };
};
```

Введение в пример

Пример программного кода

Симуляция схемы в Proteus

Подпиливающий резистор для светодиода.

Светодиод

Задание:

1. Скомпилировать данный код и прошить его в микроконтроллер.
2. Составить аналогичную программу с подачей сигнала на другой порт микроконтроллера, скомпилировать её и прошить её, проверить мигание светодиода.

Задание обучающемуся

Назад
Выход

Рис. 2. Внешний вид окна «Шаблон»

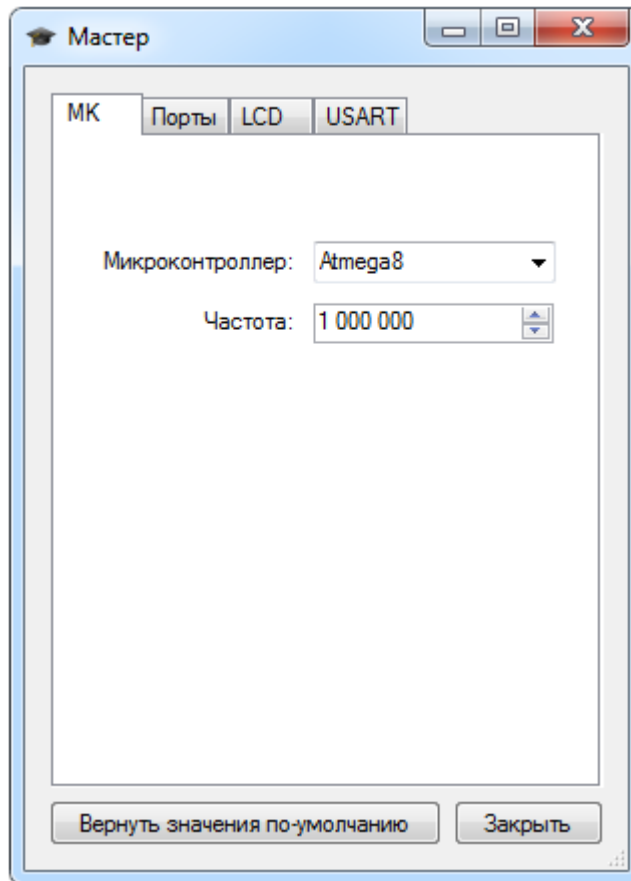


Рис. 3. Мастер создания кода

Библиографический список

1. Белов А.В. Самоучитель разработчика устройств на микроконтроллерах AVR/СПб: Наука и Техника, 2008. 544 с.

УДК 004.3

И.В.Харичев

студент Института военного образования

В. В. Котович

(канд. техн. наук) – научный руководитель

РАЗРАБОТКА АППАРАТНОЙ ЧАСТИ ОБУЧАЮЩЕГО КОМПЛЕКСА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ РАБОТЫ С ПРОГРАММИРУЕМЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ ЭЛЕКТРОННЫХ СХЕМ.

Большинство современных приборов, имеют в своем составе программируемые микросхемы, такие как микроконтроллеры, микропроцессоры, программируемые логические интегральные схемы (ПЛИС). Поэтому выпускники технических вузов должны обладать навыками работы с данными электронными устройствам. Очень часто полученные в университете знания современной электронной техники должным образом не подкреплены практикой. Поэтому задача разработки аппаратно-программного комплекса для обучения студентов работе с элементами цифровой техники в настоящее время является актуальной.

В данной работе основное внимание уделено разработке аппаратной части обучающего комплекса. В состав аппаратной части обучающего комплекса входят:

- модельная плата, позволяющая собирать и тестировать электрические схемы;
- набор электронных аналоговых и цифровых компонентов (диоды, резисторы, конденсаторы, микросхемы и т.д.);
- программаторы, позволяющие производить прошивку микроконтроллеров разнообразных семейств;
- набор отладочных плат (рис. 1) для работы с микроконтроллерами: STM32 (плата Discovery, см. рис. 1, а), ATmega2560 (плата Arduino Mega 2560), Atmega128 (плата crumb128 v 3.0, см. рис. 1, б);
- отладочная плата для работы с ПЛИС Altera cyclone 3 (рис. 1, в);
- компьютер для разработки программного кода и прошивки в микроконтроллеры.
- набор разработанных нами модулей: преобразователи COM / UART (см. рис.2, а) и USB / UART(см. рис.1, б), позволяющие связывать компьютер и микросхему через последовательные порты;
- платы с микроконтроллерами, датчиками и соответствующим «обвесом», обеспечивающим их функционирование.

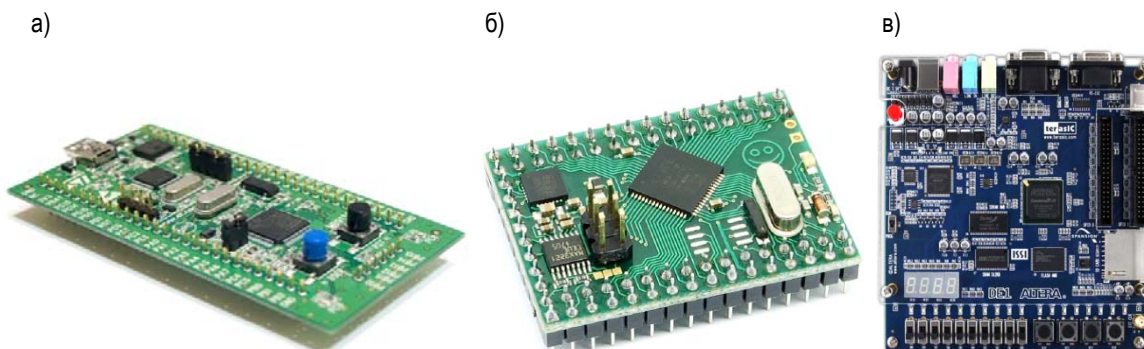


Рис. 1. Набор отладочных плат:
а – STM32 discovery; б – crumb128 v 3.0; в – Altera cyclone 3

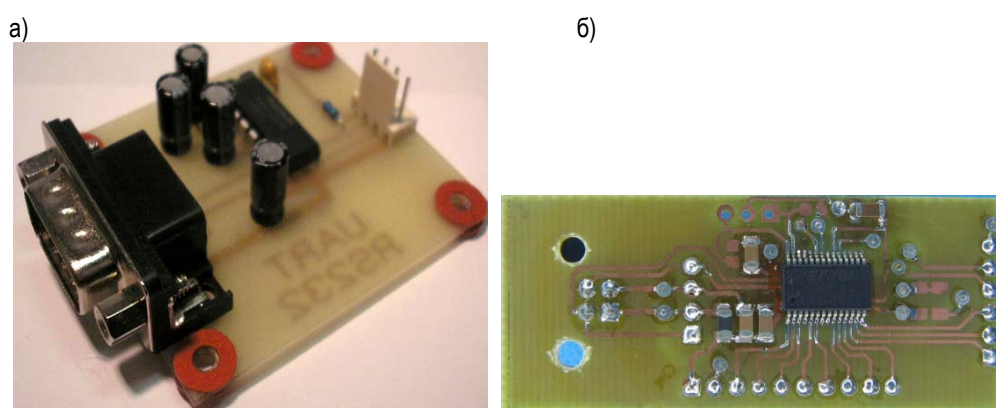


Рис. 2. Схемы преобразователей

- Аппаратная часть позволяет:
- обучать сборке электрических схем;
 - формировать навыки работы с интерфейсами SPI, I2C, UART, навыки вывода информации на LCD и другие средства индикации, навыки дистанционного управления электронными устройствами, например, шаговыми двигателями;

– обучать прошивке микроконтроллера, ПЛИС.

Разработанные нами модули имеют стандартные разъёмы, позволяющие коммутировать их между собой и создавать, таким образом, различные электронные устройства.

Для получения базисных знаний по схемотехнике, электронике и программированию микроконтроллеров используются микроконтроллеры фирмы Atmel AVR. Они имеют простую архитектуру [1], что позволяет студенту быстро освоить навыки работы с ними. Основной задачей аппаратной части комплекса является обучение студента программированию и отладке электронных схем. Для достижения этой цели в обучающей программе используется постепенная подача теоретического материала от простого к сложному. Теоретический материал содержит техническую документацию по изучаемому компоненту, в которой описывается архитектура данного компонента [1]–[3], а также содержит пример использования данного компонента в составе электрической схемы устройства. Представленную в программе схему предлагается собрать обучающемуся на модельной плате, либо воспользоваться существующими наборами разработанных нами модулей или отладочных плат в соответствии с предлагаемой методикой. Содержит программный код, описывающий алгоритм работы с микросхемой (например, работа с интерфейсом UART) и пояснения к нему. Представленный программный код обучающийся может при необходимости модифицировать.

Обучающий программно-аппаратный комплекс позволяет пользователям, получившим теоретические знания и практические навыки работы с микроконтроллерами Atmega, освоить навыки работы с STM32 и ПЛИС. Эти компоненты имеют более сложную архитектуру [2], [3] и более сложный порядок работы с ними, но они же имеют ряд существенных достоинств, основными из которых являются производительность, а также возможность строить более сложные устройства с меньшими затратами ресурсов.

Таким образом, программно-аппаратный комплекс позволяет не только обучать основам работы с микроконтроллерами, ПЛИС, но и даёт возможность пользователям разрабатывать новые электронные устройства на их основе.

Библиографический список

1. Atmega32(8,16) datasheet.
2. STM32L151/152xx datasheet.
3. Cyclone 3 Device Handbook.

УДК 519.8

Н.В. Чердинцев

студент Института военного образования

Д. В. Бондаренко

(начальник цикла, старший преподаватель) – научный руководитель

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ УСТАНОВКИ ДЛЯ ПОВЕРКИ АКСЕЛЕРОМЕТРОВ

В настоящее время в различных устройствах для измерения положения объектов в пространстве используются встроенные датчики на основе акселерометров и гироскопов. Существует многообразие конструкций акселерометров, отличающихся размерами, принципом действий, технологией изготовления, точностью измерения входных параметров, чувствительностью к входным воздействиям и т.д.

Для обеспечения пригодности устройств, на которых установлены акселерометры, к применению необходимо проведение поверки (либо калибровки) акселерометров. Для поверки акселерометров существуют различные измерительные установки, позволяющие с высокой точностью определять углы, угловые скорости и угловые ускорения, и тем самым оценивать параметры акселерометров.

Цель данной работы состоит в построении математической модели установки для измерения угловых величин. Установка (рис. 1) может использоваться для поверки акселерометров. В математической модели предлагается использовать исходные данные математической модели, опубликованные ранее [1]. Ранее предложенная математическая модель [1] не является оптимальной из-за следующих недостатков геометрической модели:

- недостаточной устойчивости подвижной части установки в горизонтальной плоскости;
- сложности вычислений.

Геометрическая модель установки для поверки акселерометров (рис 1, а) [1] состояла из двух треугольных плоскостей, одна из которых может менять свое положение в пространстве. Две плоскости соединены по вершинам подвижными вертикальными линейками.

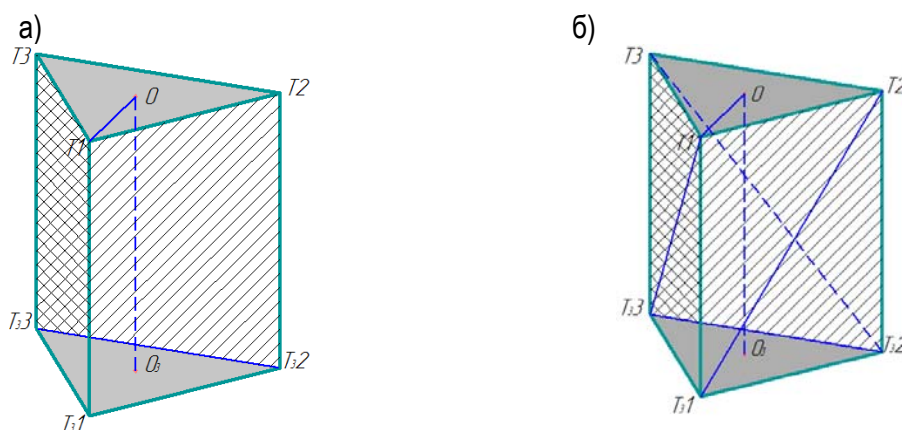


Рис. 1. Упрощенная схема установки

В ходе работы установки верхняя подвижная плоскость, на которой установлен акселерометр, меняет свое положение. Задача – вычислить угол между текущим положением рабочей плоскости и исходным ее положением, а затем сравнить полученное значение с показаниями акселерометра (рис. 2).

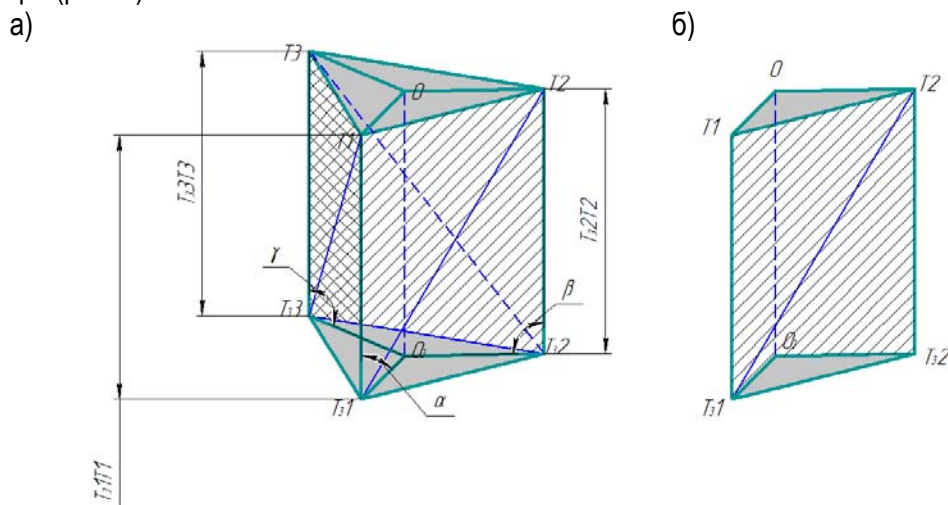


Рис. 2. Исследуемые величины

Из-за высокой чувствительности поверяемых акселерометров к помехам в вертикальной плоскости измерений в описанной ранее модели предлагалось искусственно изменить направление вектора гравитационной составляющей, действующей на поверяемые акселерометры, которые установлены на рабочей поверхности установки. Это достигается путем изменения углового ускорения относительно центральной стойки. На вертикальных стойках установлены измерительные датчики и двигатели, приводящие в движение рабочую плоскость. В результате неравномерности изменения углового ускорения происходит скручивание рабочей плоскости относительно подвижного основания. В результате этого увеличивается количество неизвестных (параметров для вычисления искомых углов).

Для устранения недостатков геометрической модели установки в ее состав были добавлены три диагональные подвижные линейки (рис. 1, б).

Для проведения расчетов, разделим имеющуюся объемную фигуру – призму (рис. 2, а) по оси ОЗО на три объемные взаимосвязанные части (призмы) (рис. 2, б).

Добавление трех диагональных линеек нейтрализует влияние инерционных (скручивающих) сил на установку. Расчеты, приведенные ниже, по любой одной из полученных призм позволяют рассчитать контрольные значения двух других призм. Данные расчеты производятся по каждой фигуре. Таким образом получается три набора контрольных значений, вычисленных по каждой из полученных призм, с которыми сравниваются текущие измеренные значения установки. Это позволяет производить самоконтроль работы установки в ходе проведения измерений.

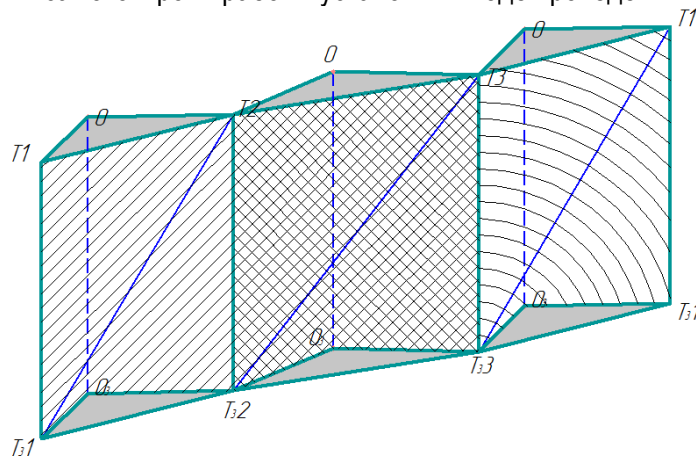


Рис. 3. Схема математической модели в развертке

При вычислении контрольных значений параметров установки используются три основных формулы: радиус окружности, описанной около правильного треугольника (1), теорема косинусов (2) и теорема Пифагора (3) (рис. 4):

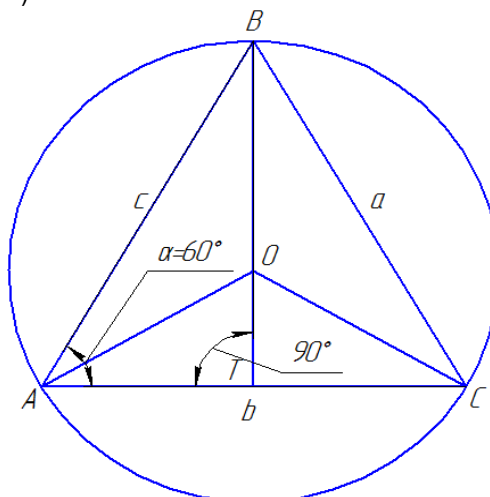


Рис. 4. Подвижная плоскость и вычисляемые величины

$$AB = c = OA\sqrt{3} \quad (1)$$

$$a^2 = b^2 + c^2 - 2bc \cos(\alpha) \quad (2)$$

$$OT^2 = OC^2 - TC^2 \quad (3)$$

Данная математическая модель предполагает, что заранее статистическим методом была определена взаимосвязь между длиной диагональной линейки и величинами углов, которые она образует.

Исследуем одну из полученных объемных фигур.

Известна длина диагональной линейки T31T2. Также известны два угла, которые образует линейка со сторонами T31T32 и T1T2. Найдем длины вертикальных линеек и углов.

Пример вычислений показан для фигуры, изображенной на рис. 5.

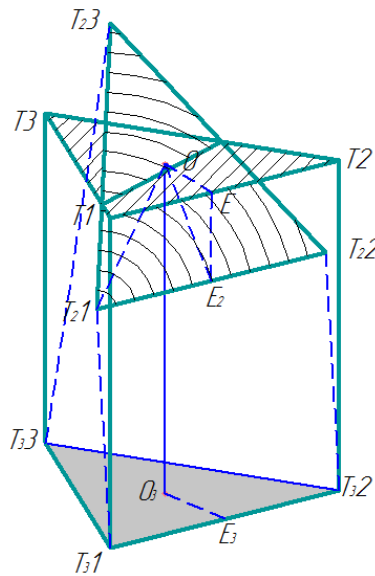


Рис. 5. Исследуемая модель в процессе работы

$$T_31T_21 = \sqrt{T_21T_22^2 + T_31T_22^2 - 2 * T_21T_22 * T_31T_22 * \cos(\angle T_31T_22T_21)};$$

$$T_32T_22 = \sqrt{T_31T_32^2 + T_31T_22^2 - 2 * T_31T_32 * T_31T_22 * \cos(\angle T_22T_31T_32)};$$

$$EE_2 = \frac{T_31T_1 + T_32T_2}{2} - \frac{T_31T_21 + T_32T_22}{2};$$

$$\angle E_2OE = \angle T_23OT_3 = \arccos\left(\frac{EE_2^2 - EO^2 - E_2O^2}{2 * EO * E_2O}\right) = \arccos\left(\frac{EE_2^2 - 2 * EO^2}{4 * EO}\right);$$

$$T_33T_23 = \sqrt{OT_33^2 + OT_23^2 - 2 * OT_33 * OT_23 * \cos(\angle T_23OT_3 + \angle T_33OT_3)};$$

$$\angle T_32T_22O = \arccos\left(\frac{OT_32^2 - OT_22^2 - T_32T_22^2}{2 * OT_22 * T_32T_22}\right);$$

$$\angle T_31T_21O = \arccos\left(\frac{OT_31^2 - OT_21^2 - T_31T_21^2}{2 * OT_21 * T_31T_21}\right);$$

$$O_3T_23 = \sqrt{O_3O^2 + OT_23^2 - 2 * O_3O * OT_23 * \cos(\angle T_23OT3 + 90^\circ)};$$

$$\angle O_3T_33T_23 = \arccos\left(\frac{O_3T_23^2 - O_3T_33^2 - T_33T_23^2}{2 * O_3T_33 * T_33T_23}\right).$$

Представленные формулы позволяют по трем параметрам одной фигуры получить параметры остальных двух фигур.

Библиографический список

1. Математическое моделирование установки для поверки акселерометров. Шестьдесят пятая международная студенческая конференция ГУАП, 2012.

УДК 330.332

А. А. Александров, А.А. Карпенко

магистранты кафедры информационных технологий предпринимательства

Н.В. Макарова

(профессор, д-р пед. наук, кандидат техн. наук) – научный руководитель

ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Приведена и рассмотрена методика UNIDO, для экспресс-анализа инвестиционного проекта. Описаны их основные показатели и продемонстрированы на примере.

Ключевые слова: методика, экспресс-анализ, проектирование, критерии, коэффициент, оценка, инвестиции.

Для оценки эффективности любых капиталовложений необходимо получить ответы на ряд вопросов, затрагивающих все стороны будущего инвестиционного проекта: производственную, сбытовую, финансовую и т. д. При отсутствии подробных и достоверных данных по этим и многим другим вопросам невозможно формирование проекта, приемлемого для инвестора. Не последнюю роль в этом деле играет выбор методики по сбору и структурированию информации, а также по обработке полученных данных. Практически все методики по оценке инвестиционных проектов, существующие в мире на сегодняшний день, основываются на методике, разработанной ЮНИДО (Организация по промышленному развитию при ООН) еще в 70-х годах. Эта методика обеспечивает сбор необходимой информации для осуществления прогноза движения денежных средств, и, соответственно, для оценки проекта с использованием количественных показателей.

Компаниям необходимо максимально качественно и за короткое время оценивать потенциальные инвестиционные проекты, степень проработанности которых крайне низка и, следовательно, в распоряжении имеются весьма ограниченные, неполные, неточные сведения. В подобных противоречивых условиях в рамках проведения экспресс-анализа проекта из-за недостатка информации о проекте затруднено и нецелесообразно как применение стандартных подходов оценки эффективности проектов, так и использование имеющихся автоматизированных программных средств анализа, среди которых отсутствуют продукты, адаптированные к условиям экспресс-анализа инвестиционных проектов. В описанной ситуации оправдано и эффективно использование элементов теории нечетких множеств и искусственных нейронных сетей, благодаря чему многие факторы неопределенности могут быть формализованы и корректно учтены в процессе оценки проекта [1].

Важность задачи предварительного отбора определяется тем, что на этой стадии обычно рассматривается достаточно широкое множество альтернативных вариантов проекта, либо самих проектов, детальный анализ которых приводит к существенным затратам ресурсов и времени. Кроме того, инвестиционная программа обычно включает проекты различной «важности». В такой ситуации проведению детального финансово-экономического анализа предшествует экспресс-анализ.

Экспресс-анализ проекта может проводиться инициатором проекта с целью определения возможности реализации проекта и эффективности инвестиций в него перед разработкой детального бизнес-плана проекта. Экспресс-анализ проекта финансовым институтом включает предварительную оценку проекта, оценку достоверности представленного инициатором (или исполнителем) проекта данных бизнес-плана с целью принятия решения о целесообразности более глубокого анализа проекта в случае его соответствия инвестиционной политике банка [2].

Экспресс-анализ может не включать изучения организационно-правовых аспектов реализации проекта, договорной и контрактной базы, социальных аспектов.

Часто экспресс-анализ проекта является первым этапом разработки бизнес-плана и определяет целесообразность его составления. Он включает в себя проверку наличия всех необходимых данных и их достоверности. Данная операция также предусматривает анализ всех внутренних и внешних факторов с целью выявить наиболее влиятельные из них.

Рассмотрим основные методы оценки показателей эффективности инвестиционных проектов при условии представления исходной неточной, неполной информации в нечетко-множественном виде, которые дают возможность получить гораздо более информативные для инвестора показатели, содержащие, в том числе, информацию о риске проекта: о метод расчета чистой настоящей стоимости (*NPV*) в виде нечетких чисел стандартной и произвольной формы, что позволяет инвестору формировать объективную оценку проекта и принимать обоснованное решение об экономической оправданности его реализации; о методе расчета показателей дисконтированного срока окупаемости (*DPP*) в точной форме и внутренней нормы доходности (*IRR*) [1].

Чистый дисконтированный доход (Net Present Value, NPV) определяется несколькими способами:

— текущая стоимость денежных доходов минус текущая стоимость денежных затрат (за исключением затрат на финансирование), дисконтированных с использованием средневзвешенной цены заемного и собственного капитала;

— текущая стоимость денежных притоков к акционерам минус текущая стоимость денежных оттоков от акционеров, дисконтированных по ставке, равной издержкам упущенных возможностей;

— текущая стоимость экономической прибыли, дисконтированной по ставке, равной издержкам упущенных возможностей [3].

Все три подхода раскрывают экономическую суть чистого дисконтированного дохода.

Чистый дисконтированный доход рассчитывается по формуле

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - IC \quad (1)$$

где *CF* – дисконтированный поток денежных средств; *IC* – первоначальные инвестиции (в нулевой период); *t* – год расчета; *r* – ставка дисконтирования (*WACC*); *n* – период дисконтирования [3].

Данная модель предполагает наличие условий:

- объем инвестиций принимается как заверченный;
- объем инвестиций принимается в оценке на момент проведения анализа;
- процесс отдачи начинается после завершения инвестиций.

В качестве ставки дисконтирования *r* может использоваться:

- кредитная ставка банка;
- средневзвешенная стоимость капитала;
- альтернативная стоимость капитала;
- внутренняя норма доходности.

Показатель *NPV* отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала коммерческой организации в случае принятия рассматриваемого проекта.

Если $NPV > 0$, то проект является прибыльным, увеличивающим на величину *NPV* фактическую стоимость организации [3].

Дисконтированный период окупаемости (Discounted Payback Period, DPP) – это период времени, необходимый для возмещения дисконтированной стоимости инвестиций за счет настоящей стоимости будущих денежных поступлений. Данный показатель определяется по формуле:

$$DPP = \min n, \text{ при котором } \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} > IC, \quad (2)$$

где IC – первоначальные инвестиции; CF – дисконтированный поток денежных средств; r – ставка дисконтирования; t – период оценки получаемого денежного потока.

При оценке инвестиционных проектов критерий DPP может использоваться при таких условиях: а) проект принимается, если окупаемость имеет место; б) если рассчитанный период окупаемости меньше некоторого максимально допустимого периода окупаемости, который компания считает приемлемым для себя, то данный проект принимается; в) из ряда альтернативных инвестиционных проектов принимается тот, срок окупаемости которого меньше [3].

Критерий окупаемости, кроме серьезных достоинств, имеет и серьезные недостатки, поэтому в качестве единственного критерия его использовать нельзя. Во многих источниках его используют в качестве вспомогательного критерия наряду с показателями, характеризующими эффективность или эффект проекта [3].

Внутренняя норма доходности (прибыли) инвестиций (Internal Rate of Return, IRR, %) – это дисконтная ставка, при которой текущая стоимость чистых денежных потоков равна текущей стоимости инвестиций по проекту.

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} = 0, \quad (3)$$

где $IRR=0$, при котором $t=0$, т. е. внутренняя ставка доходности – это уровень доходности, который в применении к поступлениям от инвестиций в течение жизненного цикла дает нулевую чистую текущую стоимость:

$$NPV=f(r)=0.$$

Рассчитанная в процессе анализа эффективности планируемых инвестиций внутренняя норма прибыли IRR показывает ожидаемую доходность проекта. Этот показатель является весьма ценным для анализа и может трактоваться с различных точек зрения [3].

В частности, экономический смысл критерия IRR состоит в том, что предприятие может принимать любые инвестиционные решения, рентабельность которых не ниже текущего значения показателя «стоимость капитала» (CC). Последний означает всю совокупность стоимостей имеющих источников финансирования проекта.

Отбор инвестиционного проекта с использованием методов экспресс-анализа

Данные формулы будут рассматриваться на примере инвестирования 1 млн руб. сроком на 5 лет в строительство дачных участков. Для первого расчета используем формулу чистого дисконтированного дохода (1). Чистый дисконтированный доход используется для отбора наиболее инвестиционно-привлекательного проекта.

Рассмотрим пример расчета чистого дисконтированного дохода в программе Excel.

Дисконтирование денежного потока по времени: $CF/(1+10\%)$. Сумма всех дисконтированных денежных поступлений по инвестиционному проекту и вычитание первоначальных капитальных затрат.

	A	B	C	D
1	Чистый дисконтированный доход (Net Present Value)			
2	Ставка дисконтирования, $r=$		10%	
3	Период(год), T	Первоначальные затраты, IC	Денежный поток, CF	Дисконтированный денежный поток
4	0	1 000 000р.		
5	1		345 687р.	314 261р.
6	2		613 478р.	557 707р.
7	3		714 561р.	649 601р.
8	4		864 789р.	786 172р.
9	5		946 287р.	860 260р.
10				
11			NPV =	2 168 001р.

За период времени был взят год (T). Первоначальные затраты (IC) составили 1 млн руб. Денежный поток (CF) отображен на каждый год без ставки дисконтирования. Отличие денежного потока от дисконтированного денежного потока в том, что в дисконтированном денежном потоке использовалась ставка дисконтирования которая составила 10%. Ставка дисконтирования это процентная ставка, используемая для пересчёта будущих потоков доходов в единую величину текущей стоимости.

Чистый дисконтированный доход (NPV) за 5 лет составил 2 168 001 рублей. По данным расчета NPV проект является экономически выгодным для инвестирования.

Для второго расчета используем формулу дисконтированного периода окупаемости (2). Дисконтированный период окупаемости – показатель отражающий период, через который окупятся первоначальные инвестиционные затраты с использованием дисконтирования.

С помощью второй формулы рассчитаем коэффициент дисконтированного срока окупаемости инвестиций в Excel. Для этого необходимо выполнить следующие операции:

- рассчитываем дисконтированный денежный поток $CF/(1+10\%)$ и так далее к каждому году;
- посчитать нарастающим итогом прирост капитала, в колонке дисконтированный денежный поток нарастающим итогом;
- складываем дисконтированный денежный поток первого года со вторым, получившийся результат складываем с третьим годом и тд.

Оценить в какой период вложенные инвестиции (IC) окупятся полностью.

	A	B	C	D	E
1	Дисконтированный срок окупаемости инвестиционного проекта(Discount Payback Period)				
2					
3	Ставка дисконтирования, $r =$		10%		
4	Период(год), T	Первоначальные затраты, IC	Денежный поток, CF	Дисконтированный денежный поток	Дисконтированный денежный поток нарастающим итогом
5	0	1 000 000р.			
6	1		345 687р.	314 261р.	314 261р.
7	2		613 478р.	557 707р.	871 968р.
8	3		714 561р.	649 601р.	1 521 569р.
9	4		864 789р.	786 172р.	2 307 741р.
10	5		946 287р.	860 260р.	3 168 001р.

Как мы видим окупаемость всех затрат дисконтированным денежным потоком произошла на 3-й год. Следовательно, при минимальном значении $n=3$ условие нашей формулы выполняется. Чем меньше период окупаемости инвестиционного проекта, тем более привлекательны данные проекты.

Внутренняя норма доходности инвестиций (3) необходима для проведения экспресс анализа инвестиционного проекта. Она показывает такую ставку дисконтирования, при которой чистый дисконтированный доход равняется нулю.

Пример расчета IRR инвестиционного проекта в Excel с помощью третьей формулы.

	A	B	C	D	E	F
1	Внутренняя норма прибыли инвестиционного проекта(Internal Rate of Return,%)					
2	Период(год), T	Первоначальные затраты, IC	Денежный поток, CF			
3	0	1 000 000р.	-1 000 000р.			
4	1		345 687р.			
5	2		613 478р.			
6	3		714 561р.			
7	4		864 789р.			
8	5		946 287р.			
9	IRR		=	51%		

В Microsoft Excel для вычисления ВСД используется метод итераций. Функцией ВСД выполняются циклические вычисления. При использовании функции ВСД появляются два аргумента функции «значения» и «предположения». Нам необходимо заполнить первый аргумент «значения», заполняем его массивом чисел столбца CF. Вторым аргументом функции «предположения» заполнять не надо, потому что мы используем целочисленный параметр год. В большинстве случаев для вычислений с помощью функции ВСД нет необходимости задавать аргумент «предположение». Если он опущен, предполагается значение 0,1 (10%).

Значения параметра CF должны содержать, по крайней мере, одну положительную и одну отрицательную величину. В противном случае функция ВСД выдает ошибку. Действительно, если нет отрицательного денежного потока, то NPV не может быть равно нулю, а в этом случае IRR не существует.

IRR нашего проекта составил 51%, что позволяет считать при цене капитала ниже IRR проект является эффективным.

Заключение

Использование предложенных методов экспресс-анализа позволяет исключать из дальнейшего рассмотрения экономически неэффективные проекты, а также с достаточной степенью адекватности получать количественные оценки эффективности инвестиционных проектов. Предлагаемые модели просты в использовании и требуют минимального объема информации, характеризующей процесс реализации оцениваемого проекта. Методы экспресс-анализа могут быть использованы на этапе предварительного отбора инвестиционных проектов, удовлетворяющих требуемым критериальным показателям, с целью формирования инвестиционной программы. Процедур окончательного отбора инвестиционных проектов в программу, проводящуюся на более узком множестве эффективных проектов, можно проводить с использованием инструментальных средств инвестиционного проектирования, таких, например, как Project Expert, ТЭО-ИНВЕСТ, Альт-Инвест и др. Применение аналитических выражений эффективности позволяет производить экспресс-анализ эффективности инвестиционных проектов, значительно сужая множество рассматриваемых инвестиционных проектов, отбрасывая проекты, характеризующиеся выходящими за рамки эффективности критериальными показателями и оставляя для дальнейшего рассмотрения эффективные инвестиционные предложения.

Библиографический список

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования. М.: Экономика, 2000. – 421 с.
2. Никонова И.А. Проектный анализ и проектное финансирование. М.: Альпина Паблшер, 2012. – 154 с.
3. Математический форум Math Help Planet [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mathhelpplanet.com/static.php?p=pokazateli-effektivnosti-investitsionnogo-proekta>

УДК 336.018

Р. А. Асанов

магистр кафедры экономики высокотехнологичных производств

В. М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ В ДЕВЕЛОПЕРСКИХ КОМПАНИЯХ

Для многих стран девелопмент означает вид деятельности, когда участники рынка недвижимости вкладывают собственные и/или заемные средства, средства частных инвесторов в развитие недвижимости с целью извлечения коммерческой выгоды.

Девелоперские проекты недвижимости относятся к основным понятиям девелопмента. Эти проекты в отличие от других инвестиционных проектов отличаются своими особенностями, делающими их наиболее сложными, прежде всего, с точки зрения привлечения инвестиций. Значительным отличием девелоперских проектов от прочих инвестиционных проектов является то, что они готовятся на продажу/аренду на рынке недвижимости. В условиях конкуренции это предъявляет более высокие требования к их рыночной стоимости, срокам окупаемости, условиям эксплуатации и возможностям перепродажи.

Инвестирование в недвижимость всегда считалось выгодным вложением средств. Несмотря на различные кризисные ситуации на рынках, стоимость недвижимости в долгосрочной перспективе редко прекращает свой рост. В связи с этим и существует постоянный интерес к вопросу инвестиций в коммерческую недвижимость (рисунок).



Место девелоперской деятельности в инвестиционно-строительном процессе [1].

В области финансовых отношений, складывающихся между участниками в ходе финансирования девелоперских проектов, девелопер должен учитывать возможности привлечения источников финансирования, их состав, структуру, рыночную стоимость.

Финансирование проектов рассматривается с точки зрения девелопера как основного участника процесса создания объектов коммерческой недвижимости.

Девелопер осуществляет процесс финансирования в несколько этапов:

1. Предварительное изучение жизнеспособности проекта (определение его целесообразности, оценивая затраты и планируемую прибыль).
2. Разработка плана реализации проекта.
3. Непосредственная организация финансирования, включающая:
 - оценку возможных форм финансирования и выбор конкретной формы;
 - определение финансирующих организаций;
 - определение структуры источников финансирования;
4. Контроль выполнения плана и условий финансирования [2].

Финансирование проекта может осуществляться как за счет собственных средств, так и за счет заемных и привлеченных. Определение схемы финансирования, совокупности тех или иных источников является главной задачей девелопера, так как от выбранной схемы зависит и меняется эффективность финансирования и эффективность проекта в целом [3].

На рынке коммерческой недвижимости достаточно активно привлекаются прямые инвесторы с целью продажи доли в бизнесе или в проекте и, соответственно, получения необходимого финансирования для инвестиционного проекта. В роли прямых инвесторов могут выступать крупные промышленные группы, желающие диверсифицировать свои риски, различные фонды (страховые, пенсионные и пр.), крупные девелоперские компании, обладающие достаточным капиталом, а также западные инвесторы и инвестиционные фонды, осуществляющие вложения на рынке [4].

Привлечение внешних инвесторов может повысить престиж компании на рынке и сделать проект более привлекательным для дальнейшего финансирования, однако с приходом соинвестора возникает необходимость в дополнительном согласовании принимаемых решений, возможно появление разногласий среди партнеров по бизнесу.

В целом, как видно из вышесказанного, у девелопера существует достаточно широкий выбор вариантов финансирования. В проекте могут быть использованы всевозможные комбинации источников, либо компания может остановиться только на одном. Выбор будет зависеть от внутренних факторов, от финансового положения компании, ее репутации, от внешних факторов, от экономического состояния рынка коммерческой недвижимости, от финансовой политики государства и прочее. Остановившись на том или ином варианте, девелопер должен просчитывать в совокупности стоимость финансирования, риски, учитывать временной фактор (по степени быстроты привлечения) и определять влияние выбранной схемы финансирования на эффективность проекта.

Девелоперский бизнес остро нуждается в квалифицированных специалистах. К руководителям приходит понимание того, что сотрудник – это не только ресурс, но и капитал, который требует вложений.

Поэтому на сегодняшний день на рынке становится достаточно распространенной практика, где сотрудник проходит дополнительное обучение, повышает свою квалификацию, ему предоставляется ряд дополнительных социальных обеспечений (медицинское страхование, дополнительное пенсионное обеспечение и пр.) и финансовых поощрений (бонусные программы, льготные кредиты и пр.) [5].

Такой подход имеет обоюдовыгодный результат. Для сотрудника повышается заинтересованность в работе, улучшается его материальное положение, для компании повышается результативность деятельности, положительно отражающаяся в итоге на ее финансовом состоянии.

Таким образом, возникают специальные вопросы по решению финансовых проблем управления девелоперскими проектами, связанных с организацией самофинансирования, финансированием за счет заемных средств, комбинированным финансированием.

Девелоперская компания, зная свои финансовые потребности, представляет для себя структуру капитала, к которой ей следует стремиться и которая наиболее вероятна. Реализация инвестиционных проектов по развитию недвижимости связана с многообразными рисками, а их успеш-

ность зависит от профессиональности подхода к решению таких проблем, как выбор местоположения и характеристик создаваемого объекта недвижимости, привлечение финансовых ресурсов, организация процесса реализации проекта и т.д. [6].

В последние годы в связи со значительным ростом девелоперской деятельности в Казахстане и за рубежом происходит унификация различных типов девелоперских проектов недвижимости. При этом главное внимание уделяется не форме, а конечной цели девелоперского проекта – развитию объектов недвижимости при увеличении их стоимости. Рынок торговой недвижимости Казахстана (а особенно Астаны) интересен еще и тем, что здесь наблюдается явный дефицит качественных площадей [7].

Показатель обеспеченности торговыми площадями на тысячу жителей в Астане отстает не только от западных столиц, но и от Москвы. Между тем, спрос на качественную торговую недвижимость, особенно премиум-класса, в столице Казахстана постоянно растет. Это связано и с тем, что растет число обеспеченных астанчан, и с тем, что в столице все больше селится хорошо зарабатывающих иностранцев. По данным казахстанских аналитиков, цены на торговые площади в столице республики в последний год демонстрируют стабильность, и тенденции к снижению не наблюдается. При этом аренда торговой недвижимости, особенно в престижных торговых центрах, дорожает ежемесячно.

Библиографический список

1. Бельчинская Е.Н. Управление инвестированием проектов развития объектов недвижимости: дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2011.
2. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Девелопмент. М.: Экономика, 2004. 521 с.
3. Федотова М.А., Тазихина Т.В., Бакулина А.А. М.: Девелопмент в недвижимости: монография / КНОРУС, 2010. 264 с.
4. Белых А. Деньги на стройку [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://offline.business-magazine.ru/2007/116/282346> (дата обращения 06.04.2016).
5. Мурзин А.Д. Недвижимость: экономика, оценка и девелопмент: учебное пособие / А.Д. Мурзин. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 382 с.с.
6. Федотова М.А., Тазихина Т.В., Бакулина А.А. Девелопмент в недвижимости: монография / М.: КНОРУС, 2010. 264 с.
7. http://realty.rbc.ru/company_news/20/02/2015/562949994054870.shtml – Российские инвесторы интересуются недвижимостью в Казахстане

УДК 334.021.1

Р. А. Асанов

магистр кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э. И. Крылов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В КАЗАХСТАНЕ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Коммерческая недвижимость – это недвижимость способная приносить доход, прибыль или прирост капитала, доход от инвестиций и аренды. Под коммерческой недвижимостью понимаются: торговые центры, офисы, склады, магазины, рестораны, гостиницы, гаражи, промышленные объекты и т.п. [1].

На процесс финансирования, в том числе, оказывают влияние существенные отличия коммерческой недвижимости как объекта инвестиций, из которых стоит выделить:

1. Высокий «пороговый» уровень вложений, который необходим для начала реализации проекта (для многих компаний существенный объем первоначальных капиталовложений становится основным препятствием для реализации проекта).

2. Длительный срок окупаемости проектов в сфере коммерческой недвижимости (в среднем от 5 лет) длительный срок реализации девелоперских проектов увеличивает финансовый риск, связанный с достижением конечных финансовых результатов, высокая зависимость проектов от внешних факторов.

3. Местонахождение объекта коммерческой недвижимости является одним из ключевых факторов, влияющим на стоимость объекта, а также на конкурентоспособность объекта на рынке.

4. Сравнительно низкая ликвидность объектов коммерческой недвижимости: часто компании, выставяющие на продажу объект, вынуждены существенно опускать цену объекта по сравнению с ее рыночной стоимостью для проведения сделки, особенно актуальна эта ситуация была в кризисный период.

5. Защищенность от инфляции в части доходов: инфляция переносится на доход посредством роста арендной платы либо цены объекта.

Указанные на рис. характеристики коммерческой недвижимости определяют особенности принятия инвестиционных решений, в том числе в рамках финансирования проектов.



Особенности коммерческой недвижимости, влияющие на условия финансирования [2]

Для понимания особенностей финансирования коммерческой недвижимости следует рассмотреть международный опыт, касающийся вопросов ее финансирования. С этой целью необходимо выделить характерные черты, присущие зарубежному рынку в рамках финансирования коммерческой недвижимости. Большинство зарубежных авторов в своих работах отмечают, что рынку коммерческой недвижимости свойственна цикличность развития, в свою очередь, каждому циклу присущи свои условия финансирования.

В структуре цикла рынка недвижимости исследователи выделяют 4 фазы: оживление, расширение, избыточное предложение и спад [3].

Спады и подъемы на рынке недвижимости характерны для всех стран, в том числе для Казахстана. За короткий период существования рынка коммерческой недвижимости Казахстана наглядно можно проследить переход от одного цикла развития к другому. Анализ зарубежного опыта помогает определить, на какой фазе развития находится рынок недвижимости в настоящее время, какие факторы влияют на смену той или иной фазы, когда можно прогнозировать оживление рынка и когда появятся наиболее благоприятные условия для выхода девелоперов на рынок.

За последние пять лет на рынке коммерческой недвижимости Казахстана по темпу прироста арендных ставок лидируют пункты бытового обслуживания и сервиса. Для сравнения аутсайдерами роста являются помещения административно-офисного назначения. Подобная динамика цен говорит в пользу крупного бизнеса, а не населения. Вместе с тем второе место производственных помещений свидетельствует о динамично развивающейся производственной сфере экономики. Это является позитивным фактором. К нему же можно отнести третье и четвертое места рейтинга торговых и складских помещений. Примечательным является и тот факт, что рестораны и пункты общественного питания находятся на предпоследнем месте по размеру прироста цен. Это свидетельствует о сравнительно слабом развитии индустрии развлечений, что косвенно подтверждает сравнительно не большой доход граждан Казахстана. Рассмотрим более детально динамику арендных ставок в различных сегментах коммерческой недвижимости республики.

По итогам первого полугодия 2015 г. средняя стоимость аренды коммерческой недвижимости всех типов увеличилась в Казахстане на 1,5% по сравнению с годом ранее [4]. В дальнейшем рынок продолжит демонстрировать вышеозначенные тренды. Для изменения таковых необходимы существенные социально-экономические изменения, к чему в современном Казахстане отсутствуют предпосылки.

Следующей характерной чертой зарубежной практики является активное участие государства в поддержке девелоперской деятельности, способствующее созданию благоприятных условий финансирования. Государство в зарубежных странах формирует и регулирует благоприятную среду для предпринимательской деятельности девелоперов. Основными направлениями в государственной поддержке являются:

- регулирование земельных отношений (ведение учета земель, зонирование, оценка, законодательное регулирование, подготовка предложений по земле для осуществления инвестиций девелоперами и пр.);

- информационная поддержка девелоперов путем предоставления готовых пакетов документов, касающихся вопросов, связанных с процедурой выкупа земель и правилами строительства объекта. Это облегчает девелоперу процесс получения различных согласований и позволяет сократить объем затрат и время на реализацию проекта;

- финансовая поддержка компаний, использующих новые технологии энергосбережения в строительстве, особое внимание уделяется внедрению малозатратных мер, способствующих экономии энергии;

- разработка законодательной базы, регламентирующей порядок привлечения источников финансирования и использования финансовых инструментов, позволяющей девелоперам создавать эффективную систему финансирования, в том числе используя варианты государственно-частного партнерства;

- финансовая помощь в реализации социально значимых проектов (создание объектов инфраструктуры, модернизация объектов недвижимости, привлечение девелоперов к развитию государственно важных регионов и пр.).

Таким образом, государство в экономически развитых странах осуществляет многостороннюю поддержку девелоперской деятельности, отражающуюся в законодательном, финансовом, организационном и информационном аспектах.

Главной чертой, отличающей зарубежный опыт финансирования от Казахстана, является наличие более доступных заемных источников финансирования, а также их многообразие. При этом доступность источников зависит от циклических факторов развития. В кризисные периоды разнообразие и доступность существенно сокращаются, в период оживления соответственно спектр предоставляемых ресурсов значительно расширяется, а стоимость финансирования понижается.

Рынок коммерческой недвижимости Европы также активно развивается и может быть использован в качестве примера для последующего анализа системы финансирования в Казахстане.

Так, в Великобритании инвестиции в коммерческую недвижимость представляют собой 25% всех капиталовложений в экономике, обеспечивая 800 тыс. рабочих мест.

В Западной Европе широко распространены источники финансирования, аналогичные США. Банковское финансирование является лидирующим источником в коммерческой недвижимости в Европе (более 50% всех капиталовложений). Однако в связи с принятием новых правил по формированию дополнительных банковских резервов в 2013 г. (Basel 3) доступ к банковскому финансированию сократился, поэтому девелоперы вынуждены обращаться к альтернативным источникам финансирования.

Активное участие в финансировании проектов в сфере коммерческой недвижимости в Европе принимает государство. Так, например, в ноябре 2013 г. правительство Великобритании приняло решение выделить 500 млн фунтов стерлингов местным девелоперам на завершение заморозенных проектов [5].

Многие из используемых в США и Европе источников финансирования нашли свое применение и в Казахстане. Самыми популярными остаются собственные средства и банковское финансирование. В качестве аналога зарубежным REITs выступают российские ЗПИФН (закрытые паевые инвестиционные фонды недвижимости), получившие достаточно активное развитие в 2000-х гг. Что касается пенсионных фондов, то согласно законодательству Казахстана в недвижимость могут быть инвестированы только пенсионные резервы, т.е. добровольные взносы и в размере не более 20%, при этом закон разрешает до 70% пенсионных резервов инвестировать через ЗПИФН.

Таким образом, можно выделить следующие характерные черты процесса финансирования, свойственные рынку недвижимости в зарубежных странах:

- цикличность рынка недвижимости: в зависимости от фазы цикла меняются уровень доступности и условия привлечения источников финансирования, на фазах оживления и расширения стоимость источников снижается и расширяется их выбор, на фазах избыточного предложения и спада стоимость растет, выбор источников существенно сужается;
- активную роль в развитии девелопмента принимает государство, осуществляя поддержку на разных уровнях и создавая тем самым благоприятную среду для развития;
- наличие законодательных норм и правил, четко регулирующих девелоперскую деятельность, в том числе в рамках привлечения финансирования, а также наличие независимых организаций и ассоциаций, отстаивающих и защищающих права девелоперских компаний;
- возможность получения широкого круга источников финансирования на доступных для девелопера условиях.

Девелопмент Казахстана по аналогии с зарубежным опытом развивается циклами, двигаясь по спирали и переходя с каждым циклом на качественно новый уровень.

Активному развитию девелопмента в Казахстане также мешает отсутствие системного законодательства, непосредственно регулирующего девелоперскую деятельность. В целом ряде научных трудов авторами высказывается идея о разработке и принятии единого закона о девелопменте, в котором в том числе будет регулироваться процесс финансирования проекта.

Таким образом, можно заключить, что практика девелопмента Казахстана во многом повторяет зарубежный путь развития. Обоим рынкам свойственна цикличность, рынок недвижимости экономически развитых стран прошел длинный путь развития, поэтому можно четко определять фазы цикличности, небольшая история развития российского рынка пока не дает возможности четкого определения конкретных фаз.

Зарубежным странам свойственна многосторонняя государственная поддержка девелопмента, в Казахстане участие государства в девелоперской деятельности незначительно. Хотя в последние годы интерес к этой сфере значительно увеличился. В мировой практике сложилась законодательная база в отношении девелопмента, на рынке Казахстана идет процесс ее становления. Также оценка зарубежного опыта показала, что девелоперы имеют доступ к широкому кругу относительно недорогих источников финансирования [6].

Для организации эффективного процесса финансирования проекта необходимо выстраивание системы, в которой все элементы взаимосвязаны друг с другом и взаимодействуют таким образом, что достигается максимальная результативность инвестиционного проекта и деятельности компании в целом.

Библиографический список

1. Закон Республики Казахстан от 30 ноября 2000 г. № 109-III «Об оценочной деятельности в Республике Казахстан» //www.zakon.kz
2. *Пушкина М.* Коммерческая недвижимость как объект инвестирования. М.: Альпина Паблишерз, 2009. 244 с.
3. Оценка стоимости недвижимого имущества // Утверждены постановлением правительства Республики Казахстан от 12 февраля 2013 г. № 124
4. <http://stat.gov.kz/faces/> – Исследование Министерства статистики Республики Казахстан
5. *Peiser R.B.* Professional real estate development: the ULI guide to the business. – second edition. Washington, DC: ULI – the Urban Land Institute, 2003. 450 p.
6. Концепция развития оценочной деятельности на 2010-2020 гг. // <http://www.poakmo.kz/index.php/component/content/article/34-osnova/46-mpage>

УДК 331.97

В. А. Ауман

магистрант кафедры менеджмента наукоемких производств

М.Л. Кричевский

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

ОТБОР СПОСОБА ЭФФЕКТИВНОГО ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ

В современных условиях жесткой конкурентной борьбы, быстрой смене технологий и зависимости развития организации от используемой ею информации особенно актуальным является максимальное и эффективное использование всех имеющихся ресурсов. При этом основными направлениями повышения конкурентоспособности на рынке становится более эффективное применение потенциала сотрудников организации, так как именно люди создают «ноу-хау», обрабатывают информацию, участвуют в процессе производства и реализации продукции и т.д. И поэтому закономерно появление концепции управления человеческими ресурсами, так называемом «инвестировании в человеческий капитал», который, по мнению ряда специалистов, при правильном подходе способен принести отдачу, превышающую первоначальные капиталовложения [1].

Задачей управления вознаграждением является формирование и осуществление стратегий и политики, цель которых заключается в том, чтобы вознаграждать людей справедливо, равноправно, в соответствии с их ценностью для организации и таким образом помогать организации достигать ее стратегических целей.

В предыдущей статье, целью которой была демонстрация возможностей методов мягких вычислений (МВ), наглядно показывается, как определить максимально подходящий способ мотивации [2]. В данной работе проведем подбор эффективного вознаграждения персонала.

Поставленная задача выполняется с помощью методов нечеткой логики (НЛ) в системе Matlab в программном модуле Fuzzy Logic.

Входными переменными при постановке задачи являются два параметра: количество часов, отработанных за месяц сотрудником (от 0 до 250 часов), сумма выручки сотрудника за месяц (от 0 до 1 млн руб.)

Для построения системы нечеткого вывода для каждой переменной были заданы функции принадлежности и диапазон, в котором изменяется значение переменной. Для первой входной переменной «output» или «выработка», т.е. количество часов, отработанных сотрудником за месяц, выбраны три градации: мало, норма, много. Для второй входной переменной «revenue» или «выручка», т.е. сумма выручки сотрудника за месяц, выбраны три градации: малая, средняя, большая.

В НЛ выходная переменная – непрерывная величина, диапазон изменения которой от 0 до 1000 тыс. руб. Выберем три поддиапозона выходной переменной (result), которым соответствуют следующие варианты вознаграждения:

- 500 000 рублей – 0 (% ставки нет);
- 500 000 до 800 000 рублей – 5% (стандартное вознаграждение);
- 800 000 рублей – 6% (повышенное вознаграждение).

Создадим в модуле Fuzzy logic систему нечеткого вывода с двумя входами и одним выходом; функции принадлежности для входных и выходной переменных в соответствии с выбранными градациями и диапазонами.

Далее сформируем базу правил, с помощью которой устанавливается взаимосвязь между входами и выходом. В данном случае для решения поставленной задачи необходимо создать 18 правил (определяется произведением числа градаций входных переменных).

Для примера приведем несколько правил:

- если количество отработанных часов сотрудником за месяц – «норма» и сумма выручки сотрудником за месяц «большая», то вознаграждение 6%.
- если количество отработанных часов сотрудником за месяц «меньше нормы» и сумма выручки сотрудником за месяц «средняя», то вознаграждение 5%.

На рисунке приведены результаты моделирования созданной системы. Количество строк равно числу правил, а число столбцов – числу входных и выходной переменных. При разных входных параметрах результатом решения являются отличающиеся значения пригодности, что подтверждает работоспособность системы [3]. Результаты представлены в табл. 1.

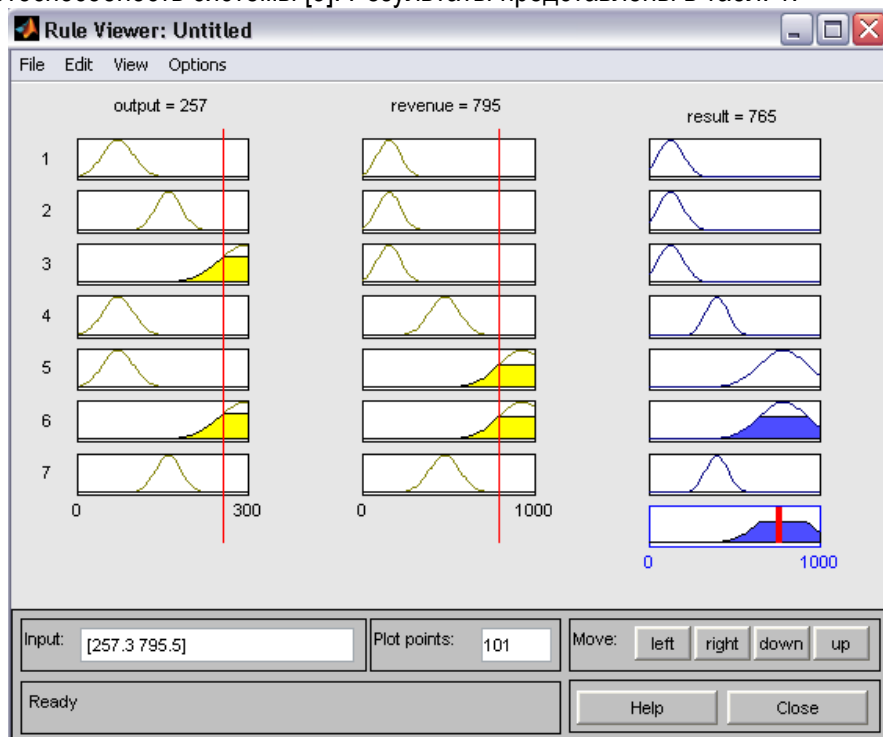


Рис. Окно просмотра правил

Выведем уравнение регрессии, которое связывает выходную и входные переменные, с использованием Excel. В табл. 2 приведены итоги расчета уравнения регрессии, которое имеет вид $R = -29,6 + 0,43x_1 + 0,84x_2$.

Рассчитанная по уравнению величина вознаграждения приведена в последнем столбце табл.1. Сопоставление третьего и четвертого столбцов свидетельствует о близости результатов, полученных методом нечеткой логики и уравнением регрессии, поэтому для оценки вознаграждения можно пользоваться уравнением, расчет по которому значительно проще, чем с использованием инструментария Matlab.

Таблица 1

Расчет вознаграждения

1	2	3	4
x_1	x_2	R	R'
45	132	137	101
255	468	639	475
274	141	136	207
106	305	309	274
169	568	425	523
213	714	718	665
260	405	472	424
20	532	445	428
142	877	691	772
230	214	147	250

Таблица 2

Коэффициенты уравнения регрессии

	Коэфф.	Ст. ошибка
Y-пересечение	-29,57	92,01
Переменная X_1	0,43	0,36
Переменная X_2	0,84	0,13

Библиографический список

1. Кибанов А. Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации. Отбор и оценка при найме, аттестация. М.: Экзамен, 2004. 207 с.
2. Ауман В.А. Отбор способа мотивации персонала на основе нечеткой логики. Шестьдесят восьмая международная студенческая научная конференция ГУАП. СПб.: ГУАП, 2015, С.114–117.
3. Кричевский М.Л. Методы исследований в менеджменте. М.: Кнорус, 2016. 296 с.

УДК 336

Е.О. Баев

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

В.М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

РИСК В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. Статья посвящена такому явлению, как предпринимательский риск. Автор стремится проследить исторический процесс становления теории предпринимательского риска, а также дать характеристику этому явлению. Приведено сравнение взглядов различных школ и отдельных экономистов на предпринимательский риск.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательские риски.

На сегодняшний день по мере развития рыночных отношений предприниматели вынуждены действовать в условиях постоянно меняющейся экономической среды. В таких условиях существует неуверенность и неясность в получении прогнозируемого финансового результата, так как существует риск недополучения доходов или возникновения непредвиденных потерь, что может привести к потере части имущества, неплатежеспособности и, как следствие, к банкротству.

Впервые научный термин «предприниматель» появился в работах известного ирландского экономиста конца 17 и начала 18 в. Ричарда Кантильона. Именно им была разработана первая концепция предпринимательства. По Р. Кантильону, предприниматель – это человек, который действует в условиях риска, а риск возникает при реализации товаров (работ, услуг) в условиях ценовой неопределенности. Он считал, что потери и прибыль предпринимателя являются следствием неопределенности и риска, которые сопровождают его решения. Прибыль и доход предпринимателя зависят от разницы между точной закупочной ценой товаров или факторов производства и той неопределенной ценой, по которой продукт может быть продан. Развитие концепции риска, который, по мнению Кантильона, является важнейшим элементом предпринимательской функции, связано, прежде всего, с исследованиями природы предпринимательского дохода при капитализме. Последователи Ричарда Кантильона придерживались его взглядов в том, что предпринимательский доход или часть предпринимательского дохода являются платой за риск и качественно отличаются от заработной платы и прибыли (дохода) на вложенный капитал. Положение Р. Кантильона в последующем развили французы Р. Торго и К. Бодо. Большой вклад в создание теории предпринимательства внес Адам Смит («труд – истинный источник богатства»)

Немецкий экономист 19 в. Иоганн фон Тюнен, определяя величину предпринимательского дохода, прямо связывал доход или «выигрыш» с появлением предпринимательского риска. К тому же он отмечал, что предприниматель всегда должен брать часть риска на себя, так как не существует страховой организации, которая могла бы застраховать от всех видов риска, связанного с бизнесом. Тюнен в определении величины дохода-вознаграждения отталкивался от того, что предприниматель – носитель риска. Величина дохода-вознаграждения – разница между общей прибылью, которая была получена от ведения хозяйственной деятельности, и суммой процента за инвестированный капитал, такой формулой Тюнен не пытался определить величину прибыли предпринимателя, это была попытка отразить специфичность предпринимательской деятельности.

По Тюнену, сознательный выбор в пользу чреватой риском потерь, неопределенной ситуации отражается в ожидании предпринимателя. Впервые вводится понятие прибылей или вмененных потерь в результате неиспользования альтернативного курса действий. «При таких неравнозначных ожиданиях относительно будущего, – пишет И. фон Тюнен, – что еще могло бы мотивировать его стать предпринимателем, если не то, что вероятность выигрыша будет намного больше, чем потери».

Иоганн фон Тюнен наряду с вознаграждением за предпринимательский риск, выделял вознаграждение за предпринимательское искусство как часть предпринимательского дохода. Предприниматель действовал как инноватор, именно эта мысль лежала в основе данного подхода. Тюнен ограничивал сферу нововведений исключительно производственными улучшениями, которые связаны с введением новой техники. В то же время Тюнен не отмечал связь риска предпринимателя с его инновационной деятельностью. По Тюнену, риск являлся категорией, которая относилась к занятию бизнесом в целом, поэтому определение функции несения риска как исключительно предпринимательской становилось весьма уязвимой для критики.

Далее рассмотрим классическую и неоклассическую теорию предпринимательских рисков.

Большой вклад в развитие классической теории внесли экономисты Н. У. Сениор, Д. С. Милль, А. Смит и другие. Предпринимательский доход они делили на две составляющие: первая составляющая – это плата за риск как возмещение возможного ущерба, а вторая – это процент как доля на авансированный капитал. Экономисты классической теории рассматривали предпринимательский риск только в качестве возможного ущерба вследствие определенных действий предпринимателя. Вопрос о риске как об упущенной выгоде не поднимался.

Неоклассическая теория риска появилась уже в 20-х гг. XX в., представителями которой являются экономисты А.С. Пигу и А. Маршалл.

В рамках этой теории действия предпринимателя обуславливаются «концепцией предельной полезности». Это значит, что если необходимо выбрать один из нескольких вариантов вложения инвестиций, то будет верно выбрать тот вариант, в котором возможные колебания прибыли будут меньше, чем в остальных, даже если абсолютный размер прибыли в этом варианте также меньше. По мнению Альфреда Маршалла, гарантированная прибыль имеет большую ценность, по сравнению с прибылью того же размера, которая связана с возможными колебаниями.

Экономист Д. Кейнс также внес свою лепту в развитие теории предпринимательского риска.

Д. Кейнс отмечал, что предприниматель может подвергнуть себя большему риску ради большей ожидаемой прибыли, в соответствии с этим он ввел такое понятие, как «склонность рисковать». Кейнс считал, что, выбирая из нескольких вариантов, куда вложить средства, необходимо сравнить показатели риска и доходности, а именно соотнести показатели инвестиционного риска и в то же время соотнести нормативы доходности по разным инвестиционным проектам. Основываясь на этом, следует выбрать лучший вариант. Этим Д. Кейнс дополнил неоклассическую теорию, так как она ориентировалась только на показатели риска [1].

В современной российской литературе и в законодательных актах РФ определение предпринимательства также тесно связано с понятием «риск».

Например, в Гражданском кодексе РФ (статья 2) приводится следующее определение предпринимательства:

«Гражданское законодательство реализует отношение между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, или с их участием, исходя из того, что предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [2].

Далее приведем примеры взглядов на предпринимательский риск современных российских экономистов, таких как И.А. Бланк, Т.В. Журко и К.В. Балдин.

Бланк И.А. в своем учебном пособии определяет предпринимательский риск как вероятность наступления события, которое связано с возможными финансовыми потерями или другими негативными последствиями [1].

Журко Т.В. пишет: «предпринимательский риск – это двумерная величина, характеризующая вероятность и объем потерь, вызванных неопределенностью, сопутствующей деятельности организации».

Как видно из определений, Бланк и Журко связывают риск только с наступлением негативных последствий. Но существует и другое мнение.

Согласно ГОСТ Р 51901.21–2012 «Менеджмент риска. Реестр риска» риск следует понимать как «следствие влияния неопределенности на достижение поставленных целей». При этом авторами стандарта уточняется, что под следствием влияния неопределенности следует понимать отклонение от ожидаемого результата или события как позитивное, так и негативное [3].

Балдин К.В. пишет: «предпринимательский риск – это баланс возможных доходов и убытков, баланс подверженности и неподверженности опасностям потерь, который обеспечивается самим предпринимателем» [4].

Из этих определений следует, что риск рассматривается не как вероятность (угроза) недополучения предприятием доходов, потери ресурсов или появление дополнительных незапланированных расходов, а как вероятность отклонения от ожидаемого результата как негативное, так и позитивное.

В настоящее время наиболее масштабно используются следующие теории риска: модель оценки стоимости опционов, авторами которой являются Скоулз, Мертон и Блэк, модель оценки стоимости финансовых активов Линтнера, Шарпа и Моссина, «современная портфельная теория» Тобина, Марковица.

В условиях командной экономики и системы централизованного планирования и управления в нашей стране изучение экономических рисков, в том числе и предпринимательских, объявили ненужным, но в период перехода к рыночным отношениям риск становится очень важным структурным элементом предпринимательства.

Большое количество многих предпринимательских решений в России имели негативные последствия из-за неумения правильно дать оценку предпринимательским рискам, это подтолкнуло к пониманию необходимости исследования этой дисциплины. Сегодня интерес к изучению предпринимательских рисков возрастает, и, очевидно, эта тенденция продолжится, так как в условиях развития рыночных отношений существует необходимость оценки предпринимательских рисков и в управлении ими.

Библиографический список

1. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами. М.: Омега-Л, 2011. 768 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) с изм., внесенными Федеральным законом от 31.01.2016 N 7-ФЗ.
3. ГОСТ Р 51901.21-2012 Менеджмент риска. Реестр риска. Дата введения: 01.12.2013, М: Стандартинформ, 2014 г. 12 с.
4. Балдин К.В., Воробьев С.Н. Управление рисками. М.: Юнити-Дана, 2012. 511 с.
5. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций. М.: Дашков и К, 2014. 880 с.

УДК 336

Е.О. Бает

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э.И. Крылов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ХЕДЖИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ В ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Статья посвящена хеджированию финансовых рисков. В рамках данной статьи рассматриваются финансовые инструменты, с помощью которых осуществляется хеджирование, а именно форвардные контракты, фьючерсные контракты и опционы.

Ключевые слова: хеджирование, финансовые риски, фьючерсный контракт, форвардный контракт, опцион.

Хеджирование является особой формой страхования имущественных интересов и представляет собой комплекс мер, которые дают возможность ограничить риск финансовых действий, возникающий в результате воздействия различных факторов, таких как изменения курса валют, процентных ставок, цен на сырье и товары.

Шапкин А.С., Шапкин В.А. в своей книге пишут: «хеджирование – это процесс уменьшения риска возможных потерь». У компании есть выбор: хеджировать все свои риски, не хеджировать их или хеджировать частично. Если предприятие не хеджирует свои риски, то это может иметь следующие причины: либо оно просто не знает о существовании рисков или о возможностях их снижения, либо полагает, что процентные ставки, цены на товары, обменные курсы изменятся в его пользу или останутся прежними [1].

На практике многие предприятия отдают предпочтение частичному хеджированию финансовых рисков. Если компания считает, что ситуация изменится в ее пользу, она не хеджирует риск, а если считает, что изменения произойдут в негативную сторону – риск хеджируется.

Одной из причин, почему предприятия не используют полное хеджирование, являются ощутимые затраты на премии опционов и на вознаграждения брокерам.

Существует стратегия, когда риски страхуются только после того, как процентные ставки или валютные курсы достигли допустимо-предельных показателей для предприятия. По нашему мнению, данная стратегия наиболее предпочтительна, так как предприятие снижает затраты на хеджирование рисков, избегая ситуаций, когда процентные ставки, валютные курсы, цены на товары не терпят изменений или меняются в выгодную сторону, в то время как риск уже застрахован.

Далее рассмотрим финансовые инструменты, с помощью которых осуществляется хеджирование финансовых рисков.

Форвардный контракт представляет собой обязательное для исполнения внебиржевое соглашение между продавцом и покупателем о поставке предмета контракта на определенную дату в будущем, при этом валютный курс, цена товара и другие условия фиксируются при заключении сделки. Предметом контракта могут являться различные активы, такие как облигации, акции, валюта, товары и т.д. Заключение форвардного контракта в абсолютном большинстве случаев заканчивается настоящей покупкой или продажей актива, в отличие от фьючерсного контракта.

Фьючерсный контракт (фьючерс) является срочным биржевым соглашением купли-продажи базового актива, при заключении которого покупатель и продавец договариваются только о сроках поставки и о цене. Другие параметры, такие как упаковка, качество, количество и т.д., отражены заранее в спецификации биржевого контракта. Продавец и покупатель несут перед биржей обязательства, вплоть до исполнения фьючерсного контракта. Биржа в данном случае выступает в роли посредника между продавцом и покупателем.

Можно отметить, что главным отличием данных производных финансовых инструментов является то, что фьючерсный контракт представляет собой повторяющееся предложение, которое торгуется на бирже, а форвардный контракт – разовой внебиржевую сделку.

В момент заключения фьючерсного контракта покупки или продажи не происходит, стороны лишь соглашаются купить или продать на определенную дату в будущем некое количество товара. В случае роста цены на фьючерс, покупатель фьючерса получает прибыль, соответственно продавец фьючерса получает прибыль, если цена на него снижается. С фьючерсными контрактами, как и с опционами, связано два типа лиц – хеджеры и спекулянты.

При открытии определенной позиции в соответствии с требованиями биржи вносится первоначальная маржа в виде ценных бумаг или определенной суммы денег. Далее позиция по фьючерсным контрактам каждый рабочий день подвергается переоценке. Разница между ценой фьючерса в данный момент времени и номинальной ценой прибавляется (со знаком минус или плюс в зависимости от изменений цен) к внесенной марже. Владелец счета обязан погасить разницу до конца текущего рабочего дня, если расчетная величина маржи окажется меньше первоначальной, в противном случае Клиринговая палата принудительно закроет позицию. Владелец счета также может закрыть позицию с помощью «противоположной сделки», поставка базового актива не осуществляется и выплачивается дифференциальный доход. Дифференциальный доход представляет собой доход, полученный при поставке по цене, которая отражена в срочном контракте, и одновременной ликвидации позиции посредством противоположной сделки по текущим ценам. Таким образом, фьючерс дает возможность перенести риск с хеджеров на спекулянтов, желающих принять этот риск.

Существует хеджирование продаж и покупкой фьючерсного контракта. Хедж покупателя (длинный хедж) осуществляется путем приобретения фьючерсного контракта, что страхует покупателя от повышения цен на необходимый товар в будущем. Хедж продавца (короткий хедж) осуществляется при помощи продажи фьючерсного контракта, что страхует продавца от снижения цен на его товар.

Также существуют фьючерсные контракты на покупку ценных бумаг, валюты, фьючерсы на процентные ставки и фондовые индексы. Покупатель фьючерсного контракта обязуется купить по контрактной цене (валютному курсу) или, в случае фьючерсов на процентные ставки, взять в долг по определенной процентной ставке. Продавец, таким образом, условно берет на себя обязательство продать по определенному контрактом курсу или дать в долг по определенной ставке [2].

Цены срочного и реального рынков могут отличаться, но не сильно, так как при этом появляются арбитражные возможности, которые практически сразу исчезают из-за высокой ликвидности срочного рынка.

Рассмотрим примеры хеджирования с помощью фьючерсов.

Пример 1. Страхование риска увеличения стоимости сырья с помощью хеджа покупателя (длинного хеджа). Предприятие, которое производит дизельное топливо, осуществило его продажу в феврале с поставкой в апреле. Был заключен форвардный контракт на 2000 баррелей дизельного топлива по цене \$50 за баррель. Нефть, необходимую для производства данной партии дизельного топлива, предприятие планирует закупить в апреле. Цена нефти на текущий момент времени составляет \$30 за баррель, и она устраивает предприятие, но есть предположение, что цена может возрасти, следовательно, возникнут незапланированные убытки. В результате этого предприятие покупает в феврале фьючерс на 2000 баррелей нефти по цене, составляющей \$30,5 за баррель.

Рассмотрим различные сценарии, когда цена на нефть поднялась (опасения предприятия подтвердились), и когда она опустилась (табл. 1).

Таблица 1

Хеджирование покупкой

Сценарии	Стоимость нефти на реальном рынке в апреле, \$	Стоимость нефти на фьючерсном рынке в апреле, \$	Результат на реальном рынке, \$	Результат на фьючерсном рынке, \$	Результат хеджирования покупкой, \$
Цена на нефть снизилась	20	20,2	20000	-20600	-600
	25	25,1	10000	-10800	-800
Цена на нефть выросла	35	35,5	-10000	10000	0
	40	40,3	-20000	19600	-400

Как видно из таблицы, при негативном сценарии (цена нефти выросла до \$35 за баррель), убыток, возникший в результате повышения цен на сырье, на реальном рынке составил \$10000 ($\$60000 - 2000 * \35), а прибыль на фьючерсном рынке составила \$10000 ($2000 * \$35,5 - \61000). Таким образом, реальные потери по сделке покрываются прибылью на фьючерсном рынке. То же наблюдается при цене нефти в \$40 за баррель.

При снижении цен на сырье мы видим, что прибыль на реальном рынке погашается убытком на фьючерсном рынке, но денежные потоки предприятия остались на запланированном уровне.

Пример 2. Страхование риска падения цены на выпускаемую продукцию с помощью хеджа продавца (короткого хеджа). Предприятие, которое производит дизельное топливо, осуществляет его продажу. Цена дизельного топлива на текущий момент времени составляет \$50 за баррель. Предприятие считает, что цена на дизельное топливо в апреле может заметно уменьшиться. В связи с этим оно продает фьючерсный контракт на 2000 баррелей дизельного топлива по текущей рыночной цене \$50 за баррель.

Рассмотрим различные сценарии (табл. 2).

Таблица 2

Хеджирование продажей

Сценарии	Стоимость топлива на реальном рынке в апреле, \$	Стоимость топлива на фьючерсном рынке в апреле, \$	Результат на реальном рынке, \$	Результат на фьючерсном рынке, \$	Результат хеджирования продажей, \$
Цена на топливо снизилась	40	40,5	-20000	19000	-1000
	45	45,2	-10000	9600	-400
Цена на топливо выросла	55	55	10000	-10000	0
	60	59,8	20000	-19600	400

Как видно из таблицы, при негативном сценарии (цена на топливо снизилась до \$45 за баррель) убыток, возникший в результате повышения цен на сырье, на реальном рынке составил \$10000 ($2000 * \$45 - \100000), а прибыль на фьючерсном рынке составила \$9600 ($\$100000 - 2000 * \$45,2$). Таким образом, реальные потери по сделке почти полностью покрываются прибылью на рынке фьючерсов. То же наблюдается и при цене топлива в \$40 за баррель.

При повышении цен на топливо мы видим, что прибыль на реальном рынке погашается убытком на фьючерсном рынке, но денежные потоки предприятия так же, как и в прошлом примере, остались на запланированном уровне.

Далее рассмотрим способ хеджирования финансовых рисков с помощью опционов.

Опционом является контракт, посредством которого продавец за определенную плату, которая называется премией, дает покупателю право продать или купить актив, лежащий в его основе,

по заранее установленной цене и в определенных временных рамках. В качестве актива выступают: валюта, биржевые индексы, фьючерсные контракты, процентные ставки, ценные бумаги, опционы, товары и т.д.

Сумма уплаченной премии является затратами на хеджирование с помощью опциона.

Существуют опционы на продажу и опционы на покупку. Опцион на покупку дает покупателю право, а не обязательство, купить биржевой актив. Опцион на продажу дает покупателю право, а не обязательство, продать актив.

Рассмотрим примеры хеджирования с помощью опционов.

Пример 3. Предприятие, производящее дизельное топливо, вместо того, чтобы осуществлять хеджирование при помощи покупки фьючерса (см. пример 1), покупает опцион, дающий право на приобретение фьючерсного контракта на 2000 баррелей нефти по цене \$30,5 за баррель. Предприятие уплачивает премию за опцион в размере \$100.

Если цена на нефть осталась на том же уровне или снизилась, предприятие от исполнения опциона отказывается, ее убытки составят размер уплаченной премии, а именно \$100.

Предположим, что цена на нефть увеличилась, к примеру, до \$35 за баррель (см. табл. 1), предприятие, исполнив опцион, купив тем самым фьючерс на нефть по цене \$30,5 за баррель и сразу же реализовав его по новой цене (\$35,5 за баррель), получает прибыль в размере \$9900 (\$10000-\$100). Таким образом, оно почти полностью компенсирует убыток на реальном рынке в размере \$10000.

Пример 4. Предприятие, производящее дизельное топливо, вместо того, чтобы осуществлять хеджирование продажей фьючерса (см. пример 2), покупает опцион на продажу фьючерсного контракта на 2000 баррелей дизельного топлива по цене \$50 за баррель. Предприятие уплачивает премию за опцион в размере \$100.

Если цена на дизельное топливо осталась на том же уровне или увеличилась, то предприятие не исполняет опцион и несет убытки в размере уплаченной премии, а именно \$100.

Предположим, что цена на дизельное топливо снизилась до \$45 за баррель (см. табл. 2). Тогда предприятие реализует свое право продажи фьючерса на 2000 баррелей дизельного топлива по цене \$50 за баррель, а затем выкупает фьючерсный контракт по цене \$45,2 за баррель. Таким образом, предприятие получит прибыль от хеджирования в размере \$9500 $((\$50 - \$45,2) * 2000 - \$100)$. Это почти полностью покрывает убытки в размере \$10000, понесенные на реальном рынке.

Знаменитый английский экономист Альфред Маршал считал, что гарантированная прибыль имеет большую ценность, по сравнению с прибылью того же размера, которая связана с возможными колебаниями. Из приведенных примеров видно, что с помощью финансовых инструментов хеджирования можно значительно снизить финансовые риски, связанные с закупками сырья и реализацией готовой продукции. Хеджирование также позволяет увеличить управляемость производством, поддерживать денежные потоки на прогнозном уровне, стабилизировать доход и уменьшить колебания прибыли.

Библиографический список

1. Шапкин А.С., Шапкин В. А., Экономические и финансовые риски. М.: Дашков и Ко, 2012. 544 с.
2. Халл Джон К., Опционы, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты, 8-е издание. М.: ВИЛЬЯМС, 2014. 1072 с.

УДК 331.08

Л.Р.Байгузина

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

М.Н. Титова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

В условиях рыночной экономики одним из решающих факторов эффективности и конкурентоспособности предприятия является обеспечение высокого качества кадрового потенциала. Сутью же кадровой политики является работа с персоналом, соответствующая концепции развития организации.

Необходимо иметь в виду, что работа с персоналом не начинается с вакансии и не заканчивается приемом на работу. Процесс работы с персоналом должен быть построен так, чтобы кратчайшим путем приходиться к желаемому результату в отношении любого вопроса или проблемы в кадровой сфере.

Место кадровой политики в организации показано на рис. 1. Главное внимание стоит уделить элементам кадровой политики организации.

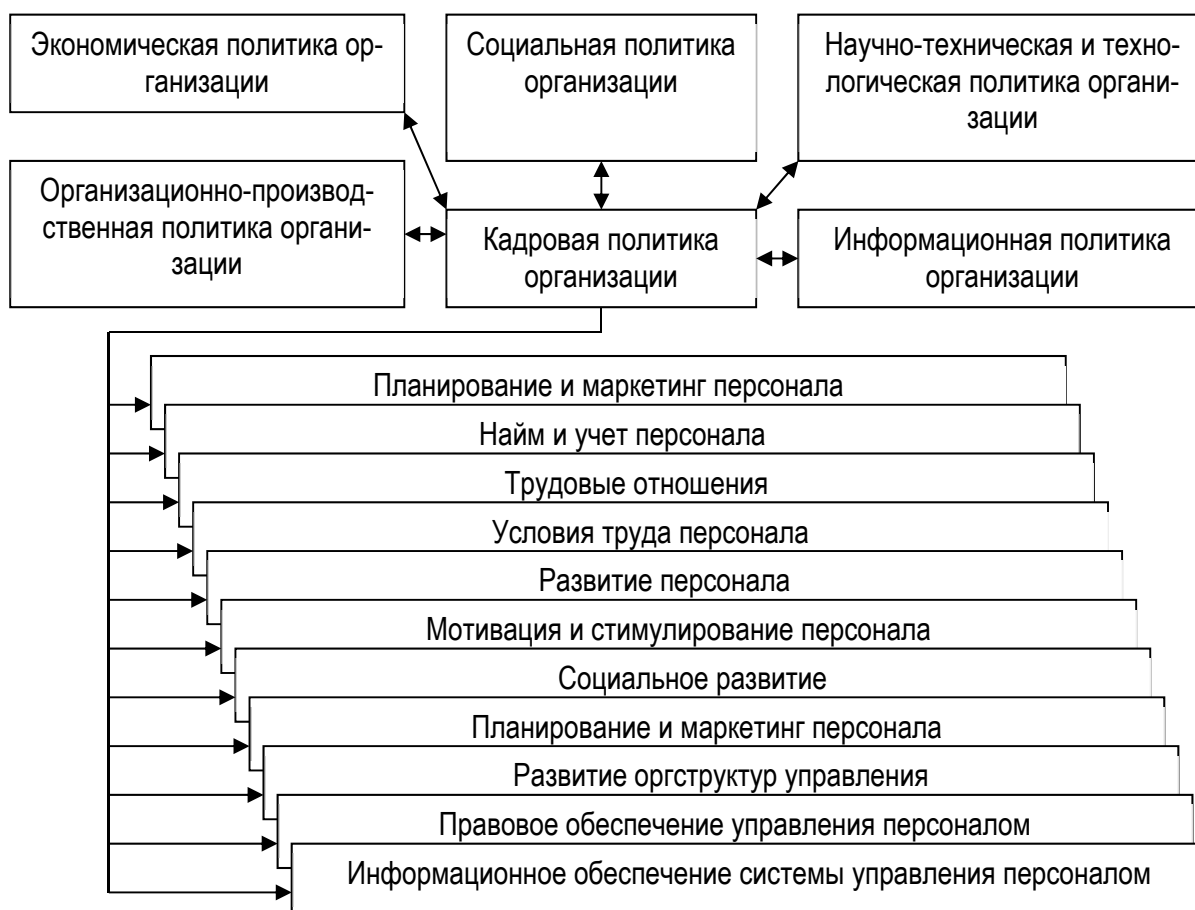


Рис. 1. Место и роль кадровой политики в общей политике [1]

Организационно-штатная политика – это планирование потребности в трудовых ресурсах, формирование структуры и штата, назначения, создание резерва, перемещения.

Информационная политика определяет создание и поддержку системы движения кадровой информации (наличие вакансий, возможности профессионального и карьерного роста, социальные вопросы и т.д.)

Финансовая политика формирует принципы распределения средств, обеспечивает эффективность системы стимулирования труда.

Политика развития персонала – это обеспечение программы развития, профориентация и адаптация сотрудников, планирование индивидуального продвижения, формирование команд, профессиональная подготовка и повышение квалификации.

Оценка результатов деятельности реализуется посредством анализа соответствия кадровой политики и стратегии организации; выявления проблем в кадровой работе; оценки кадрового потенциала.

На кадровую политику в целом, на содержание и специфику конкретных программ управления персоналом влияют факторы двух типов: внешние по отношению к организации и внутренние.

При анализе внешних факторов, прежде всего, необходимо обратить внимание на конкуренцию, структурный и профессиональный состав рабочей силы. Среди внутренних факторов наиболее значимыми являются следующие: [1]

1. Цели предприятия, их временная перспектива и степень проработки. Для предприятий, целью которых является быстрое получение прибыли, требуются совершенно иные «профессионалы», чем для предприятий, ориентированных на открытие множества филиалов с целью развертывания крупного производства; условия труда, т.е. степень требуемых физиологических и психологических условий, месторасположение рабочих мест, продолжительность и структурированность работы, степень свободы при решении задач;

2. Стиль руководства, определяемый максимальным использованием опыта каждого работника, оптимальным взаимодействием членов коллектива, наличием хороших коммуникаций в группах.

3. Перспективы профессионального роста.

4. Стиль управления.

5. Система контроля.

Индивидуально заключенный договор между работником и предприятием является и дополнительным стимулом, и гарантией определенных условий труда.

Вышеперечисленные факторы определяют тип кадровой политики на предприятии.

В условиях рыночной экономики, когда условия внешней среды меняются очень быстро, главным фактором эффективности кадровой политики является ее гибкость и адаптивность. Это возможно при наличии на предприятии высококвалифицированного кадрового потенциала. За годы перехода к рынку стало очевидным, что потенциал работника становится все более явным критическим фактором развития предприятия. Именно гибкость системы управления сможет в XXI веке сделать компанию конкурентоспособной. Управленческие теории нового века будут решать вопрос ухода от штампов.

Таблица 1

Факторы, влияющие на кадровую политику

Период социализма	Переходный период к рынку	Период стабилизации экономики	Период экономического роста (прогноз)
1. Иерархическая структура 2. Культура	1. Иерархическая структура 2. Рынок	1. Рынок 2. Иерархическая структура 3. Культура	1. Культура 2. Рынок 3. Иерархическая структура

На гибкость кадровой политики влияют, в свою очередь, ряд факторов:

- иерархическая структура предприятия (это отношение «власть – подчинение»);
- культура (совместные ценности, социальные нормы);
- рынок (отношения, основанные на купле-продаже продукции и услуг). [4]

Эти факторы на практике редко реализуются в отдельности. Какому из них отдается приоритет, таков и облик экономической ситуации.

По мнению Т.Ю. Базарова, в практике выделяется четыре типа кадровых политик, осуществляемых на предприятии в условиях кризиса:

1. «Пассивная». У руководства предприятия отсутствует четко выраженная программа действий в отношении персонала, и в условиях кризиса на предприятии кадровая работа сводится в лучшем случае к ликвидации негативных последствий. Кадровая служба не имеет прогноза кадровых потребностей и не располагает средствами оценки персонала. В плане финансового оздоровления кадровая проблематика, как правило, отражена на уровне информационной справки о персонале без соответствующего анализа кадровых проблем и причин их возникновения.

2. «Реактивная». Руководство предприятия осуществляет контроль за системами кризисной ситуации (возникновением конфликтных ситуаций, отсутствием квалифицированной рабочей силы для решения стоящих задач, отсутствием мотивации к высокопродуктивному труду) и предпринимает меры по локализации кризиса. Кадровые службы предприятия располагают средствами диагностики. В плане финансового оздоровления, как правило, кадровые проблемы на данный момент выделяются и рассматриваются специально, намечаются возможные пути их решения. [2]

3. «Превентивная». Руководство предприятия имеет обоснованные прогнозы развития ситуации, однако не имеет средств для влияния на нее. Кадровая служба предприятия располагает не только средствами диагностики персонала, но и прогнозирования кадровой ситуации на среднесрочный период. В плане финансового оздоровления содержатся краткосрочный и среднесрочный прогнозы потребности в кадрах.

4. «Активная» (рациональная). Руководство предприятия имеет как качественный прогноз, так и обоснованный прогноз развития ситуации, в то же время имеет средства для влияния на нее. Кадровая служба предприятия располагает не только средствами диагностики персонала, но и прогнозирования кадровой ситуации на среднесрочный и долгосрочный период. В плане финансового оздоровления содержатся краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный прогнозы потребности в кадрах. Кроме того, составной частью этого плана является программа кадровой работы с вариантами ее реализации.

5. «Авантюристическая» (разновидность «активной»). Руководство предприятия не имеет качественного диагноза, обоснованного прогноза развития ситуации, но стремится влиять на нее. Кадровая служба предприятия, как правило, не располагает не только средствами прогнозирования кадровой ситуации, но и диагностики персонала. В план финансового оздоровления включена одновариантная программа кадровой работы.

Вторым основанием для дифференциации кадровых политик могут быть степень открытости организации по отношению к внешней среде при формировании кадрового состава, её принципиальная ориентация на внутренние или внешние источники комплектования. По этому основанию традиционно выделяют два типа кадровой политики – открытую и закрытую.

Открытая кадровая политика, характеризуется тем, что организация прозрачна для потенциальных сотрудников на любом структурном уровне. Новый сотрудник может начать работать как с самой низовой должности, так и с должности на уровне высшего руководства. Такой тип кадровой политики характерен для современных телекоммуникационных компаний или автомобильных концернов, которые готовы «покупать» людей на любые должностные уровни независимо от того, работали ли они ранее в подобных организациях. [3]

1. Закрытая кадровая политика характеризуется тем, что организация ориентируется на включение в свой состав нового персонала только с низшего должностного уровня, а замещение

вакансий высших должностных позиций происходит только из числа сотрудников организаций. Такая политика характерна для компаний, ориентированных на создание определенной корпоративной атмосферы, формирование особого духа причастности, а также, возможно, работающих в условиях дефицита кадровых ресурсов.

Таким образом, общие требования к кадровой политике в современных условиях сводятся к следующему:

1. Кадровая политика должна быть тесно увязана со стратегией развития (или выживания) предприятия. В этом отношении она представляет собой кадровое обеспечение реализации этой стратегии.

2. Кадровая политика должна быть достаточно гибкой. Это значит, что она должна быть, с одной стороны, стабильной, поскольку именно со стабильностью связаны определенные ожидания работника, с другой – динамичной, т. е. корректироваться в соответствии с изменением тактики предприятия, производственной и экономической ситуации. Стабильными должны быть те стороны, которые ориентированы на учет интересов персонала и имеют отношение к организационной культуре предприятия (фирмы).

3. Поскольку формирование квалифицированной рабочей силы связано с определенными издержками для предприятия, кадровая политика должна быть экономически обоснованной, т. е. исходить из его реальных финансовых возможностей.

4. Кадровая политика должна обеспечить индивидуальный подход к своим работникам. [2]

Таким образом, кадровая политика в новых условиях направлена на формирование такой системы работы с кадрами, которая ориентировалась бы на получение не только экономического, но и социального эффекта при условии соблюдения действующего законодательства, нормативных актов и правительственных решений.

Подводя итог, можно сделать вывод, что кадровая политика – это совокупность способов воздействия на персонал для достижения целей компании, позволяющих внести эффективный вклад в исполнение стратегии предприятия и привить персоналу социальную ответственность перед предприятием и обществом. Она является продолжением и внешним проявлением стратегии предприятия в области управления персоналом.

Стоит отметить, что главным объектом кадровой политики предприятия является персонал (кадры). Персоналом предприятия называется штатный состав его работников. К персоналу иногда относят и привлеченных из внешней среды специалистов. Кадры – это главный и решающий ресурс любой организации, основной фактор производства, первая производительная сила общества. Они создают, приводят в движение и совершенствуют средства производства (средства труда и предметы труда). От квалификации персонала, их профессиональной подготовки, деловых качеств в значительной мере зависит эффективность деятельности любой организации.

Библиографический список

1. Зудина Л.Н. Организация управленческого труда. М.: Финансы и кредит, 2008. 562 с.
2. Блинов А.О., Василевская О.В. Искусство управления персоналом: учеб. пособие. М.: Гелан, 2009. 411 с.
3. Пашков А.С., Иванкина Т.В., Магницкая Е.В. Кадровая политика и право. М., 2010. 273 с.
4. Управление персоналом: учебник / под ред. Т.Ю. Базарова и Б.Л.Еремина. М.: Центр кадровых технологий, 2009. 382 с.

УДК 657.01

А.Е. Баранова

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ЭВОЛЮЦИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РФ

В России составлять отчетность «современным» методам консолидации, стали начиная с 1936 г. Ключевой причиной формирования отчетности, объединяющей данные группы компаний, в советский период стала необходимость представления информации для принятия управленческих решений по группам предприятий, объединенных в условиях планового хозяйства. Но среди исследователей нет единого мнения о времени появления консолидированной отчетности в России. Разными авторами указываются периоды времени начала составления ее, на практике отличаются более чем на два десятилетия. При поисках ответа на поставленный вопрос рассмотрим работы профессора М.И. Кутера, который в большинстве своих исторических исследований преследует цель отыскания первого в истории события: первого синтетического баланса [10], первого начисления амортизации [11], первой книги системы двойной записи [12] и др.

Определение консолидированной финансовой отчетности дано в Международных стандартах финансовой отчетности (МСФО). Консолидированная финансовая отчетность – это финансовая отчетность группы, в которой активы, обязательства, капитал, доходы, расходы и потоки денежных средств материнского предприятия и его дочерних компаний представлены как активы, обязательства, капитал, доходы, расходы и потоки денежных средств единого субъекта экономической деятельности. Именно по МСФО в силу Федерального закона от 27.07.2010 N 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» (далее – Закон N 208) в настоящее время составляется указанная разновидность бухгалтерской отчетности в РФ.

Рассмотрим этапы эволюции в новейшей истории регулирования консолидированной финансовой отчетности в России на примере статьи «Эволюция регулирования консолидированной финансовой отчетности в России» [2].

1. Национальный – этап применения российских правил бухгалтерского учета (РПБУ) 1991/1992 гг. – 1998 г., регулирующие документы :

– Положение о бухгалтерском учете и Положение о бухгалтерском учете и отчетности в Российской Федерации (утв. Приказом Минфина России от 26.12.1994 № 170) (далее – Положение № 170);

– Порядок отражения в бухгалтерском учете отдельных операций, связанных с введением в действие части первой Гражданского кодекса Российской Федерации (утв. Порядком № 81);

– Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации (утв. Приказом Минфина России от 29.07.1998 № 34н) (далее – Приказ № 34н);

– Методические рекомендации по составлению и представлению сводной бухгалтерской отчетности (утв. Приказом Минфина России от 30.12.1996 № 112) (далее – Методические рекомендации № 11)

2. Смешанный (переходный) – этап применения РПБУ или МСФО 1999 г. – 2011г. регулирующие документы:

– Методические рекомендации по составлению и представлению сводной бухгалтерской отчетности (утв. Приказом Минфина России от 30.12.1996 № 112 с учетом изменений Приказа Минфина России от 12.05.1999 № 36н «О внесении изменений и дополнений в Методические рекомендации по составлению и представлению сводной бухгалтерской отчетности, утвержденные Приказом Минфина России от 30 декабря 1996 г. № 112» (далее – Приказ № 36н).

– Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации

Федерации (утв. Приказом № 34н)

3. Международный – этап применения МСФО 2012г – по настоящее время) [2]. Регулирующие документы:

– Закон N 208.Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (далее – Закон № 402).

Анализ мнений российских специалистов по степени соотношения понятий «сводная» и «консолидированная», приводит к выводу, что большинство ученых, в числе которых О.В. Бурлакова [1], В.В. Ковалев и Ковалев Вит.В. [5], С.И. Пучкова и В.Д. Новодворский [6], Т.А. Соколова и О.С. Бородин [9], видят разницу между сводной и консолидированной отчетностью, но при этом по-разному определяют причины этих различий. В то же время такие специалисты, как С.В. Камысовская [4], А.Д. Ларионов, Н.Н. Карзаева и А.И. Нечитайло [8], рассматривают сводную и консолидированную отчетность как синонимы, основываясь, видимо, на том, что долгое время именно таким образом они использовались в российских нормативных документах.

Однако встречаются и иные позиции. Так, Н.В. Горшкова утверждает, что «несмотря на понятийное сходство и общую методологию составления, определение консолидированной отчетности более широкое, чем сводной отчетности» [3]. Оригинальной позиции придерживается М.И. Кутер, который объединил эти два понятия при рассмотрении классификации балансов, предложив термин «сводные (или консолидированные) балансы» [7].

Отличие консолидированной отчетности от сводной состоит в следующем. Консолидация – это объединение индивидуальных отчетностей разных юридических лиц (материнской и дочерних компаний) путем применения специальных методов и приемов. Сводная отчетность (сведение) – это механическое агрегирование отдельных балансов и иных форм структурных подразделений одного и того же юридического лица (как правило, министерства или ведомства).

Сравнительный анализ современных правил составления консолидированной финансовой отчетности и сводной советской отчетности представлен в табл. 1.

Таблица 1

Сравнение правил составления консолидированной и сводной финансовой отчетности

Критерии сравнения отчетности	Сводная советская отчетность трестов и объединений (начиная с 1936 г.)	Современная консолидированная финансовая отчетность
Объем отчетности	Отчетность нескольких юридически самостоятельных предприятий	Отчетность нескольких юридически самостоятельных организаций
Охват отчетности	Юридически самостоятельные предприятия, входящие в тресты и объединения по территориально-отраслевому признаку, принадлежащие государству	Материнская и все ее дочерние компании (самостоятельные юридические лица, которые контролируются материнской компанией). Контроль материнской компании – это возможность определять решения, принимаемые дочерней компанией (как правило, о наличии контроля свидетельствует факт владения более 50% голосующих акций или долей уставного капитала, но могут быть и иные основания)
Принципы формирования	Единство учетной политики, отчетной даты и отчетного	Единство учетной политики, отчетной даты и отчетного периода

Критерии сравнения отчетности	Сводная советская отчетность трестов и объединений (начиная с 1936 г.)	Современная консолидированная финансовая отчетность
	периода	
Методология обобщения данных	Построчное суммирование данных отчетности организаций с элиминированием остатков по	Построчное суммирование данных отчетности предприятий группы, элиминирование остатков по расчетам внутри группы, внутригрупповых доходов и расходов, капиталов дочерних компаний,
Критерии сравнения отчетности	Сводная советская отчетность трестов и объединений (начиная с 1936 г.)	Современная консолидированная финансовая отчетность
	взаимным расчетам предприятий, входящих в трест, внутритрестовых доходов и расходов	отражение капитала материнской компании, гудвилла, неконтролирующей доли участия, нераспределенной прибыли группы
Цели составления	Государственное управление, планирование и статистика	Информирование заинтересованных пользователей о финансовом положении и финансовых результатах группы
Круг пользователей	Органы государственного управления и статистического обобщения – пользователи макроуровня	Акционеры и инвесторы – пользователи микроуровня

Сравнительный анализ правил составления двух видов отчетности показывает их сходство. Отличием сводной отчетности трестов и объединений 1936 г. от современной консолидированной отчетности являлось то, что единственным собственником и инвестором предприятий, отчетность которых обобщалась в сводной отчетности, выступало государство. Это объясняет отсутствие в советской отчетности по группам хозяйствующих субъектов таких показателей, как гудвилл, неконтролирующая доля участия, нераспределенная прибыль группы. Это же являлось причиной отсутствия в методике составления сводной отчетности правила элиминирования капитала дочерних компаний. Сказанное позволяет утверждать, что методология составления сводной отчетности по трестам и объединениям предприятий, которая применялась в СССР начиная с 1936 г., являлась аналогичной современной консолидированной отчетности, с одним исключением – отсутствием правила элиминирования капитала дочерних компаний.

Появление практики составления такой отчетности в советский период стало закономерным итогом развития российской отчетности в предшествующий период, а ее особенность определялась тем, что она являлась частью единой системы советской отчетности, которая просуществовала практически до конца XX в.

Несмотря на то, что в России введено правило формирования консолидированной отчетности по МСФО, говорить о завершении процесса развития этой отчетности в нашей стране пока еще преждевременно. Остались нерешенными проблемы методологического обеспечения применения МСФО в части так называемых необязательных компонентов выпуска стандартов и разъяснений (основ для выводов, руководств по применению, иллюстративных примеров), которые на сегодняшний день в нашей стране не введены в информационное поле в официальном порядке.

Библиографический список

1. *Бурлакова О.В.* Современные методологические проблемы консолидированного учета. М.: Бухгалтерский учет, 2008. 368 с.
2. *Генералова Н.В., Карельская С.Н.* Эволюция регулирования консолидированной финансовой отчетности в России // *Международный бухгалтерский учет.* 2014. № 29. С. 13 – 28.
3. *Горшкова Н.В.* Историческое развитие консолидированного учета и отчетности в Российской Федерации // *Международный бухгалтерский учет.* 2012. № 16. С. 2 – 6.
4. *Камысовская С.В.* Бухгалтерская финансовая отчетность по российским и международным стандартам. М.: КноРус, 2007. 248 с.
5. *Ковалев В.В., Ковалев Вит.В.* Анализ баланса, или Как понимать баланс. М.: Проспект, 2009. 448 с.
6. *Консолидированная отчетность: учеб. пособие / под ред. Н.П. Кондракова.* М.: ФБК-Пресс, 1999. 224 с.
7. *Кутер М.И.* Теория бухгалтерского учета: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2006. 592 с.
8. *Ларионов А.Д. и др.* Бухгалтерская финансовая отчетность. М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2005. 208 с.
9. *Соколова Т.А., Бородин О.С.* Консолидированная отчетность и ее нормативно-методическое обеспечение // *Право и экономика.* 2012. № 9. С. 58–62.
10. *Кутер М.И. и др.* Первые синтетические балансы – идеология вуалирования учетных данных // *Международный бухгалтерский учет.* 2012. №38. С. 56–64.
11. *Кутер М.И., Делиболтоян А.Э.* Первый опыт расчета амортизации в системе двойной бухгалтерии // *Международный бухгалтерский учет.* 2011. № 25. С. 62–67.
12. *Кутер М.И. и др.* Кубанский университет исследует бухгалтерию муниципалитета Генуя за 1340 г. // *Экономика устойчивого развития.* 2011. № 7. С. 75–81.

УДК 330

А. Д. Батракова

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э.И. Крылов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

**ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА ПОЛНУЮ СТОИМОСТЬ ЖИЛЬЯ,
ПРИБРЕТЕННОГО ЗА СЧЕТ КРЕДИТНЫХ РЕСУРСОВ БАНКА**

Аннотация. Исследовано воздействие инфляции на рынок недвижимости на основе анализа изменения процентных ставок по ипотечным кредитам. Рассмотрен пример ипотечного кредита, проанализирована переплата по ипотеке с учетом инфляции и роста цен на недвижимость.

Ключевые слова: инфляция, ипотека, кредитные ресурсы банка, ипотечный кредит, цены на недвижимость, стоимость жилья.

Без решения социально-экономических задач, а именно: повышение доступности жилья для населения России, увеличение доли собственников жилья; стабилизация общества – невозможна. Для решения этих задач необходимо сформировать рыночную систему жилищного финансирования, которая сможет позволить удовлетворить платежеспособный спрос населения на жилье.

В условиях сокращения бюджетного финансирования строительства и обеспечения населения жильем основным источником средств, для приобретения жилья становятся доходы граждан

и кредиты банков, как это происходит в большинстве экономически развитых стран мира. Важнейшая роль в системе жилищного финансирования отводится ипотечному жилищному кредитованию.

Ипотечный рынок в России достаточно молод по сравнению с рядом западных стран. Российская ипотека прошла очень серьезный путь. Ее активное развитие началось лишь в 2005 г. Объем выдачи ипотечных кредитов составил 56 млрд руб. С 2005 г. более 4 млн российских семей смогли улучшить свои жилищные условия при помощи ипотечного кредитования.

На рынок недвижимости оказывает воздействие инфляция, как макроэкономический фактор она проявляется через повышение процентных ставок по ипотечным кредитам, или кредитам, предоставляемым строительным и девелоперским организациям для нового строительства объектов недвижимости[1].

Однако если инфляция находится на естественном уровне и не превышает 10-12% в год, никакой угрозы для лиц, оплачивающих жилищные займы, она не несет. Более того, при условии индексации заработной платы по ее уровню ваша кредитная нагрузка будет постепенно уменьшаться ввиду того, что доля бюджета, которую вы затрачиваете на платежи в банк, будет снижаться. Следует отметить, что при растущей инфляции реальная доходность инвестиций в недвижимость значительно снижается, а поскольку будущие темпы экономического состояния и роста экономики могут быть неопределенными, инвесторы стараются компенсировать эти риски либо увеличением ставок по кредитам, либо снижением доли заемного финансирования в структуре инвестиций нового строительства. Теперь посмотрим, что будет при резком скачке цен. Предположим, что ваш ежемесячный заработок составляет 50 тыс. рублей, 17 тыс. из которых идут на расчеты по кредиту, а оставшуюся часть вы тратите на хозяйственные нужды в виде продуктов питания, одежды и оплаты коммунальных услуг. Представим что за месяц цены выросли на 15%. Если вы хотите сохранить прежний уровень жизни то ваши затраты составят не 33 тыс. руб., как это было раньше, а 37 950. Соответственно вы будете стоять перед выбором: жить как прежде или затянуть пояса и продолжить исправно оплачивать ипотеку. При развитии дальнейших событий по наихудшему сценарию вы не сможете продолжать взятые на себя кредитные обязательства и будете вынуждены продать квартиру, обремененную ипотекой.

Процентные ставки по первоклассным и ипотечным кредитам остаются низкими до тех пор, пока на рынке не происходит резкого скачка темпов роста инфляции. После резкого скачка инфляции волатильность многих финансовых активов на рынке резко возрастает, и инвесторы повышают процентные ставки по кредитам, закладывая в них определенные риски, относительно возросших инфляционных ожиданий[3].

Рассчитаем переплату по ипотечному кредиту.

Для всех расчетов возьмем программу Альфа Банка на приобретение квартиры на вторичном рынке с предоставлением справки о доходах формы 2 НДФЛ:

- стоимость квартиры будет 3 млн руб.;
- первый взнос – 15% или 450 тыс. руб.;
- в итоге в кредит уйдет 2 550 тыс. руб.;
- оформление сроком на 20 лет;
- ставка по данной программе будет 13,4% годовых;
- ежемесячный платеж 30 604 руб.

Воспользовавшись ипотечным калькулятором Альфа Банка, мы получим, что в итоге с учетом всех комиссий мы отдадим банку 7 345 143 руб.

Переплата составит: 4 795 142 руб. [5].

Цифра кажется просто огромной, на деньги, в итоге отданные банку, можно купить сразу три квартиры.

Сколько на самом деле составит переплата по ипотеке с учетом инфляции и роста цен на недвижимость?

1. Инфляция. Итак, по итогу выплат мы отдадим банку 7 345 143 рублей. Но сколько будет «стоить» эта сумма через 20 лет? Конечно, дать 100%-ный прогноз относительно инфляции на десятилетия невозможно, можно сделать лишь примерный расчет. В последние годы уровень инфляции ежегодно держится около 6,5%, вот этот процент и возьмем для расчета, чтобы понять насколько примерно через 20 лет подешевеет сумма в 7 345 143.

Ежемесячно после внесения платежа в счет погашения ипотечного долга на остаточную задолженность будет влиять инфляция размером $6,5/12=0,5417\%$. И так будет каждый месяц в течении 20 лет, пока ипотека не будет погашена.

В итоге мы получим, что выгода от инфляции составит 3 355 932 руб. Переплата 4 795 142 руб. будет через 20 лет уже казаться меньше на 3 355 932.

С учетом инфляции переплата будет 1 439 210 руб., т. е. квартира, которая сейчас стоит 3 млн, обойдется нам в 4 439 210 руб., именно до этого значения примерно будут обесценены деньги через 20 лет при выбранной нами инфляции.

2. Рост цен на недвижимость. Но кроме инфляции нужно обязательно учитывать и рост цен на недвижимость. Квартира, стоящая сейчас 3 миллиона, через 20 лет может оказаться гораздо дороже. Спрогнозировать повышение квадратного метра также сложно, как и инфляцию, тем более на столь длительный период в 20 лет. В последнее 10 лет рост цен был очень большим, но теперь ситуация сглаживается, рынок недвижимости растет, появляется высокая конкуренция застройщиков, поэтому не будем брать больших цифр для расчета, возьмем 3% в год.

Сейчас квартира стоит 3 000 000 руб.:

- через 1 год $3\,000\,000 + 3\% = 3\,090\,000$ руб.
- через 2 года $3\,090\,000 + 3\% = 3\,182\,000$ руб.
- через 3 года $3\,182\,000 + 3\% = 3\,278\,181$ руб.
- через 4 года $3\,278\,181 + 3\% = 3\,376\,526$ руб.
- через 5 лет $3\,376\,526 + 3\% = 3\,477\,821$ руб.

<...>

- через 20 лет $5\,260\,506 + 3\% = 5\,418\,321$.

Через 20 лет квартира станет дороже на 2 418 321 руб.

Вывод: изначально мы взяли квартиру стоимостью в 3 000 000 рублей в ипотеку, с учетом переплаты она обошлась нам в 7 345 143 руб., но по итогу выплат через 20 лет квартира подорожает и станет стоить 5 418 321 руб., получается, что переплата с почти 5 млн снизится до 1 926 822 руб. Но и эту сумму за 20 лет «съест» инфляция. Постепенно рост цен и инфляция будут «съедать» переплату, да и сам ежемесячный платеж, который на момент оформления кажется большим, через 10-15 лет уже не будет обременительным.

Библиографический список

1. *Артемов С. А.* Система государственного ипотечного жилищного кредитования: монография. г. Энгельс: Наука и образование, 2010. С. 152
2. *Коростелева Т. С., Кириллов А. В.* Развитие системы ипотечного кредитования как инструмента решения жилищной проблемы граждан / «Финансы и кредит» № 9 (489). М., 2012. С. 77.
3. *Косарева Н.Б.* Основы ипотечного кредитования. М., 2013. С. 300.
4. Меркулов В.В. Мировой опыт ипотечного кредитования и перспективы его использования в России // Юридический центр Пресс, 2013. С. 359.
5. <https://alfabank.ru/>

УДК 332.64

А. Д. Батракова

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

В. М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА СТОИМОСТЬ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА

Аннотация. В статье рассматривается изменение стоимости недвижимого имущества под влиянием экологических факторов. Данная задача решается на примере города Москва. Вычисления проводятся из данных о загрязнениях районов города от гидрометеорологической службы и ценах на рынке недвижимости г. Москвы.

Ключевые слова: оценка недвижимости с учетом экологии, влияние экологии на недвижимость, стоимость недвижимости, оценка недвижимости в Москве.

В настоящее время в России оценка стоимости имущества с учетом влияния экологических факторов, не распространена, она развивается в рамках природоохранной деятельности и больше ориентирована на нормативные методы, не связанные с рыночной ситуацией.

Общим принципом экономического поведения является сопоставление затрат и результатов хозяйственной деятельности.

Отсутствие надежных оценок ущерба приводит к тому, что показатели экологического ущерба как результат хозяйствования вообще не учитываются и в связи с этим природопользование выпадает из общей схемы оценки эффективности любой экономической деятельности. Современный анализ и учет влияния экологических факторов на имущество является одной из актуальных проблем для последующей оценки ущерба.

Для разработки экономической политики, принятия оптимальных экономических решений важно знать экономическую ценность природных ресурсов и услуг. Сейчас большинство этих факторов или вообще не имеют цены, или имеют заниженную цену/оценку, что часто приводит к принятию природоёмких, антиэкологических решений. Одним из ярких примеров является отсутствие учета негативных воздействий на окружающую среду при строительстве [2].

Адекватная оценка реальных величин экономического ущерба от экологических нарушений необходима во всех сферах экономики: для оценки ее общей экономической эффективности, отбора инвестиционных проектов всех видов, в том числе проектов природоохранного назначения, внедрения рыночных методов хозяйствования, реализации принципов экологического страхования и так далее.

В терминах оценки недвижимости под экологическим фактором или фактором окружающей среды понимается любое природное явление или качественное состояние окружающей среды и ее отдельных компонентов, а также качественное состояние самих элементов недвижимости, влияющее на рыночную стоимость недвижимости [5].

Можно выделить три класса факторов, которые следует учитывать при оценке стоимости:

1. Факторы, непосредственно влияющие на стоимость недвижимости в настоящий момент времени или могущие изменить ее стоимость после их обнаружения в будущем, если сейчас они не выявлены.

2. Ограничения в использовании недвижимого имущества.

3. Юридические обязательства, связанные либо с осуществлением выплат, либо с проведением работ по ликвидации причиненного ущерба [4].

Рассмотрим данную задачу на примере. В качестве собственника выступает Москва. Недвижимостью является коммерческое жилье, которое строится за счет бюджета города Москвы и реализуется по рыночным ценам.

Так, рыночная стоимость квартир в Москве колеблется в среднем от 600 до 1500 долларов США за квадратный метр. В районах с худшей экологической ситуацией на юго-востоке города рыночная стоимость нового типового жилья в среднем равна 600-700 долларов США за квадратный метр. В западных и юго-западных районах города с лучшей экологической обстановкой и на таком же расстоянии от центра данная величина составляет уже около 800-900 долларов за квадратный метр.

Соответственно, разница, обусловленная представлениями покупателей о состоянии окружающей среды, составляет около 200 долларов за квадратный метр.

Оценим величину влияния на рыночную стоимость квартиры такого неблагоприятного экологического фактора как нахождение рядом промышленного объекта, например ТЭЦ. Известно, что дом, в которой находится квартира, расположен рядом с ТЭЦ. Чтобы оценить эту квартиру, выбираются две квартиры с известными ценами продаж и сходными характеристиками, расположенные в том же районе, но одна из них находится не в непосредственной близости к ТЭЦ, а на некотором удалении, так что данный объект не попадает в зону видимости. Квартира, расположенная вне зоны видимости ТЭЦ имеет стоимость на \$400/кв.м. больше, чем квартира, расположенная рядом. Тогда поправка на вид или местоположение относительно непривлекательного промышленного объекта может быть рассчитана путем сравнения цен для сопоставимых квартир: $\$600 / \$1000 = 0,60$. Таким образом, можно сделать вывод о том, что квартира вне видимости ТЭЦ стоит лишь 60% от цены квартир вблизи ТЭЦ. Чтобы привести в соответствие стоимость сопоставимой квартиры-аналога, со стоимостью оцениваемой квартиры, нужно внести поправку в ее удельную стоимость в размере 60% .

Стоимость оцениваемой квартиры = $\$1000 / \text{кв.м.} * 0,60 = \$600 / \text{кв.м.}$

В Москве в настоящее время отсутствует детальный мониторинг состояния воздуха и иных сред, который бы позволил определить состояние природной среды в точных количественных параметрах применительно к точечному объекту. В основном для характеристики экологического состояния применяются интегральные оценки качества окружающей среды, выраженные качественными параметрами. Данные оценки можно получить по данным наблюдений Московским центром гидрометеорологической службы [3].

Интегральная оценка экологической обстановки, соответствующая 4-уровневой шкале: благоприятная, относительно благоприятная, неблагоприятная, крайне неблагоприятная.

Нам надо оценить стоимость 1 квадратного метра новой квартиры в типовом доме, находящегося в районе с оценкой качества экологической обстановки как относительно благоприятной, например расположенной в Северном округе Москвы. Известно, что стоимость аналогичных квартир, расположенных на таком же расстоянии от центра и от станций метро в Западном районе, отнесенного к экологически благоприятным и Юго-Восточном районе, отнесенного к крайне неблагоприятным составляет в среднем \$1200/кв.м. и \$620 /кв.м.. Исходя из информации центра гидрометеорологической службы присваиваем выбранному элементу сравнения – интегральной оценке экологической обстановки численные значения или баллы и получаем следующую шкалу оценок:

- обстановка благоприятная – 4 балла;
- относительно благоприятная – 3 балла;
- неблагоприятная – 2 балла;
- крайне неблагоприятная – 1 балл.

Получаем, что для Северного округа экологическая обстановка оценивается в 3 балла, для Западного округа – в 4 балла, а для Юго-Восточного – в 1 балл.

Далее находим величину корректировки стоимости квартир, выраженную в удельных единицах, при изменении оценки экологической обстановки на 1 балл (или цену 1 балла) Для этого соотносим разницу в стоимости 1 квадратного метра сопоставимых квартир в Западном округе и Юго-Восточном округе на разницу в баллах оценки экологической обстановки в этих районах [1].

Получаем, что:

$$1 \text{ балл} = (\$1200 - \$620) / (4 - 1) = \$580 / 3 = \$199,3.$$

Эта величина может рассматриваться в качестве корректировки, которую следует внести в цену продажи объектов-аналогов для получения цены оцениваемой квартиры. Для определения скорректированной цены уменьшаем стоимость 1 квадратного метра квартиры в Западном округе на 1 балл $\$1200 - \$193,3 = \$1006,7$ квадратного метра. Таким образом, стоимость 1 квадратного метра оцениваемой квартиры может быть определена в $\$1006,7$ /кв.м..

Из вышесказанного отметим, что для определения стоимости объекта недвижимости с учетом экологических факторов необходима их экспертиза, позволяющая конкретизировать основные параметры качественного состояния окружающей природно-антропогенной среды рассматриваемого объекта. Совокупность экологических факторов, влияющих на стоимость объекта недвижимости, анализируется с позиции как негативного, так и позитивного влияния. С позиции негативного влияния экспертиза должна проводиться на основе анализа окружающей среды по трем основным видам загрязнения: механическое, химическое и физическое. Основная цель природоохранной политики – добиться, чтобы градостроительное развитие, экономический рост, повышение качества жизни происходили без увеличения нагрузки на окружающую среду.

Библиографический список

1. *Грабовый П.Г.* Экономика и управление недвижимостью // ЮНИТИ. 2011. С.300.
2. *Грибовский Е.Н., Иванова Д.С., Львов О.Е.* Оценка стоимости недвижимости. М., 2013. С. 230.
3. *Демин А.С.* Проблемы оценки инвестиций в г. Москве на основе последних нормативных актов местных властей. // Вопросы оценки, № 1, 2013.
4. *Иванова Е. Н.* Оценка недвижимости. М., 2007. С. 450.
5. *Тэлман Л. Н.* Оценка недвижимости. ЮНИТИ. 2015. С.400.

УДК 629.735.33

К.А. Батьканова

Магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Согласно данным АКАР (Ассоциации коммуникационных агентств России) суммарный объем телерекламы с каждым годом снижается, в 2015 г. данный сегмент сократился на 19 %, в то время как объем Интернет-рекламы в период кризиса возрос на 17% в сравнении с прошлым годом [1]. В сложившейся экономической ситуации субъекты предпринимательства постепенно отказываются или сводят к минимуму использование традиционных и дорогостоящих средств распространения рекламы, отдавая предпочтение более эффективному и менее затратному – Интернет-рекламе.

Однако, для отечественных и зарубежных предприятий, использующих Интернет – рекламу в качестве основного средства распространения рекламной информации о товарах и услугах, остается актуальной проблема оценки эффективности Интернет-рекламы: правильно ли была выбрана рекламная площадка, окупилась ли затраты, верно ли было размещено рекламное сообщение, было ли оказано нужное воздействие на потенциальных потребителей.

Особенностью Интернет-рекламы является то, что подавляющее число рекламных сообщений носят текстовый и графический характер. К наиболее действенным способам распространения рекламной информации относят баннеры и контекстные объявления. Эффективность размещения таких видов Интернет – рекламы оценивается несколькими показателями, один из них –

CTR (англ. – click through rate). Данный показатель демонстрирует соотношение числа пользователей, которые кликнули на рекламу, к числу показов рекламного объявления на сайте. Несмотря на популярность его использования, среди владельцев рекламных площадок, он имеет значительный недостаток – не учитывает пользователей, нажавших на рекламное сообщение случайно, и тех, кому не интересна рекламируемая продукция [2].

Еще одним показателем эффективности рекламы является СВТ (англ. – click to buy), он отражает число пользователей, принявших предложение о покупке, среди общего потока покупателей и тех, кто кликнул на рекламное сообщение, но рассчитать данный показатель можно лишь в том случае, если рекламируемый сервер имеет механизм прямых Интернет-продаж.

Показатель CPV (англ. cost per vision) принимает в расчет реальное количество человек зашедших на сайт, а не только количество кликов, но для данного показателя необходимы дополнительные статистические данные о движении покупателя по рекламной площадке, которые можно получить лишь при наличии специального программного обеспечения [3].

Оценку эффективности Интернет-рекламы можно провести с помощью бесплатных сервисов, предоставляющих детальные статистические данные о посещениях пользователями различных Интернет-ресурсов. Наиболее популярными системами веб-аналитики в России считаются Яндекс.Метрика и Google Analytics. Несмотря на схожесть функциональных возможностей, обе системы имеют ряд существенных различий в отображении информации и методах составления отчетности, что приводит к затруднениям в процессе интеграции данных.

Основным преимуществом Яндекс.Метрика, является ее функциональное объединение с крупнейшей системой размещения контекстных объявлений и сервисом выбора товаров и места их покупки на российском рынке: Яндекс.Директ и Яндекс.Маркет. Яндекс.Метрика позволяет не только измерять конверсию сайта и представленной на нем рекламы, но и производить оценку посещаемости веб – сайта, получать информацию о наиболее и наименее популярных веб – страницах. Данный сервис включает в себя, такой действенный инструмент, как мониторинг предполагаемых рекламных целей, позволяющий отслеживать определенные действия пользователей. Система предоставляет возможность задать десять конкретных целей, что способствует получению более полной информации в дальнейшем. Еще одним достоинством сервиса Яндекс. Метрика является оперативность предоставляемых сведений – составление отчета производится без задержек и обновляется раз в пять минут, а функция фильтрации отчетов поможет рассортировать все поступающие исходные данные, такие как URL веб-страницы, IP-адрес посетителей [131].

В июле 2014 г. Яндекс представил усовершенствованную версию Яндекс.Метрику 2.0., однако, эксперты в области маркетинга, веб – аналитики и менеджмента указали на ряд недостатков, имеющихся в обновленной системе [5].

По мнению ведущего маркетолога профессионального Интернет – маркетингового агентства InterLabs Олега Сахно, изменения в дизайне интерфейса произведенные разработчиками, сделали работу Яндекс.Метрики простой и понятной с технологической точки зрения, гибкость отчетов способствовала более легкой кастомизации компонентов, однако, проблема перехода от кода счетчика к статистике осталась не разрешенной.

Михаил Сливинский, занимающий руководящую должность в отделе поисковой аналитики Интернет – магазина электронных товаров Wikimart, отметил, что интерфейс стал более удобным и простым, это делает Яндекс.Метрику интуитивно понятной для пользователей, но по прежнему осталась проблема, связанная с недостаточным количеством атрибуций. Отсутствие рыночных данных, как в Яндекс.Метрике, так и в Google Analytics, делает процесс аналитики неполным, так как одной из задач данного процесса, является отслеживание рыночных трендов, спроса на определенные группы товаров. По мнению Сливинского, возможность интеграции таких процессов с конверсией сайта позволит не только упростить измерение сезонности трендов, но и работу в целом.

Представитель агентства и эксперт по ведению трафиковых проектов в Ingate Digital Agency Григорий Загребельный считает, что перестройка API, произведенная разработчиками и

шифрование рефереров, поможет вывести сервис на новый уровень и отчасти вытеснить основного соперника Google Analytics с Российского рынка. Григорий Загребельный отмечает, что необходимо улучшить функцию сегментирования в Яндекс.Метрике, сделать ее более удобной для пользователей.

Руководитель агентства Roma.net.ua, предлагающего услуги в области маркетинга, Роман Рыбальченко, считает, что обновленная версия сервиса по функциональности ни чем не отличается от старой версии Google Analytics. Единственным преимуществом Яндекс.Метрики, пока остается быстрое предоставление данных и лояльное отношение к высокопосещаемым сайтам.

По мнению менеджера, Интернет-компании, специализирующейся на performance-marketing i-Media, Ивана Малыгина, время загрузки страниц в обновленной Яндекс.Метрика сократилось, добавленные разработчиками функции выбора параметров группировки и сегментации, значительно облегчили процесс обработки данных, однако, по-прежнему остались не разрешенными проблемы, связанные с отсутствием модуля электронной торговли для Интернет – магазинов [6].

Опираясь на мнение экспертов, можно сделать вывод, о том, что обновленная версия Яндекс.Метрика не доведена до совершенства и функционально проигрывает более мощному сервису Google Analytics, изменений в дизайне и интерфейсе для более удобного использования недостаточно, необходимо задуматься о совершенствовании технических возможностей системы.

Ограниченно бесплатный сервис Google Analytics собирает и предоставляет данные о количестве просмотров страницы, посещениях, отказов, помогает определить, с какого устройства был выполнен переход, длительность пребывания на сайте и насколько успешно пользователи проходят все этапы оформления заказа [7]. Так же как и Яндекс.Метрика, система взаимодействует с сервисами контекстной рекламы Google – Google AdSense и Google AdWords [8]. Благодаря многопрофильности и взаимосвязи с подразделениями, система может оперативно формировать отчеты для пятидесяти сайтов одновременно и предоставляет около восьмидесяти различных индивидуально настраиваемых видов отчетности [9]. Однако, несмотря на вышеперечисленные достоинства данной системы, Google Analytics совершенно не адаптирован под русскоязычного пользователя. При работе с сервисом возникают проблемы с кодировками, игнорирование поисковиков Рунета и отказ восприятия рекламных площадок России приводит к искажению статистических данных [10].

Таким образом, можно с достаточной определенностью сказать, что проблемы оценки эффективности Интернет-рекламы связаны с технологическими особенностями средств сбора и анализа информации. Именно поэтому необходимо разработать совершенно новую концепцию оперативного анализа эффективности Интернет-рекламы, которая бы исключала недостатки показателей и систем веб-аналитики. Задача новой концепции будет состоять не только в том, чтобы собирать статистические данные, но и интегрировать их с уже имеющимся, так как ни один из вышеперечисленных сервисов и показателей, не учитывает данные об истории взаимоотношений с клиентами и тип бизнеса, для которого необходимо искать оптимальное сочетание индивидуальных параметров, таких как размер региона, день недели, ключевые слова.

Библиографический список

1. *Егорян Л.Б.* Антикризисные меры: оценка эффективности Интернет-рекламы через систему целей и ключевых результатов // Транспортное дело России. 2015. № 1. С.49-52.
2. *Мальшенко К. Г.* Оценка эффективности рекламной кампании в сети Интернет // European science. 2015. № 3. С. 46–47.
3. *Верховцева О. Н.* Методы оценки эффективности рекламы в Интернете / Верховцева О. Н. // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 37. С. 46 – 47.
4. *Живенков К. А.* Эффективная реклама в Яндекс.Директ. М.: Манн, 2015. 272 с.
5. Официальный сайт сервиса Яндекс.Метрика <https://metrika.yandex.ru/list>

6. Рожкова Ж. Ю. Яндекс.Метрика 2.0: мнение экспертов // SEOnews. 2014. № 6. С. 12-14.
7. Геддс. Б. Google AdWords. Руководство / Геддс. Б.; пер. с англ. Лалаян Е. А. М.: Манн, 2014. 624 с.
8. Официальный сайт сервиса Google Analytics https://www.google.com/intl/ru_ru/analytics/
9. Кошик А. Д. Веб-аналитика 2.0 на практике. М.: Вильямс, 2011. 528 с.
10. Савельева И. П. Оценка эффективности Интернет-рекламы с помощью систем Савельева И. П. веб-аналитики // Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2014. № 3. С. 99–105.

УДК 004

Б.Б. Бергенбеков

магистрант кафедры международного предпринимательства

Ю.Г. Харитонова

(старший преподаватель) – научный руководитель

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МИРОВОГО РЫНКА ИТ

Отрасль информационных технологий на современном этапе является одной из самых динамично развивающихся отраслей мировой экономики. При этом, ИТ-рынок не является самостоятельным рынком, а напрямую зависит от других мировых рынков. Эта зависимость обусловлена тем, что ИТ-рынок по своей сути обслуживает всю экономику: государственный сектор, нефтегазовый сектор, банковский сектор, промышленное производство, предприятия розничной и оптовой торговли, сферу услуг. Следовательно, рост всех этих рынков дает потенциал ИТ-рынку и, наоборот, падение экономики значительно снижает потенциал ИТ-рынка.

Однако, стоит рассмотреть наиболее острые проблемы, носящие структурный, более или менее постоянный характер. Те проблемы, решение которых даст ощутимые подвижки в развитии мирового ИТ-рынка. К таким проблемам можно отнести кадровую проблему [1].

В условиях стремительного роста ИТ-бизнеса и высокого уровня конкуренции проблема поиска квалифицированных специалистов остро стоит во всем мире. Исследование международного рынка труда, проведенного международным агентством Economist Intelligence Unit, показало основные причины, которые провоцируют кадровый голод.

Для анализа исследователи использовали данные опроса, проведенного среди 900 представителей высшего руководства развивающихся рынков Бразилии, Китая, Индии и России, а также развитых рынков Франции, Германии, Японии, Великобритании и США.

Среди негативных факторов отмечают глобализацию ИТ-рынка, неблагоприятную демографическую ситуацию, а также несоответствие уровня образования требованиям, предъявляемым современным работодателем [2].

Одной из причин дефицита квалифицированных кадров является старение рабочей силы. Это явление характерно преимущественно для европейских стран и Японии. Кроме того, в настоящее время образовательным учреждениям становится все труднее успевать за требованиями быстро меняющегося рынка и подготавливать выпускников, обладающих соответствующей квалификацией.

Руководители ИТ-компаний понимают, что эффективная организация управления персоналом является необходимым условием роста бизнеса. Стремительный рост бизнеса и высочайший уровень конкуренции, подлинная «война за таланты» на рынке ИТ-специалистов – вот основные факторы, определяющие сегодня управление персоналом в ИТ-сфере.

Другой явной и очень важной проблемой является ярко выраженная географическая концентрация мировых и локальных ИТ-центров [3].

Безусловным лидером и явной точкой сосредоточения являются США, на долю которых приходится более трети всего ИТ-рынка. Более 60% потребления на мировом ИТ-рынке принадлежит, помимо США, Китаю, Японии, Великобритании и Германии.

Как отдельные локальные центры, можно выделить Бразилию и Индию с их быстрорастущим рынком. Соответственно можно сделать вывод о том, что на мировом ИТ-рынке присутствует проблема поляризации (по части разработки ИТ-продукции и ее использовании), хотя сами ИТ решения очень трудно привязать к какой-либо географической координате. Значит, стоит вопрос поиска и разработки новых мировых ИТ-центров [3,5].

Следующая важная проблема мирового ИТ-рынка – низкая степень доступности ИТ-продуктов для малого и среднего бизнеса. Крупные компании с огромными ИТ-бюджетами относительно спокойно могут позволить себе пользоваться современной ИТ-инфраструктурой, новейшими разработками в области программных решений и аппаратуры. В то время как предприятиям среднего и мелкого звена не всегда удается своевременно обновлять ИТ-оборудование, использовать новейшие сети и так далее. Связано это в первую очередь с высокой стоимостью продукции на ИТ-рынке, вследствие этого большинство средних и мелких предприятий вынуждены использовать устаревшие средства ИТ-инфраструктуры, вчерашнее оборудование с низкой степенью надежности и скорости работы. Из-за этого образуется технологический разрыв между крупными и средними игроками, что ведет к потере конкурентоспособности последних.

Еще одной важной и повсеместной проблемой является защита авторского права на пространстве мирового ИТ-рынка. Более всего, эта проблема касается разработчиков ПО, поскольку результаты именно их работы, наиболее часто подвергаются попыткам незаконного копирования и распространения [4].

Разнообразные организации и международные соглашения, призванные снизить угрозу для прав интеллектуальной собственности, проделывают гигантский объем работы, но, к сожалению, бурное развитие сети Интернет ставит под удар все их старания и стирает границы, между понятиями «чужое» и «мое», превращая все в «общее».

Библиографический список

1. Война за таланты на рынке ИТ-специалистов // Insunrise <http://insunrise.ru/publications/talentwar/> (дата обращения 21.05.16)
2. Проблемы подбора ИТ-персонала // HR-Portal, <http://hr-portal.ru/article/problemy-podbora-it-personala> (дата обращения 20.05.16)
3. Главные проблемы ИТ сферы, с которыми сталкивается малый бизнес этим летом // Смарт Сорсинг, http://smartsourcing.ru/blogs/upravlenie_it-aktivami/826 (дата обращения 21.05.16)
4. Эксперты обсудили проблемы права в сфере ИТ // ВШЭ <http://www.hse.ru/news/science/137683310.html> (дата обращения 20.05.16)
5. Проблемы ИТ-сферы решаются очень медленно // Деловой экспресс, http://www.express.am/article/8_1007/view/problemy-it-sfery-reshayutsja-ochen-medlenno.html (дата обращения 19.05.16)

УДК 33.339.1

Т.З. Бигзаева

Магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор)

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Инновация – нововведение, новая или усовершенствованная продукция или технология, полученная в результате инновационного процесса [1].

Инновационный процесс – научно-исследовательские, опытно-конструкторские, проектно-технологические и экспериментальные работы, а также работы по изготовлению и эксплуатации новой продукции, новых технологических процессов и новых способов организации производства, труда и управления.

Важнейшей составляющей инноваций торгового предприятия является совершенствование технологии торговли, которая представляет собой совокупность работ, обеспечивающих реализацию торгового процесса наиболее рациональными способами в соответствии с конкретными хозяйственными условиями. При подготовке новых технологических процессов учитывают такие условия: вид и тип предприятия торговли, вид торговой структуры, субъект торговли, материально-техническую базу, технологию торговли и торговое оборудование предприятия, технические средства, объект торговли, процессы купли-продажи и товародвижение, торговое обслуживание, состояние рынка, жизненный цикл нововведения [2].

Основная задача нововведений в торговле – обеспечить высокое качество процессов купли-продажи и товародвижения, торгового обслуживания и торговой деятельности в целом, наиболее эффективно использовать здания, торговые площади, торговое оборудование, технические средства, программные продукты, заменять торговое оборудование и технические средства наиболее передовыми видами, совершенствовать организацию торговых процессов и управление ими, создавать необходимые условия для роста производительности труда, снижения затрат и повышения эффективности работы организации в целом.

Нововведения могут сопровождаться всесторонней перестройкой торгового процесса, изменением форм организации торговли, методов планирования, учёта, управления, заменой торговых площадей, оборудования, технических средств, созданием новых, заменой устаревших программных продуктов, информационных систем и технологий, формированием автоматизированной системы управления (АСУ) и т. д.

Анализ инновационной деятельности имеет много общего с анализом инвестиций, так как и в том и в другом случае требуются инвестиционные вложения. Поэтому многие из примеров анализа инноваций нами рассмотрены в методике анализа инвестиционной деятельности. При оценке эффективности как инвестиций, так и инноваций все затраты и результаты приводятся к расчётному году с помощью коэффициентов дисконтирования и наращения.

С развитием современных рыночных отношений обеспечивается непрерывный и динамичный рост конкурентоспособности отечественных товаров за счет использования новейших открытий в различных сферах человеческой деятельности и, в первую очередь, в производстве товаров и услуг.

Инновационная деятельность имеет особое значение в современной рыночной экономике. Инновации обуславливают коммерческие успехи в будущем. Фактически инновации являются, с одной стороны, показателями конкурентоспособности предприятия, с другой, обеспечивают эту конкурентоспособность.

Развитие техники и появление новых технологий определило ведущую роль научно-технических нововведений или инноваций как источников экономического роста. Проблема коммерческого успеха предприятия может быть сформулирована как необходимость концентрации внимания на путях внедрения технологий для решения новых задач.

В этом заключен смысл инновационной политики современного торгового предпринимательства, обеспечивающий эффективность нововведений во всех сферах деятельности. Совокупность различных инновационных процессов определяет инновационную политику торгового предприятия, влияет на текущие и ожидаемые результаты деятельности торгового предприятия.

Управление инновационной деятельностью с целью увеличения инновационного потенциала обеспечивается комплексом мер стратегического планирования развития корпораций и отдельных предприятий, планированием конкретных инноваций.

Инновационная деятельность является объективным условием для развития современного торгового предпринимательства, обеспечения конкурентоспособности предприятий в долгосрочном периоде. Без осуществления инновационной деятельности предприятие не сможет гибко реагировать на изменения внешней и внутренней среды, а следовательно, перестанет эффективно удовлетворять потребителей своей продаваемой продукцией или предлагаемой услугой, что приведет к потере рыночных позиций.

Товарное обращение – неотъемлемый элемент рыночного хозяйствования, определяющий его суть и общественное назначение. Торговый бизнес как опорная составляющая развитых экономических отношений во многом способствует решению главной задачи общественного производства – удовлетворению разносторонних потребностей людей. Именно торговля, реализуя производственную потребительскую стоимость, связывает производство с потреблением и поддерживает баланс между спросом и предложением [2].

Торговые услуги составляют неотъемлемый элемент национального общественного продукта. Среди рыночных услуг наибольшее значение имеют услуги оптовой и розничной торговли, предприятий внедомашнего питания, всех видов транспорта, связи, бытовые услуги, услуги здравоохранения, народного образования и др.

Обособление торговли в отдельную отрасль экономики связано с общественным разделением труда и выделением торгового капитала как части промышленного капитала, что было обусловлено стремлением к более эффективному использованию имеющихся ресурсов.

Торговое дело, или коммерция, многие века является предметом изучения как для предпринимателей, так и для менеджеров (наемных работников).

В России наметилась тенденция к «возрастанию» роли торгового предпринимательства, что, с одной стороны, соответствует общемировой тенденции, с другой – месту и роли торговли в реализации экономических реформ с учетом преобладающей значимости сферы обращения в воспроизводственных процессах на рынке. Торговое предпринимательство развивается в рамках социально ориентированной рыночной экономики с присущими ей многообразием форм собственности, наличием конкурентной борьбы, свободным ценообразованием и экономической самостоятельностью субъектов предпринимательства.

Инновационный подход играет возрастающую роль в развитых странах, и в современной России в условиях развития рыночных отношений и необходимости выхода из кризисных ситуаций эта роль особенно велика.

Возрастающая роль инноваций обусловлена, во-первых самой природой рыночных отношений, во-вторых, необходимостью глубоких качественных преобразований в экономике России с целью преодоления кризиса и выхода на траекторию устойчивого роста.

Движущей силой конкуренции является стимул к инновациям, которые неотделимы от предпринимательства. Именно на основе инноваций удастся использовать более совершенную технологию и организацию производства, повышать качество продукции и услуг, обеспечивать успех и эффективность деятельности предприятия. Решение этих задач требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого является поиск и реализация инноваций.

Что же касается преодоления кризиса и выхода на траекторию роста, то решение этой задачи просто невысказано иначе, как на основе глубоких качественных преобразований во всех отраслях народного хозяйства, осуществления глубокой структурной перестройки экономики, решительного обновления форм и методов работы.

В сфере сервиса инновации позволяют предприятиям не только выжить в условиях конкуренции, но и успешно развиваться. В неблагоприятных экономических условиях многие предприятия сервиса вынуждены проявлять повышенный динамизм и гибкость, быстро реагировать на требования стремительно меняющейся конъюнктуры и потребительского спроса. Необходимо интенсивное совершенствование прежних видов и направлений сервисной деятельности; новые для российского общества виды и направления услуг; разработка оригинальных сервисных продуктов.

Повышенная потребность отечественного сервиса в инновациях ставит перед российскими сервисными предприятиями проблему освоения современных инноваций в организации услуг и формах обслуживания потребителей.

Термин «инновация» ввел в научный оборот Йозеф Алоиз Шумптер в первом десятилетии XX века в своей работе «Теория экономического развития» (1911 г.) [3].

Можно говорить о выработке своеобразного международного стандарта понятия инновации как вполне определенной управленческой категории. Формированию этого международного стандарта во многом способствовали два документа, известные под названиями «Руководство Фраскати» и «Руководство Осло». Понятия инновации, принятого в этих документах, придерживается большинство теоретиков и практиков в области управления. Именно оно взято за основу и при выработке нормативно-правовой базы по инновациям в нашей стране, при разработке концепций, программ, других стратегических документов по инновационной деятельности [4].

В ходе российских реформ предлагается создать рынок, со всеми присущими ему механизмами и функциями, структурами и функциями макроэкономического регулирования для решения вопросов социальной политики, поддержания стабильности и экономической эффективности национального хозяйства. Даже в странах с давно сформировавшейся организационно-экономической системой, совмещение обоих начал порождает известные проблемы. Для российской реформируемой экономики эти проблемы многократно усложняются. Во-первых, российский вариант – это возрождение рыночной системы, которая эволюционным путем формировалась до известных революционных событий начала XX в. и содержала в себе все аспекты национальной специфики. Российский рынок со всеми его специфическими особенностями был разрушен коммунистической экономической политикой. Возрождение экономики в ходе нынешнего реформирования должно быть осуществлено с учетом не только национального, но и мирового опыта. При этом, однако, нельзя забывать, что мировая практика строилась, в основном, на законах экономической эволюции, в ходе которой постепенно формировалось и совершенствовалось нынешнее соотношение организационных форм рынка и государственного регулирования. Самое существенное заключается в том, что даже наиболее эффективные современные модели рыночной экономики – это уже пройденный этап эволюции. Развитые страны в настоящее время ведут поиск новых моделей рыночной системы, способной более эффективно устранять провалы и несовершенства рынка, решать более сложные экономические и социальные задачи. Во-вторых, движение российских реформ затрудняется отсутствием четких критериев эффективности, закладываемых в основу конструирования организационно-экономических форм рыночной системы. Правда, эта проблема не только российская, она представляет сложность для национального хозяйства любой развитой страны мира. Следовательно, в ходе нынешней реформы в России должна быть создана рыночная модель нового типа. Лишь в этом случае российской экономической системе будет обеспечен паритет в будущей мировой экономике [5].

В России в последние годы начали осуществляться экономические реформы, связанные с развитием рыночных отношений, демонополизацией экономики, разгосударствлением и приватизацией собственности, т. е. с возникновением системы современной рыночной экономики. Отсутствует важная особенность системы – ее относительная стабильность, так как в хозяйственной

жизни России все находится в движении, имеет переходный характер. Этот переход, судя по всему, растягивается на десятилетия, и с этой точки зрения переходная (от административно-командной к современной рыночной) экономика может быть названа системой. Опыт показал, что современная рыночная система лучше, чем другие, приспособлена для использования достижений научно-технического прогресса, интенсификации производства и, в конечном счете, для более полного удовлетворения потребностей общества.

Переход России к рыночной экономике продиктовал новые принципы построения оптового звена торговли, потребность в структурной его перестройке и необходимость освоения современных методов работы, соответствующих условиям функционирования потребительского рынка. В новых условиях оптовая торговля должна стать ведущим организатором товародвижения, формировать межотраслевые, межрегиональные и внутрирегиональные хозяйственные связи, оказывать поддержку отечественным товаропроизводителям, обеспечивать контроль за безопасностью и качеством потребительских товаров, формировать альтернативные источники финансового обеспечения процесса товародвижения. Для решения этих задач необходима новая организационная структура оптового звена, включающая оптовые предприятия различной функциональной ориентации.

Библиографический список

1. *Аньшин В. М.* и др. Инновационный менеджмент: многоуровневые концепции, стратегии и механизмы инновац. развития: учеб. пособие / под ред. В. М. Аньшина, А. А. Дагаева. Изд. 3-е, перераб. и доп. М.: Дело, 2007. 19 с.
2. *Какаева Е.А., Дуненкова Е. Н.* Инновационный бизнес. Стратегическое управление развитием: учеб. пособие. М.: Дело, 2010. 171 с
3. Гранкин Н.А. Современная торговля: теория, практика, инновации: II всерос. науч.-практ. конф., 4-20 апр. 2006 г., сб. ст. Пермь: Пермь: Изд-во ПОНЦАА, 2006. 394 с.
4. Елисеев Т.В. Торговые отношения в инновационной экономике: социальные и экономические аспекты: материалы всероссийской научно-практической конференции, 22-23 апр. 2010 г. / Новосибирск: НФ РГТЭУ, 2010. 158 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник. 6-е изд., испр. и доп.. СПб.: Питер, 2010. 442 с.

УДК 65.012.123

А.В. Богданова

магистрант кафедры информационных технологий предпринимательства

Н.В. Макарова

(профессор, д-р пед. наук, канд. техн. наук) – научный руководитель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА PERT ДЛЯ АНАЛИЗА ДЛИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА В СРЕДЕ MICROSOFT PROJECT

Приведен анализ метода определения бюджетного риска в программе Microsoft Project с помощью анализа PERT. Описан метод PERT и его основная суть.

Во многих компаниях используют методологию управления проектами для повышения эффективности ведения проектов. В настоящее время один из более распространенных современных средств управления проектами – Microsoft Project. Он обеспечивает наглядность и быстроту предоставления информации, а также сочетает в себе простоту применения, удобный интерфейс и наиболее необходимые инструменты управления проектами.

В управлении проектами есть проблема, связанная с тем, что исходные данные по длительности работ назначаются приблизительно, это естественно влияет на конечные результаты, которые получаются неточными. Для ликвидации неточностей в Microsoft Project можно применить метод расчета реального срока по методу PERT (Program Evaluation and Review Technique).

Метод PERT представляет собой разновидность анализа по методу критического пути с более критичной оценкой продолжительности каждого этапа проекта. Критический путь – это самый длинный возможный непрерывный путь, принятый от начала события до его полного завершения. Этот путь определяет количество календарного времени, необходимого для выполнения проекта, и, следовательно, любые задержки на критическом пути задержат достижение конечного события, по крайней мере, на то же количество времени.

Этот метод используется, когда сложно задать и определить точную длительность операции, а также выявить действия, за которыми нужен пристальный контроль, так как они могут задержать весь проект. Для этого планирование проекта необходимо детализировать, для чего каждый исполнитель составляет перечень необходимых мероприятий. Затем все мероприятия связываются и выстраиваются в логической последовательности в соответствии с принципом «мероприятие может начаться только тогда, когда...». Далее определяется время выполнения каждого мероприятия: оптимистическое, пессимистическое, ожидаемое и определяются необходимые ресурсы. Во время этой фазы оптимизации определяются приоритеты на основе «цена-качество-скорость выполнения». После начала проекта необходимо контролировать ход выполнения мероприятий в плане последовательности, времени и использованных ресурсов. Любые изменения в ходе работ (опережение графика, непредвиденные задержки и т. д.) также должны быть под контролем PERT.

И так: вместо одной величины продолжительности для работ проекта задаются три оценки длительности:

- оптимистическая (работа не может быть выполнена быстрее, чем за D_{opt});
- пессимистическая (работа не может быть выполнена медленнее, чем за D_{pess});
- ожидаемая (наиболее реальная D_{real}).

Microsoft Project на основании этих данных рассчитывает итоговую длительность (D) каждой задачи, используя весовые коэффициенты: для оптимистичных и пессимистичных показателей – 1/6, для ожидаемых – 4/6 (рис.1) [4]:

$$D = \frac{D_{pess} + 4D_{real} + D_{opt}}{6} \quad (1)$$

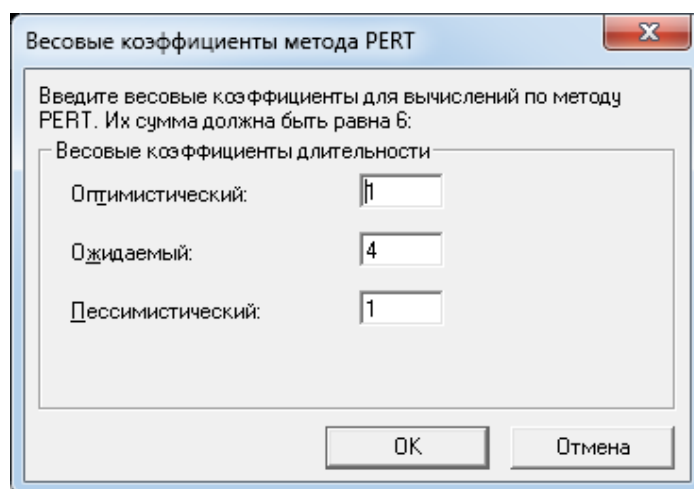


Рис. 1. Весовые коэффициенты метода PERT

Для ввода этих показателей длительности следует вывести на экран панель инструментов «Анализ по методу PERT» и воспользоваться последней ее кнопкой «Лист ввода PERT», после чего ввести все три показателя длительности для всех задач (рис. 2). При этом эти длительности не обязательно должны быть разными для всех задач.

Панель инструментов PERT				
Название задачи	Длительность	Оптимистическая длительность	Ожидаемая длительность	Пессимистическая длительность

Рис. 2. Анализ по методу PERT

Для хранения оптимистической, ожидаемой и пессимистической длительности в Microsoft Project используются Длительность 1, Длительность 2, Длительность 3, поэтому эти поля лучше не использовать в других расчетах [4].

После ввода значений длительности надо нажать кнопку «Вычисления по методу PERT» – будет рассчитана итоговая длительность каждой задачи и соответственно сдвинуты сроки их начала и окончания.

Если по предварительным подсчетам события будут развиваться ближе к пессимистичному или оптимистичному сценарию, можно изменить весовые коэффициенты в формуле (1). Для этого на панели инструментов «Анализ по методу PERT» имеется кнопка «Задание весовых коэффициентов».

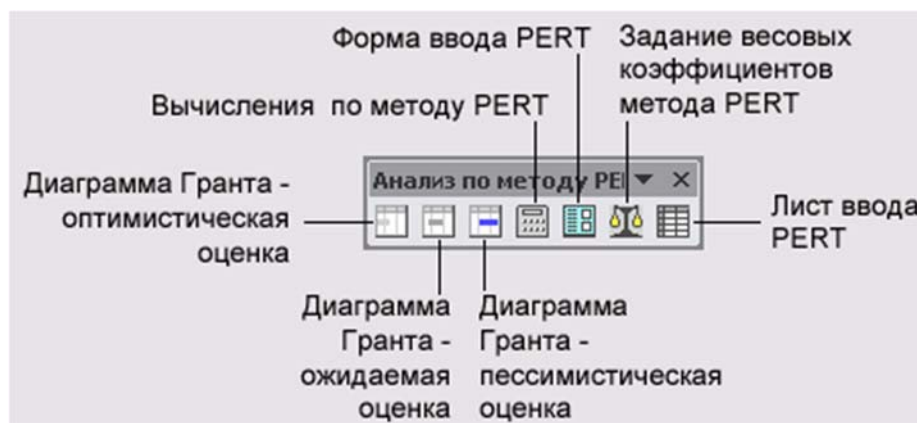


Рис. 3. Панель инструментов для анализа по методу PERT

Исходя из полученного результата, подводится итог обработки по методу PERT. Наглядность метода достигается в том числе и наличием диаграммы Ганта. Чтобы просмотреть диаграмму Ганта для разных версий плана проекта, нужно воспользоваться тремя кнопками на панели анализа по методу PERT.

В качестве примера проведем сравнительный анализ разработки проекта. Менеджер по проектам получил заказ на разработку проекта «Строительство магазина» с указанием предполагаемых ресурсов и длительности реализации проекта, не превышающую трех месяцев.

Для реализации заказа используется программа Microsoft Project, куда вводятся необходимые данные. Затем заполняется Таблица «Лист ввода PERT», количество дней определяется, опираясь на предыдущий опыт разработчиков проекта. Далее необходимо проверить верно ли заполнены поля «Задание весовых коэффициентов метода PERT» и закончить операцию нажатием «Вычисления по методу PERT». После чего формируется следующая таблица.

Результаты обработки по методу PERT

Исходная длительность		Длительность после обработки методом PERT		
Название	Длительность	Оптимистическая длительность	Ожидаемая длительность	Пессимистическая длительность
Открытие магазина	120,33 дней	119,63 дней	118,13 дней	139,13 дней
Подготовка документации	9,42 дней	8,5 дней	7,5 дней	9,42 дней
Выполнение ремонтных работ	85,25 дней	81,5 дней	80,5 дней	85,25 дней
Монтажные работы	59,25 дней	57,5 дней	56 дней	59,25 дней
Прочие работы	30 дней	29 дней	27,5 дней	30 дней
Косметический ремонт	26 дней	24 дней	24,5 дней	26 дней
Заказ оборудования	4,83 дней	4,63 дней	3,13 дней	5,13 дней
Установка оборудования	3,67 дней	3 дней	3,5 дней	5 дней
Набор персонала	9,83 дней	9 дней	9,5 дней	12 дней
Приемо-сдаточные работы	4,67 дней	3 дней	4 дней	9 дней

Анализируя столбцы «Оптимистическая длительность» и «Ожидаемая длительность» разработчик видит, что проект укладывается в срок, и все задачи проекта выполняются верно. Учитывая данные последнего столбца «Пессимистическая длительность», можно сделать вывод, что при неблагоприятном развитии событий проект может не уложиться в сроки.

Учитывая результаты, полученные при использовании метода PERT, заказчик проекта будет точно знать, что требуется делать в каждый момент времени, и кто именно должен это делать, а также какова вероятность своевременного завершения отдельных операций.

Из изложенного следует, что метод PERT по сравнению с другими методами управления проектами имеет ряд преимуществ. Он ориентирован на анализ таких проектов, для которых продолжительность выполнения всех или некоторых работ не удается определить точно, это, прежде всего, внедрение новых систем.

Библиографический список

1. Семенов Г.В., Николаев М.В., Савеличев М.В. Исследование и оценка организационной эффективности систем управления. Казань, 2004. 142 с.
2. Методы анализа сетей: пер. с англ. Филлипс Д., Гарсиа-Диас А. М.: Мир, 1984. 496 с.
3. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК). 4-е изд., 2008. Project Management Institute, Four Campus Boulevard, Newtown Square, PA 19073-3299 USA / США ANSI/PMI 99-001-2008.
4. Дьячкова О. В. Информационные системы и технологии на предприятии. Бизнес планирование в MS Office Project : учеб. пособие для студентов. 2011. 128с.

УДК 657.01

А.А. Будакова

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ПЕРЕХОД БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ В РОССИИ НА МСФО: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С развитием общества во всех его сферах, в частности экономической, принципы ведения бухгалтерского учета непрерывно изменяются и развиваются. Современные условия требуют нового подхода к ведению бухгалтерского учета в организациях и на предприятиях. На данный момент существует ряд проблем, связанных с применением на практике требований ведения бухгалтерского учета, что говорит об актуальности вопроса его развития в современных условиях. Количество проблем, связанных с бухгалтерским учетом в Российской Федерации является достаточно большим. Среди них можно выделить: отсутствие использования в управленческом и финансовом учете автоматизации вычислительных работ, невысокий уровень квалификации специалистов и др. Однако, наиболее актуальной и острой можно назвать проблему сближения российского учета с международными стандартами финансовой отчетности. Ежегодно, в России, проводятся конференции, посвященные данной проблеме [5]. Практике применения МСФО посвящены труды и научные издания таких известных ученых и практиков, как: М.А. Вахрушиной, А.С. Бакаева, О.В. Рожновой, В.Ф. Палия, И.М. Дмитриевой, М.В. Мельник, А.Д. Шеремета, И.В. Аверчева, Ю.А. Бабаева, М.В. Шишкова, М.И. Кутера, С.А. Николаевой, Н.П. Кондракова, В.В. Панкова, и др [4].

В связи с активизацией процесса глобализации мировых экономических систем, международные стандарты финансовой отчетности получили широкое распространение в современном финансовом мире. Необходимость разработки МСФО, как единых правил представления в отчетности результатов хозяйственной деятельности компаний [6], была вызвана, прежде всего, установлением единых требований на международном финансовом рынке [1].

Применять МСФО в России впервые начали в начале 90-х гг. XX в. подразделения международных компаний, которые решили развивать бизнес в России [8]. Первыми российскими компаниями, подготовившими отчетность в соответствии с международными стандартами, были ОАО «Автоваз» и ОАО «Газпром» [11].

В настоящее время, Российские стандарты не отвечают в полной мере потребностям современных пользователей бухгалтерской отчетности – инвесторов, акционеров, финансовых институтов и др. Это связано с тем, что исторически российские стандарты формировались с учетом интересов одного единственного пользователя – государства [3]. Поэтому российская отчетность имеет налоговую и статистическую направленность [2].

На сегодняшний день, несмотря на то, что в России нет ни официального перевода, ни законодательно закрепленного термина МСФО, большинство крупнейших компаний страны работают, основываясь именно на международные стандарты.

Международные стандарты оказывают существенное влияние на формирование учетной информации российских компаний и развитие национального учета. Начиная с 2015 г. организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список и которые составляют консолидированную финансовую отчетность по иным, отличным от МСФО международно-признанным правилам, обязаны представлять и опубликовывать консолидированную финансовую отчетность в соответствии с МСФО.

Перечень организаций, подготавливающих отчетность по МСФО, начиная с отчетности за 2015 г., существенно расширился (п. 2 Федерального закона от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности»). Так, отчетность в соответствии с МСФО необходимо составлять:

- кредитным организациям;
- страховым организациям (за исключением страховых медицинских организаций, осуществляющих деятельность исключительно в сфере обязательного медицинского страхования);
- негосударственным пенсионным фондам;
- управляющим компаниям инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов;
- клиринговым организациям;
- федеральным государственным унитарным предприятиям, перечень которых утвержден Правительством Российской Федерации;
- открытым акционерным обществам, акции которых находятся в федеральной собственности и перечень которых утвержден Правительством РФ;
- иным организациям, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список [12].

Долгое время было принято считать, что международная отчетность необходима только для ее предоставления внешним пользователям. Однако сейчас большинство руководителей пришли к мысли, что отчетность, созданная на основе международных стандартов, необходима им для эффективного управления организацией.

Многие компании не проявляют положительного отношения к переходу на международные стандарты. Одной из основных проблем внедрения на российский рынок международных стандартов является кадровая политика. Международные стандарты финансовой отчетности сложнее российских правил, регулирующих бухгалтерский учет, поэтому финансистам будет необходимо проявить большую профессиональную подготовку [7]. В большинстве российских организаций отсутствуют специалисты, обладающие квалификацией в области применения международных стандартов финансовой отчетности и составлению отчетности. Услуги специалистов, разбирающихся в этих вопросах, стоят достаточно дорого и не многие организации имеют финансовую возможность их нанять. Еще одна проблема касается одного из требований, которое предъявляют по отношению к финансовой отчетности, – требование оперативности представления информации. На подготовку отчетности, по международным стандартам, организация тратит значительное количество времени, из-за чего данные быстро теряют свою актуальность. Бизнес сталкивается также и с другими проблемами внедрения стандартов, обусловленными постоянным их улучшением путем включения многостраничных версий новых стандартов, более подробно описывающих все многообразие операций, с которыми может столкнуться бухгалтер или экономист при применении МСФО в своей компании [10]. Таким образом, документ является достаточно объемным, что делает практическую применимость стандартов затруднительной.

Переход Российского бухгалтерского учета и отчетности на международные стандарты достаточно важен и значим для нашей страны. Так, для привлечения инвестиций в российскую экономику необходимо повысить прозрачность российского бизнеса. Этого можно добиться путем внедрения стандартов, которые будут понятны западным инвесторам. В связи с этим, компания, имеющая соответствующую отчетность, попадает в число наиболее привлекательных, которые при соблюдении прочих условий могут рассчитывать на иностранные инвестиции [9]. Преимуществом перехода к международным стандартам также является и то, что отчетность, трансформированная согласно МСФО, отличается высокой информативностью и полезностью для большого круга пользователей, а также отвечает интересам рыночной экономики.

Так, переход на международные стандарты финансовой отчетности может повлечь за собой как положительные, так и отрицательные последствия для компаний. Среди положительных ас-

пектов – повышение прозрачности, улучшение сопоставимости показателей и, как следствие, увеличение возможностей для анализа их деятельности и облегчение доступа к международным рынкам капитала, привлечение новых инвестиций в экономику страны. К отрицательным факторам внедрения МСФО можно отнести сложность перехода с российских стандартов на международные, рост управленческих затрат на ведение параллельного учета по национальным и международным требованиям, а также трудности трансформации бухгалтерской отчетности. Однако положительных факторов перехода на МСФО больше, чем отрицательных. Главным аргументом в пользу перехода к составлению отчетности на основании МСФО для российских компаний является то, что такой переход должен стать важным шагом на пути обеспечения открытости и прозрачности российских компаний, повышения их конкурентоспособности, снижения стоимости привлекаемых ими заемных средств.

Библиографический список

1. *Бескоровайная С.А.* Стандартизация бухгалтерского учета и финансовой отчетности: учеб. пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 277 с.
2. *Бессонова И. С.* Проблемы развития бухгалтерского учета в современных условиях. Челябинск: Два комсомольца, 2015. С. 58-60.
3. Гетьман В.Г. Успехи и резервы в реформировании бухгалтерского учета в России на основе МСФО // *Международный бухгалтерский учет.* 2008. № 3. С. 4–15.
4. *Заббарова О.А.* Механизм трансформации отчетности российских предприятий в отчетность по МСФО // *Международный бухгалтерский учет.* 2012. №1. С. 11-19.
5. *Миславская Н. А., Поленова С. Н.* Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. 372 с.
6. Никонова И.А. Эффективность и результативность финансовых институтов развития: оценка и управление // *Финансы.* 2015. № 3. С. 54–56.
7. *Палий В.Ф.* Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник. М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 506 с.
8. *Поленова С. Н.* Стандартизация бухгалтерского учета и отчетности. Зарубежный и российский опыт. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. 348 с.
9. *Рожнова О.В.* и др. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник. М.: ИНФРА-М, 2014. 559 с.
10. *Шнейдман Л.З.* Переход на МСФО: состояние и следующие шаги // *Финансы.* 2013. № 1. С. 6–10.
11. *Шогенцукова З.Х., Мирзоева Ж.М.* Способы и первичный опыт формирования отчетности в соответствии МСФО // *Современные проблемы науки и образования.* 2015.
12. Федеральный закон «О консолидированной финансовой отчетности» от 27.07.2010 г. № 208-ФЗ (в ред. от 04.11.2014г.)

УДК 338.012

Е. Д. Булгакова

студент кафедры безопасности высокотехнологичных систем

О. А. Бизина

(асс.) – научный руководитель

СОСТОЯНИЕ ГАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Газодобывающая промышленность является наиболее важной, и, что особенно важно бюджетоформирующей отраслью российской экономики. Она даёт возможность добывать природный газ, осуществлять его транспортировку, хранение и распределение, переработку и обеспечивает более 50 % внутреннего энергопотребления. Россия занимает 1-е место в мире по запасам газа, 2-е место по объемам ежегодной добычи, 2-е место по потреблению газа и обеспечивает 20% мировой торговли данным видом топлива. 70% газа используется на внутреннем рынке, газ обеспечивает выработку 50% электроэнергии в России. Благодаря наличию уникальной газотранспортной системы Россия играет важную роль в обеспечении транзита центральноазиатского газа в Европу и страны СНГ.

Газ – идеальный источник энергии для коммунально-бытового хозяйства, производства и некоторых отраслей экономики. Экономика нашей страны построена и сильно зависима от данной сферы.

По итогам 2014 г. в России было добыто 640 млрд куб. метров природного газа. По сравнению с 2013 г. падение добычи составило 4,2%. На экспорт было отправлено 27,1% всей добычи, что эквивалентно 174 млрд куб. м. топлива. Представим данную информацию наглядно на рис. 1 [1].

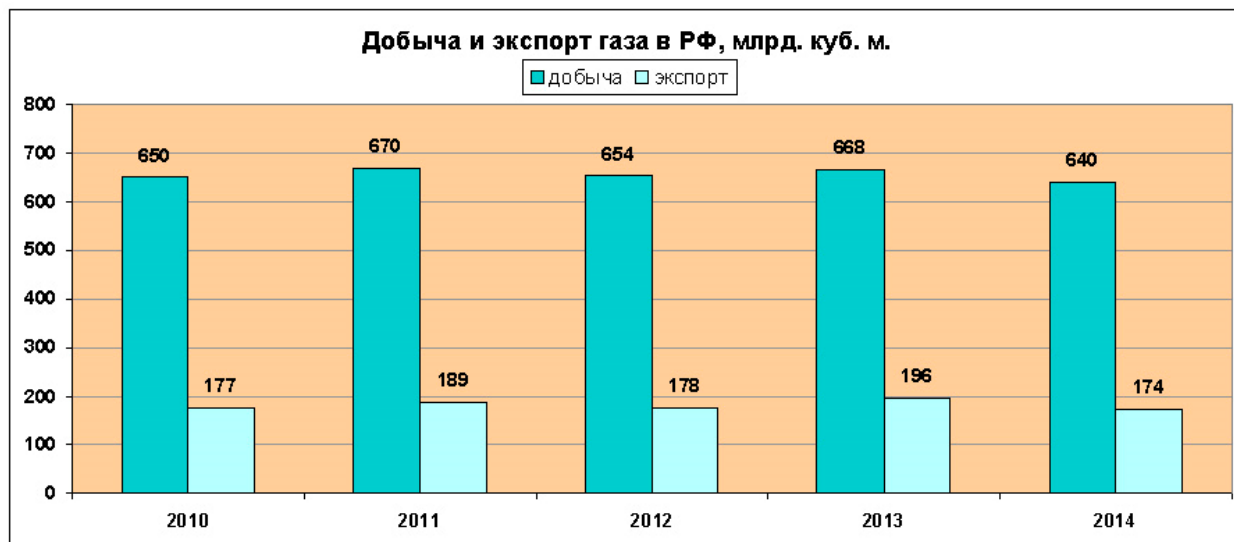


Рис.1. Добыча и экспорт газа в РФ, млрд куб.м.

В газовой отрасли в 2014 г. работало 258 компаний. Из них 97 компаний входили в структуру нефтяных ВИНК, 16 – в структуру «Газпрома», 2 – в структуру «НОВАТЭК», а 140 являются независимыми компаниями. По договору Соглашения о разделе продукции работает 3 компании. Для наглядности представим данные на рис. 2.

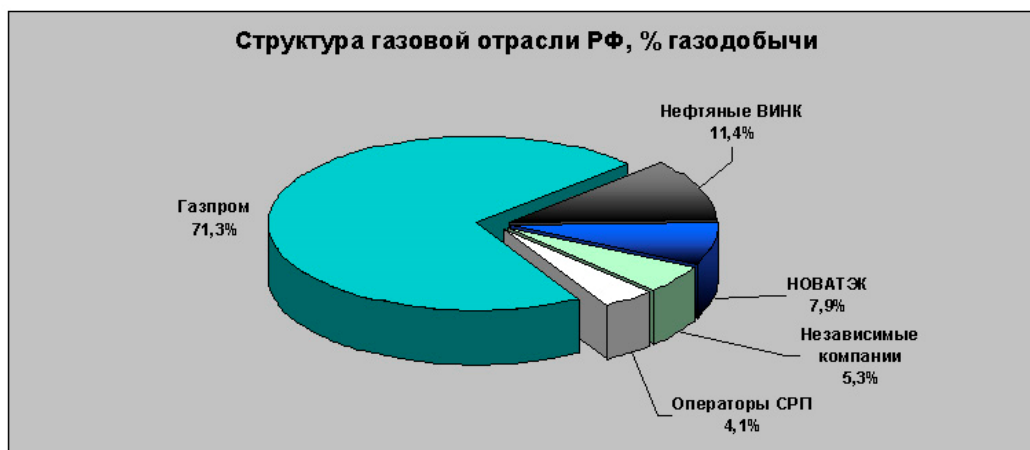


Рис. 2. Структура газовой отрасли РФ, % газодобычи

Работники нефтегазовой промышленности в РФ получают самую высокую заработную плату в стране. Рассчитать среднюю зарплату в отрасли довольно проблематично, так как очень велика разница между оплатой труда различных сотрудников. Рабочие самой низкой квалификации в среднем за месяц получают 60–80 тыс. руб., квалифицированный персонал около 150–180 тыс. руб., а зарплаты руководителей могут достигать до 300–400 тыс. руб. и выше [2].

Анализируя состояние газодобывающей промышленности России, невозможно игнорировать наиболее важное за последнее время событие в экономической жизни страны – это наложение на Россию санкций. Данное событие очень сильно повлияло на экономику России, так например, США и страны Евросоюза ввели санкции в отношении компаний финансового сектора, нефтегазовой отрасли, оборонно-промышленного комплекса, наложили ограничения на развитие инфраструктуры и телекоммуникаций Крыма и Севастополя. Персонализированные ограничения распространяются на отдельные российские организации и ряд лиц. Некоторые другие страны, например Япония и Швейцария, впоследствии в той или иной степени присоединились к введенным ранее санкциям ЕС и США. Стоит отметить, что больше всего от санкций пострадали совместные проекты в нефтегазовой отрасли – западные компании отказываются от «опасного» сотрудничества. Санкции, к примеру, бумерангом ударили по крупнейшей нефтяной компании Exxon Mobil – ей пришлось выйти из совместного проекта с компанией Роснефть по добыче нефти в Северном Ледовитом океане. Поставщики нефтяного оборудования Baker Hughes и Schlumberger также готовы отказаться от проектов с российскими компаниями [3, 4].

Темпы развития нефтегазовой промышленности Российской Федерации во многом зависят от мировых цен на нефть и от поведения на мировом рынке основных конкурентов по добыче нефти – Саудовской Аравии и США. Эти три страны постоянно сменяют друг друга на позиции лидера по добыче нефти. Увеличение в большом объеме добычи нефти Саудовской Аравией и другими членами ОПЕК с низкой себестоимостью добычи, обрушат мировые цены на нефть. В случае, если стоимость барреля нефти достигнет 30 – 35 долларов и надолго закрепится на этом уровне, то нефтедобывающую промышленность США ждет финансовый крах. Чтобы максимально обезопасить себя от колебаний цен на нефть, российские нефтегазовые компании все больше уделяют внимания развитию экспорта энергоносителей в страны Юго-Восточной Азии, Японии, Китая и Индии. Страны этого региона обладают большим экономическим потенциалом и для его реализации вынуждены экспортировать нефть и газ в огромных количествах. Кроме того, очень важным фактором является тот факт, что большинство месторождений нефти и газа находятся в Сибири, откуда транспортировка топлива в Тихоокеанский регион обходится дешевле, чем в Европу.

Единственная проблема, над которой уже начата работа – это слабые мощности нефте- и газотранспортной системы восточного направления. Для решения проблем с транспортировкой уже введен в действие «Восточный нефтепровод» и ведется строительство газопровода «Сила

Сибири». По прогнозам специалистов потребление природного газа Китаем к 2030 г. может достичь 600 млрд куб. м, что превысит потребление газа всех вместе взятых европейских стран. Сейчас же потребление Китая составляет 186 млрд куб. м., а стран Европы – около 540 млрд куб. м. Зависимость европейцев от российского природного газа и нефти очень высока, ведь даже пакет санкций, направленных против экономики РФ, не коснулся экспорта энергоносителей.

Итак, если развитие экономики Юго-Восточной Азии, Китая и Индии будет идти такими же темпами, как сейчас, то европейский рынок сбыта газа и нефти для России станет второстепенным, а основная часть энергоносителей будет направляться на восток. На данный момент экономика РФ зависит от экспорта газа и нефти в Европу так же сильно, как и европейская экономика от импорта этих полезных ископаемых. А в случае переориентации нефтегазовой промышленности России на «восточный вектор», зависимость РФ от экспорта в ЕС снизится, а потребность ЕС в энергоносителях не уменьшится.

Библиографический список

1. <http://www.gazprom.ru/f/posts/05/298369/gazprom-annual-report-2014-ru.pdf> – официальный сайт корпорации ОАО «Газпром».
2. <http://utmagazine.ru/posts/10448-ekonomika-rossii-cifry-i-fakty-chast-6-neftegazovaya-promyshlennost> – статистический сайт газодобывающей; промышленности РФ.
3. <http://altrc.ru/library/50/sanktsii-polnyy-obzor/> – аналитика зарубежных санкций.
4. <http://infoline.spb.ru/upload/iblock> – обзор газодобывающей промышленности РФ.

УДК 336.717

В.В. Быкова

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

М.Н. Титова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА БАНКОВ

На конкурентоспособность банка большое влияние оказывает конкурентная среда, которая определяется структурой конкурентного рынка.

Понятие «конкурентная среда» не имеет единого определения. Так, У.Ж. Алиев и Ж.Е. Шимшиков под конкурентной средой понимают «совокупность всех внешних по отношению к конкурирующей системе условий, факторов и норм, предопределяющих ее реальное поведение, структуру и функции» [1]. При этом они разграничивают «специфическую» конкурентную среду, которая присуща конкретному рынку факторов (численность и динамика конкурирующих субъектов, численность покупателей товаров и услуг и т.п.), и общую конкурентную среду, одинаково воздействующую на все конкурирующие системы [1].

А.А. Жук конкурентную среду определяет как «совокупность взаимодействий (транзакций), осуществляемых рыночными агентами в жестко детерминированных институциональных рамках и направленных на извлечение прибыли путем реализации собственных конкурентных преимуществ» [2].

По мнению В.А. Гордеева и А.А. Кладовой, конкурентная среда – это «совокупность внешних проявлений сущностных характеристик конкуренции, присущей тому или иному рынку в определенный период времени» [3]. Конкурентную среду банка характеризуют количество конкурентов, рыночная доля каждого из конкурентов, тип рынка.

Количество банков в России за последние годы постоянно снижается. В 2015 г. тенденция к уменьшению количества действующих кредитных организаций продолжилась: за 2015 год оно сократилось на 101, до 733, а в 2014 г. на 89, до 834 [11]. При этом кредитные организации неравномерно распределены по территории Российской Федерации (табл. 1).

Российский банковский сектор отличается повышенной концентрацией кредитных организаций, зарегистрированных в Москве и Московской области. Из 733 действующих банков на 1 января 2015 г. 383 зарегистрированы в Москве и Московской области. Здесь также сконцентрировано 59,6 % всех банковских активов (табл. 2).

Для анализа конкурентоспособности и эффективности развития банковского сектора используется понятие «концентрация банковской деятельности». Концентрация банковской деятельности – это показатель, характеризующий степень монополизированности банковского рынка.

Таблица 1

Размещение кредитных организаций по федеральным округам

Федеральный округ	На 01.01.2014		На 01.01.2015		На 01.01.2016	
	Количество	% к итогу	Количество	% к итогу	Количество	% к итогу
Центральный	547	59,3	504	64	434	59,2
В т.ч. Москва и Московская область	498	54,0	459	55	383	52,3
Северо-Западный	70	7,6	64	7,7	60	8,2
Южный	46	5,0	43	5,2	37	5,0
Северо-Кавказский	43	4,7	28	3,4	22	3,0
Приволжский	102	11,1	92	11	85	11,6
Уральский	42	4,6	35	4,2	32	4,4
Сибирский	51	5,5	44	5,3	41	5,6
Дальневосточный	22	2,4	22	2,6	17	2,3
Крымский	-	0	2	0,1	5	0,7
Всего по РФ	923	100	834	100	733	100

Источник: [4]

Таблица 2

Концентрация активов банков по федеральным округам¹, %

Федеральный округ	На 01.01.2014 г.	На 01.01.2015 г.	На 01.01.2016 г.
Центральный	58,8	58,2	59,0
в т.ч. Москва и Московская область	59,2	58,6	59,6
Северо-Западный	67,3	74,1	71,7
Южный	68,6	69,4	68,8
Северо-Кавказский	46,9	64,4	68,5
Приволжский	46,9	52,4	53,6

¹ Отношение суммы активов пяти крупнейших по величине активов кредитных организаций округа к общей сумме активов действующих кредитных организаций округа

Уральский	69,8	70,2	76,6
Сибирский	72,7	79,9	58,7
Дальневосточный	85,1	85,6	86
Крымский	-	100	100
Всего по РФ	52,7	53,6	54,1

Источник: [4]

В Российской Федерации Банком России проводится обзор степени концентрации банковской деятельности на основе расчета [5]:

- доли 200 крупнейших по активам банков в совокупных активах банковского сектора;
- доли пяти крупнейших кредитных организаций в совокупных активах банковского сектора;
- индекса Херфиндаля – Хиршмана (ИХХ).

В 2015 г. сохранилась тенденция к росту показателей, характеризующих концентрацию банковской деятельности. Доля 200 крупнейших по величине активов кредитных организаций в совокупных активах банковского сектора увеличилась и составила 97,2 % (по результатам 2014 г. – 96,5 %). Удельный вес 5 крупнейших банков в активах за 2015 г. вырос с 53,6 до 54,1 % (рис. 1).



Рис. 1. Концентрация активов в российском банковском секторе

На долю 200 крупнейших по величине капитала кредитных организаций по состоянию на 01.01.2016 г. приходилось 95,1 % совокупного капитала банковского сектора (на 01.01.2015 г. – 93,8 %), в том числе на 5 крупнейших банков – 53,5 % (на 01.01.2015 г. – 50,0%) (рис. 2).

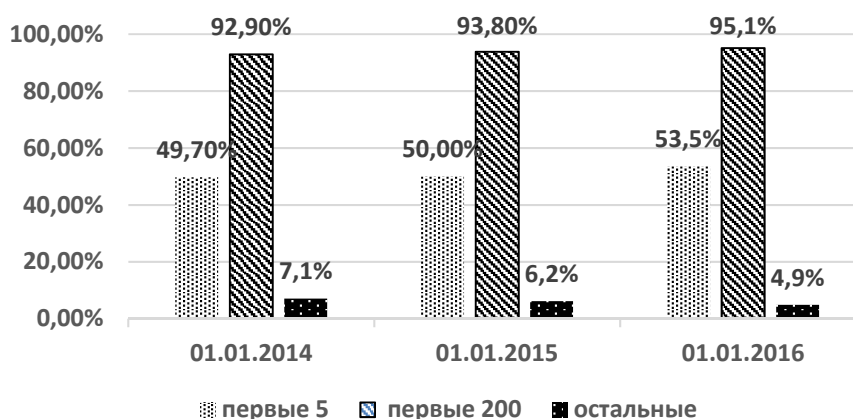


Рис. 2. Концентрация капитала кредитных организаций в российском банковском секторе

Таким образом, на сегодняшний день российский банковский сектор отличается высокой степенью концентрации банковского капитала [5].

Степень концентрации и конкуренции во многом определяется группой банков с государственным участием. В общем числе действующих банков доля финансовых институтов с государственным участием составляет 4,1%, что достаточно немного, но при этом в 2015 году доля активов, которыми владеют эти банки, составила 62,25%, т. е. практически две трети финансового рынка контролируется государством [7].

Процесс увеличения концентрации капитала начиная с 2009 г. стал ускоряться, достигнув в 2015 г. максимальных значений. Это связано с резким сокращением количества банков из-за банкротств или слияний банков.

В Российской Федерации банки с государственным участием занимают лидирующие позиции практически по всем показателям банковской деятельности. При этом значительное превосходство над всеми другими банками продолжает сохранять Сбербанк России (табл. 3), который присутствует в 83 субъектах Российской Федерации и имеет более 16 тысяч отделений по всей стране [8].

Таблица 3

Доли Сбербанка в основных сегментах финансового рынка, %

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Активы	26,8	28,9	29,6	29,1	28,7
Кредиты корпоративным клиентам	32,9	33,6	33,3	35,0	32,2
Кредиты частным клиентам	32,0	32,7	33,5	35,9	38,7
Средства корпоративных клиентов	14,5	17,2	17,2	21,9	25,0
Средства частных клиентов	46,6	45,7	46,7	45,0	46,0

Источник: [8]

По мнению автора, в связи с продолжением кризисных явлений в экономике влияние государства в банковском секторе не уменьшится, а возможно и усилится.

На рынке банковских услуг Российской Федерации присутствуют также банки с участием иностранного капитала. По данным Банка России, на 01.01.2016г. имеют лицензию на осуществление банковских операций 199 кредитных организаций с иностранным участием в уставном капитале (на 01.01.2015г. – 225), из них с иностранным участием в уставном капитале более 50% – 106 (на 01.01.2015г. – 113) [6]. В соответствии с законодательством Российской Федерации иностранные банки не могут открывать свои филиалы в России, но могут иметь доли в российских банках. Величина участия иностранного капитала в банковском секторе не может превышать 50% от общего объема.

Доля банков с участием иностранного капитала в активах банковского сектора в 2015 г. уменьшилась с 13,9 до 13,0 %, а в собственных средствах (капитале) – с 17,2 до 16,7 % [6].

Основные преимущества банков с участием иностранного капитала заключаются в следующем [9]:

- наличие инновационных банковских технологий, позволяющих предоставлять клиентам более обширный перечень банковских продуктов, чем у российских кредитных организаций;
- использование современных методов менеджмента и маркетинга;
- высокий кредитный рейтинг банков с иностранным капиталом, что позволяет им привлекать финансовые ресурсы под меньшие процентные ставки, тем самым повышая их конкурентоспособность.

Таким образом, присутствие на рынке банков с участием иностранного капитала ужесточает межбанковскую конкуренцию.

По результатам проведенного анализа конкурентной среды банковской системы можно сделать выводы:

- концентрация банковского капитала чрезвычайно высока и в то же время чрезвычайно распылена [10];
- уровень конкуренции банковского сектора разный в различных регионах страны (более низкий на периферии);
- одной из особенностей конкурентной среды на рынке банковских услуг в Российской Федерации является участие государства в капитале кредитных организаций;
- на основных сегментах рынка определяющая роль принадлежит государственным банкам.

Библиографический список

1. Алиев У.Ж., Шимшиков Ж.Е. Понятийно-категориальный строй общей теории конкуренции // Теоретическая экономика. 2014. №1. URL: www.theoreticaleconomy.info
2. Жук А.А. Место конкурентной среды в формировании новой экономики XXI века// III Международная научно-практическая конференция «Проблемы формирования новой экономики XXI века» (23-24 декабря 2010 года). URL: http://www.confcontact.com/20101224/3_zhuk.php
3. Гордеев В.А., Кладова А.А. Модификация конкурентной среды банковского рынка в Российской Федерации // Теоретическая экономика. 2015. №4. URL: www.theoreticaleconomy.info
4. Обзор банковского сектора Российской Федерации, Аналитические показатели, февраль 2016. Департамент банковского надзора Банка России. № 160. 75 с. URL: <http://www.cbr.ru/>
5. Концентрация банковской деятельности. URL: http://www.banki.ru/wikibank/kontsentratsiya_bankovskoy_deyatelnosti/
6. Официальный сайт Банка России. URL: <http://www.cbr.ru/>
7. Батаев А. В. Основные направления развития банковского рынка в России и мире// Молодой ученый. 2015. №9. С. 520-526.
8. Годовой отчет ПАО «Сбербанк России» за 2015 год. URL: <http://www.sberbank.ru/>
9. Бабурина Н.А., Куцев А.Г. Банки с иностранным участием в России: реакция на внешние угрозы // Вестник Тюменского государственного университета. 2014. № 11. С. 86-93
10. Баликоев В. З. Определение конкурентности среды банковского сектора России // Банковские системы и финансовые рынки в условиях экономической асимметрии: Материалы IV Банковского форума. НГУЭУ. 2014. С. 4–16.

УДК 336.717

В.В. Быкова

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

М.Н. Титова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БАНКА

Коммерческие банки находятся под воздействием различных факторов, которые оказывают влияние на результаты их деятельности. Факторы могут влиять как в сторону повышения конкурентоспособности банка, так и в сторону ее понижения.

Факторы конкурентоспособности банка – это явления внешней среды или процессы банковской деятельности (кредитной, инвестиционной и др.) наличие которых необходимо и достаточно для изменения критериев его конкурентоспособности (надежность, эффективность банка, привлекательность банковских услуг и другие), а следовательно, и уровня конкурентоспособности банка в целом [1].

Существуют различные научные взгляды на систематизацию разных наборов факторов, влияющих на конкурентоспособность банка, но наибольшую популярность получил подход, который разделяет факторы конкурентоспособности банка на две основные группы в зависимости от его способности оказывать на них влияние: внешние и внутренние факторы.

Внешние факторы – это неуправляемые факторы, т.е. возникновение и интенсивность проявления их не зависит от деятельности банка, но, не смотря на это, банк должен их учитывать, так как их воздействие на уровень конкурентоспособности значительно.

Внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность банка, формируются непосредственно в банке и характеризуют качество управления ими, уровень финансового менеджмента, эффективность внутреннего контроля и адаптации банка к условиям внешней среды. Внутренние факторы конкурентоспособности являются управляемыми. Они могут быть оптимизированы, так как они зависят от принимаемых управленческих решений.

Внешние и внутренние факторы оказывают друг на друга взаимное влияние.

П.Ф. Колесовым предложена классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность коммерческих банков, при которой факторы внешней среды он разделяет на мегауровень (мировое хозяйство), макроуровень (государство), мезоуровень (город и регион) и микроуровень (банк) (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на конкурентоспособность коммерческого банка

Внешние факторы (неуправляемые)	
Факторы мегауровня (мировое хозяйство)	- глобализация; – состояние мировой экономики кризис или подъем.
Факторы макроуровня (государство)	-государственное регулирование; – состояние реального сектора экономики; – состояние рынка ссудного капитала, рынка инвестиций и денежного обращения.
Факторы мезоуровня (город и регион)	-уровень жизни населения региона; – развитость банковской инфраструктуры региона.
Факторы микроуровня (банк)	- спрос на банковские услуги; – уровень конкуренции.
Внутренние факторы (управляемые)	
	- кредитная деятельность; – инвестиционная деятельность; – другая деятельность; – конкурентоспособность банковских услуг; – кадровый потенциал банка.

Источник: [1]

В соответствии с данным подходом руководство банка может воздействовать на внешние факторы микроуровня и внутренние факторы, поэтому им необходимо уделить особое внимание. Но, в то же время, отсутствие возможности оказывать непосредственное влияние на факторы мега-, макро и мезоуровня не означает, что их можно игнорировать. Эти факторы также имеют

большое значение для обеспечения эффективности деятельности и конкурентоспособности банка, в связи с этим необходимо проводить их постоянный мониторинг, прогнозировать их изменение, а также возможные последствия этих изменений для банка.

Данный подход позволяет выделить наиболее значимые факторы, влияющие на конкурентоспособность, а также сконцентрироваться на тех факторах, на которые банк может оказывать непосредственное влияние.

Другие критерии классификации предложил Ю. С. Эзрох, который внешние и внутренние факторы обеспечения конкурентоспособности банка подразделяет на качественные и количественные [2].

К внешним качественным факторам он относит:

- государственное регулирование банковской деятельности;
- состояние отечественных и зарубежных фондовых рынков;
- степень доверия к банковской системе;
- лояльность государственных органов власти.

К внешним количественным факторам:

- насыщенность территории обслуживания банками-конкурентами;
- условия предоставления услуг банками-конкурентами;
- общая экономическая ситуация в стране/регионе;
- рентабельность активов банков-конкурентов.

К внутренним качественным факторам Ю. С. Эзрох относит надежность, доверие к банку, качество и удобство оказания услуг, сопутствующий сервис, имидж, коммуникации с потребителями, инновативность.

К внутренним количественным факторам он относит финансовое состояние, рентабельность активов банка, качество активов и пассивов, цену и иные существенные условия предоставления банковских услуг, а также количество точек продаж и действующих банкоматов.

Д. В. Трофимов к внешним факторам, влияющим на конкурентоспособность в кредитных организациях на рынке розничных банковских услуг, относит [3]:

- дифференциацию спроса по сегментам потребителей розничных банковских услуг;
- развитие экономики;
- научно-технический прогресс;
- конкурентную среду рынка.

Внутренними факторами, по его мнению, являются:

- стратегическое позиционирование (дифференциация кредитной организации по отношению к другим субъектам рынка);
- операционная эффективность (способность кредитной организации выполнять операции эффективнее других).

Операционная эффективность влияет на прибыль и рентабельность деятельности банка, а стратегическое позиционирование – на объем продаж, а значит, и на долю банка на рынке розничных банковских услуг. Таким образом, при оценке конкурентоспособности банка на рынке розничных банковских услуг основными показателями являются показатели прибыли и доли рынка.

Рассмотрев несколько подходов к классификации факторов, влияющих на конкурентоспособность банка, можно сделать вывод, что единого мнения не существует, но более распространенным является деление их на внешние и внутренние.

Внешние факторы, как правило, классифицируются в зависимости от степени возможного влияния на них со стороны государства и банковских структур. По мнению автора, среди внешних факторов наиболее значимыми являются:

- уровень инфляции;
- рефинансирование ЦБ РФ коммерческих банков;
- темп роста валового внутреннего продукта;

– курс национальной валюты.

Процесс инфляции оказывает значительное влияние на состояние банковского сектора. От уровня инфляции зависят ставки по кредитам и депозитам. Высокий уровень инфляции способствует ограничению кредитных операций банком, так как ему не выгодно, когда заемщики получают выгоду в результате обесценения кредита.

Увеличение инфляции ведет к повышению ставки рефинансирования. С помощью процедуры рефинансирования Центральный Банк регулирует ликвидность банковского сектора при недостатке у кредитных организаций средств для осуществления кредитования клиентов, выполнения принятых на себя обязательств, а также стимулирует деловую активность в экономике страны в целом. Объемы кредитов ЦБ зависят от уровня процентной ставки. Изменение ключевой ставки приводит к аналогичному изменению процентных ставок по банковскому кредитованию и привлечению средств.

Темпы роста ВВП являются основными показателями развития экономики государства. Любой экономический спад приводит к резкому ухудшению качества кредитных портфелей банков, что в свою очередь сказывается на их финансовой устойчивости. Банки не смогут наращивать темпы кредитования и будут пытаться компенсировать убытки за счет высоких ставок, что также оттолкнет от использования кредитов часть населения.

Падение курса национальной валюты напрямую отражается на деятельности банков. Оно приводит к увеличению просроченной задолженности по кредитам, полученным в иностранной валюте. Волатильность курса национальной валюты приводит к тому, что люди начинают пересматривать статьи расходов и переносят планы на кредитование на более долгосрочную перспективу.

Таким образом, если вышеперечисленные факторы будут влиять даже на успешный банк, то могут возникнуть трудности с ликвидностью, а в результате – и с конкурентоспособностью.

В 2015 г. внешние факторы оказывали негативное влияние на развитие российского банковского сектора. Ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры, сохранение финансовых санкций привели к ослаблению рубля. До 2014 г. курс доллара США к российскому рублю был стабилен, увеличение произошло в 2014 и 2015 гг. (табл. 2)

Таблица 2

Динамика основных внешних факторов конкурентоспособности российских банков

Показатель \ Год	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Средний курс рубля к доллару США, в руб.	24,8	31,7	30,4	29,4	31,1	31,8	38	61,34
Годовая инфляция, %	13,28	8,8	8,78	6,1	6,58	6,45	11,36	12,9
Темп роста ВВП, %	5,2	-7,8	4,5	4,3	3,5	1,3	0,7	-3,7
Ставка рефинансирования на конец года (с 2013 г. – ключевая ставка)	13	8,75	7,75	8	8,25	5,5	17	11

Источник: составлено по данным [4,5]

Уровень инфляции в 2015 г. составил 12,9 %, превысив показатель 2014 г. [5].

ВВП по итогам 2015 г. снизился на 3,7 %. Снижение темпа роста ВВП оказывает влияние на устойчивость банков. Основными факторами, влияющими на столь значительное снижение роста ВВП, являются падение цен на нефть, снижение инвестиций в связи с геополитической напряженностью.

Такое положение экономики России не способствует укреплению конкурентоспособности банковской системы страны, а наоборот, еще больше ослабляет ее позиции.

Внутренние факторы подразделяются на ценовые и неценовые. Ценовыми факторами являются: финансовая устойчивость, инвестиционная деятельность, кредитная деятельность и т.д. Неценовыми факторами являются: доступность услуг, спектр оказываемых услуг, имидж, качество обслуживания и т.д.

Доступность услуг определяется развитостью региональной сети и удобным расположением банка для потенциальных потребителей, большинство из которых пользуются банковскими услугами непосредственно в местах проживания.

Спектр оказываемых услуг оценивается исходя из наличия дополнительных услуг помимо традиционных. Это Интернет-банкинг, инвестиционные услуги, автокредиты, аренда сейфов, брокерские услуги, лизинг, зарплатные проекты и т.д.

Немаловажным фактором конкурентоспособности банка является его имидж и репутация – совокупность ассоциаций и впечатлений, представляющая банк в сознании потребителя [6]. Имидж банка, как правило, формируется, исходя из известности банка и качества обслуживания.

Подводя итоги, необходимо отметить, что необходимо регулярно проводить анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность банка, с целью выявления слабых мест в деятельности банка и принятия мер по повышению его конкурентоспособности, так как от уровня конкурентоспособности банка зависит эффективность его функционирования.

Библиографический список

1. Колесов П.Ф. Основные факторы, влияющие на конкурентоспособность банков// Современные научные исследования и инновации. 2012. № 11. URL:<http://web.snauka.ru/issues/2012/11/18351>
2. Эзрох Ю. С. Методические основы оценки конкурентоспособности коммерческого банка: автореф. дис. ... к. э. н.: 08.00.10/ Новосибирск, 2012. 23 с.
3. Трофимов Д. В. Конкурентоспособность розничных банков// Управление экономическими системами. 2013. № 12 (60). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-rozничnyh-bankov>
4. Официальный сайт Банка России. URL: <http://www.cbr.ru>
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>
6. Тишина В.Н. Повышение конкурентоспособности кредитных предпринимательских структур в условиях рыночной экономики// Вестник ЮУрГУ. 2014. № 4. С. 152–158.

УДК 339.13

В. В. Быкова

студентка 8561МК

М.Н. Титова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОВАРА

На современном этапе в условиях усиления конкурентной борьбы проблема конкурентоспособности занимает центральное место в хозяйственной политике предприятия. Товаропроизводители осуществляют поиск и внедрение новых инструментов и методов управления производством. Важнейшим из них является сохранение и повышение конкурентоспособности товара. На сегодняшний день не существует единого определения конкурентоспособности. Каждый автор в зависимости от целей и задач исследования, изучаемых объектов дает свое определение.

По мнению М. Портера, конкурентоспособность – свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [1]. Р.А. Фатхутдинов считает, что конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке [2].

На основе различных трактовок понятия конкурентоспособности автором предложено собственное определение: конкурентоспособность – набор таких свойств объекта, которые делают его более привлекательным для потребителей по сравнению с конкурентами и способствуют эффективности хозяйственной деятельности фирмы. Термин «конкурентоспособность» используется применительно ко всем уровням ее иерархии: конкурентоспособность товара, фирмы, отрасли, региона и конкурентоспособность страны.

Между понятиями конкурентоспособности на разных уровнях существует тесная взаимосвязь и взаимозависимость. Конкурентоспособность объектов каждого нижестоящего уровня является фактором конкурентоспособности объектов всех вышестоящих уровней. В свою очередь, объекты вышестоящих уровней создают условия, обеспечивающие конкурентоспособность объектов на нижних уровнях [3]. Вместе с тем между понятиями конкурентоспособности различных уровней существуют принципиальные различия.

Конкурентоспособность товара не является решающим фактором в конкурентоспособности предприятия, т.е. предприятие может производить конкурентоспособную продукцию, но не быть конкурентоспособным.

Конкурентоспособности товара и предприятия имеют и существенные различия:

1) конкурентоспособность товара оценивается и исследуется во временном интервале, который соответствует жизненному циклу товара, а конкурентоспособность предприятия исследуется в более длительном временном интервале, соответствующем периоду функционирования предприятия;

2) конкурентоспособность товара относится к конкретному товару, а конкурентоспособность предприятия охватывает всю номенклатуру выпускаемой продукции;

3) предприятие само оценивает уровень конкурентоспособности, а оценка конкурентоспособности товара – прерогатива потребителя.

Конкурентоспособность товара – совокупность качественных и стоимостных характеристик продукции, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно отличается от аналогичных товаров-конкурентов [3]. Следовательно, конкурентоспособность товара – это понятие, привязанное к конкретному рынку и времени продажи.

Конкурентоспособность товара определяется только теми свойствами, которые представляют интерес для покупателя и способствуют удовлетворению конкретной потребности. При этом другие характеристики не учитываются. Покупатель желает достичь оптимального соотношения потребительских свойств изделия и своих расходов, т.е. получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат [3].

Приоритетной задачей для любой компании является обеспечение конкурентного преимущества товара, которое является основным фактором, способствующим более выгодному положению товара по сравнению с товарами – конкурентами.

М. Портер выделяет следующие конкурентные преимущества товара:

- 1) товар с низкими издержками;
- 2) дифференцированный товар [4].

Низкие издержки отражают способность организации разрабатывать, выпускать и продавать товар с меньшими затратами, по сравнению с затратами на аналогичные товары конкурентов.

Дифференциация товара – это способность товара дать покупателю уникальный товар, имеющий большую ценность по сравнению с предыдущим, товар нового качества с особыми потребительскими свойствами.

Таким образом, обеспечение конкурентного преимущества товара может быть достигнуто, если компания будет производить новый товар, востребованный рынком, или будет эффективно использовать свои ресурсы, снижать издержки производства и при этом обеспечивать относительно низкие цены и высокое качество товара.

Новый товар должен выводиться на рынок в тот момент, когда будет отмечена потеря конкурентоспособности прежним продуктом. Известно, что любой товар после выхода на рынок начинает постепенно расходовать свой потенциал конкурентоспособности. Этот процесс остановить невозможно, но можно его замедлить и даже временно задержать. Для этого необходимо иметь эффективную систему управления конкурентоспособностью товара.

Под управлением конкурентоспособностью товара понимают процесс планирования, формирования, содержания и наращивания конкурентных преимуществ продукции с целью повышения уровня конкурентоспособности продукции или удерживания его на запланированном уровне [5].

К функциям управления конкурентоспособностью относятся:

1) планирование конкурентоспособности товара (определение целей и необходимых для этого средств и методов);

2) организация управления конкурентоспособностью товара (определение потребности в ресурсах и последовательности действий по обеспечению внутренних и внешних процессов управления);

3) координация (обеспечение непрерывности и бесперебойности управления конкурентоспособностью товара);

4) контроль (выявление слабых мест в технологии, производстве, управлении, приводящих к снижению качества и конкурентоспособности товара);

5) оценка (оцениваются имеющиеся резервы повышения уровня конкурентоспособности товара, а также внешние и внутренние факторы, влияющие на его изменение). Метод оценки конкурентоспособности выбирается в зависимости от возможностей получения достоверной входной информации и стадии жизненного цикла товара. При этом большое значение имеет выбор базы сравнения, от которого зависит объективность оценки конкурентоспособности товара. В качестве базы сравнения могут выбирать:

- потребность покупателей в оцениваемой и конкурирующей продукции;
- величину необходимого потребителю полезного эффекта продукции или сумму средств, которую потребитель готов израсходовать на приобретение и потребление товара;
- конкурирующий товар;
- гипотетический образец;
- группу аналогов [4];

6) анализ (количественная и качественная оценка достигнутого уровня конкурентоспособности продукции и выявление причин его снижения). На основе анализа полученных данных можно сделать следующие выводы: конкурентоспособность продукции превосходит образец, соответствует или уступает ему. В результате вносятся предложения о мерах, которые необходимо принять для повышения конкурентоспособности товара.

При управлении конкурентоспособностью основные усилия должны быть направлены на решение следующих задач:

- 1) повышение качества продукции,
- 2) снижение издержек производства,
- 3) повышение экономичности и уровня обслуживания [6].

Главным объектом управления конкурентоспособностью товара является качество товара. Низкокачественный товар обладает и низкой конкурентоспособностью, а товар высокого качества – это конкурентный или высококонкурентный товар.

При оценке качества товара в первую очередь определяется его соответствие стандартам. Если товар не соответствует установленным стандартам, то его конкурентоспособность сводится

к нулю. В каждой стране существует своя система стандартизации товаров, которая соответствует степени развития национальной экономики, науки, техники. Для устранения разнородности, противоречивости национальных норм и правил различных стран были разработаны международные стандарты. В этих целях была создана Международная организация стандартизации (ISO – International Organisation for Standardisation).

Качество как экономическая категория – это общественная оценка, характеризующая степень удовлетворения потребностей в конкретных условиях потребления той совокупности свойств, которые явно выражены или потенциально заложены в товаре [6]. Поэтому все же основное место в оценке качества продукции и отводится потребителю.

Товар с более высоким уровнем качества может иметь меньшую конкурентоспособность по сравнению с товарами – аналогами, если значительно повысилась его стоимость за счет придания товару новых свойств, которые для покупателя не представляют особого интереса.

Для того чтобы реально оценить конкурентоспособность товара используют карту позиционирования (карту восприятия) товаров конкурентов. Позиционирование – это процесс, в ходе которого фирма выбирает и применяет наилучший способ по обеспечению товару конкурентоспособного положения на рынке с учетом характера восприятия всех товаров-конкурентов потребителями.

При построении карты позиционирования используется двумерная матрица, в которой представляют товары конкурирующих фирм. В качестве одной из координат используется ценовой параметр, а в качестве второй – качественный параметр. По степени удаленности от нуля сегмента определяется низкое и высокое качество, низкая и высокая цена. При позиционировании на карте распределяют конкурентов по соотношению цена-качество и определяют, где будут находиться наиболее конкурентные сегменты и незанятые свободные ниши и, следовательно, где будет исследуемый товар. Это позволяет определять различные варианты выгод или ценностей и описать воспринимаемые потребителями рыночные позиции товара.

Процесс управления конкурентоспособностью товара должен вестись непрерывно и систематически, это позволит своевременно обнаружить момент начала снижения показателя конкурентоспособности и принять необходимое решение, например, снять товар с производства, осуществить модификацию товара в соответствии с новыми вкусами и потребностями покупателей, совершенствовать систему сервисного обслуживания реализуемых товаров, перевести на другой сектор рынка.

Обеспечение конкурентоспособности товара – это сложный процесс, поэтому к его управлению конкурентоспособностью применяют различные научные подходы, каждый из которых более глубоко освещает свой аспект управления. При этом они должны дополнять друг друга, но все же часто определяющим считают системный подход [5].

В заключении можно сделать вывод о том, что в условиях конкуренции основным условием стабильности предприятия является система управления конкурентоспособностью товара, которая обеспечивает оптимальное сочетание основных характеристик продукции: цен и потребительских свойств.

Библиографический список

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер. М., 2006. 588 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление/ Р.А. Фатхутдинов. М.: ИНФРА-М, 2000. 312 с.
3. Мокроносов А. Г., Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие / Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. 194 с.
4. Головачев А. С. Конкурентоспособность организации: учеб. пособие / Минск: Выш. шк., 2012. – 319 с.

5. Руденок О.В., Руднева Л.Н. Управление конкурентоспособностью продукции строительных организаций // *Фундаментальные исследования*. 2014. №6. С.573-576.
6. Феронова А. В., Бородаенко В. И. Методические подходы конкурентоспособности продукции // *Молодой ученый*. 2011. №10. Т.1. С. 170–175.

УДК 338.531.2

Л.Е.Винокурова

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

В.М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ПРОБЛЕМЫ В ОБЛАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АВИАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы, которые характеризуют состояние авиационной отрасли и уровень государственного финансирования.

Ключевые слова: авиационные предприятия, государственная программа, авиационная промышленность, авиационная отрасль, гражданская авиация.

Авиационная отрасль – это одна из наиболее технологически развитых отраслей машиностроения, которая занимает ведущее место среди оборонных отраслей промышленности. Однако современные тенденции на предприятиях свидетельствуют о наличии серьезных структурных проблем данной отрасли, напрямую влияющих на снижение конкурентоспособности российской авиатехники на мировом рынке [1].

В Советском Союзе авиационная отрасль была флагманской отраслью, а наша страна считалась крупнейшей авиастроительной державой мира. В советское время авиапредприятия, расположенные РСФСР, перевозили 90 млн пассажиров в год. В 1999 г. – упал до 21,5 млн пассажиров. В наследство Россия получила, а затем приватизировала, огромный воздушный флот, но почти все пассажирские самолеты были устаревшими и неконкурентоспособными на международных линиях. Государство перестало заниматься формированием облика своего гражданского воздушного флота [2].

Наибольшее распространение на российском рынке пассажирских авиаперевозок Airbus и Boeing и это не является благоприятным фактором для авиационной отрасли нашей страны. Из-за нехватки сертифицированных отечественных самолетов отечественные авиакомпании вынуждены покупать зарубежные.

Анализируя нынешнее состояние предприятий авиационной отрасли России, следует сделать вывод о неблагоприятном состоянии и необходимости поддержки со стороны государства, а также дополнительного контроля.

В 2014 г. была утверждена и представлена государственная программа Российской Федерации «Развитие авиационной промышленности на 2013–2025 годы». Объем финансирования программы за весь период государственной программы приведен в таблице. Цель данной программы – создание высококонкурентной авиационной промышленности и закрепление ее позиции на мировом рынке в качестве третьего производителя по объемам выпуска авиационной техники [3].

Структура финансирования государственной программы «Развитие авиационной промышленности на 2013-2025 годы» представлена на рис. [3].

Следует отметить тот факт, что ранее были провалены уже три государственные программы развития авиапрома. Ответственным исполнителем ныне действующей государственной

программы «Развитие авиационной промышленности на 2013–2025 годы» является Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, а соисполнители вовсе отсутствуют.

Таблица

**Объемы финансирования государственной программы
«Развитие авиационной промышленности на 2013-2025 годы»**

Период, год	Объем финансирования, млрд руб.
2013	78
2014	84
2015	88,8
2016	105,3
2017	86,5
2018	83,8
2019	78,6
2020	71,7

**Объемы финансирования государственной программы
«Развитие авиационной промышленности на 2013-2025 годы»**

Период, год	Объем финансирования, млрд руб.
2021	71,9
2022	68,3
2023	63,8
2024	59,4
2025	51,5
Общий бюджет программы:	991,6



Рис.. Структура финансирования государственной программы

По нашему мнению, необходима персональная ответственность за невыполнение государственных программ и из этого вытекает главная задача в области государственного финансирования – это дополнительный, более ужесточенный контроль за расходованием бюджетных средств,

который повысит эффективность государственного финансирования. На данный момент контрольная функция системы государственного управления финансами в Российской Федерации требует серьезного совершенствования. Отсутствие более жесткого механизма государственного финансового контроля оказывает негативное влияние на эффективность функционирования всей структуры государственной власти, создает благоприятные условия для процветания коррупции – основной болевой точки российского государства; препятствует достижению стратегических целей, стоящих перед страной, и именно эта проблема является ключевой в области государственного финансирования.

Библиографический список

1. *Тарасова М.С.* Современное состояние и перспективы развития авиационной промышленности России. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2010. № 3. С. 89-95.
2. *Орлова А. С.* Современное состояние и проблемы гражданской авиации. // Проблемы современной науки и образования. 2016. № 1 (43). С. 140-143.
3. http://minpromtorg.gov.ru/activities/state_programs/list/

УДК 336.5

Л.Е.Винокурова

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э.И. Крылов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

РИСКИ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗАКАЗА АВИАЦИОННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Аннотация. В статье рассматриваются основные проблемы, связанные с выполнением государственного заказа, рассмотрены основные и оказывающие значительное влияние на выполнение государственного заказа риски.

Ключевые слова: авиационные предприятия, авиационная промышленность, риски, государственный и муниципальный заказ, федеральная целевая программа.

В настоящий момент наблюдается недостаточная активность авиастроительной промышленности нашей страны по сравнению с другими развитыми странами, это приводит к созданию потенциальной угрозы безопасности воздушного флота гражданской авиации, так как подавляющее количество иностранных воздушных судов преобладает над отечественными.

Перспективы развития гражданской авиации зависят от экономики страны и роста её ВВП. Преодоление системного кризиса авиационной промышленности России требует концентрации ресурсов, создания эффективной системы управления проектами в рамках всей отрасли. Достижение этих результатов невозможно без участия государства и использования инструментов программно-целевого планирования. Сегодня для реализации проектов такого масштаба и длительности существует только один проработанный механизм государственного регулирования – государственный заказ [1].

Государственный заказ – это неотъемлемая часть государственного регулирования, которая способствует мощному развитию экономики при её эффективном выполнении, однако, следует отметить, что государственный заказ не всегда выполняется эффективно.

Внедрение системы управления финансово-экономическими рисками при реализации государственного заказа предприятиями авиационной промышленности может стать существенным

фактором повышения эффективности государственных программ в области авиации, т. е. существенным фактором повышения эффективности антикризисного управления в данной области.

Что касается непосредственно рисков закупочного процесса, то в данном случае важно выделить такие риски, как [2]:

1. Риск неправильно сформированного заказа. Риск заключается в составлении технического задания закупаемой продукции в неполном объеме, не учитываются особые условия при составлении проекта государственного контракта. В качестве методов управления данным риском можно рекомендовать такие как: организационные – подбор сотрудников с соответствующей квалификацией; четкая регламентация процесса взаимодействия на всех этапах формирования заказа; внедрение современных средств и методик планирования, прогнозирования и финансово-экономического анализа; более глубокая и качественная проработка особых условий в проектах контракта.

2. Риск неверно выставленной начальной цены контракта. Завышение или занижение начальной (максимальной) цены контракта. Риск состоит в том, что не каждый заказчик самостоятельно может определить реальную стоимость формируемого заказа. В качестве методов управления данным риском можно рекомендовать такие как: экономические – возможность постоянного мониторинга текущего и прогнозируемого состояния рынка по группам товаров; наличие комплекса по макроанализу и прогнозированию экономической динамики.

3. Риск уклонения от заключения контракта. Недобросовестное проведение участников торгов. Риск заключается в отказе участника, признанного победителем, заключать контракт. В качестве методов управления данным риском можно рекомендовать административные и экономические методы. К административным методам относятся: предварительный отбор участников на соблюдение требований законодательства; понуждение к заключению контракта в судебном порядке. Экономический метод включает внесение денежных средств участником размещения заказа в качестве обеспечения заявки.

4. Риск нарушения поставщиком условий государственного контракта. Недобросовестное поведение поставщиков. Риск состоит в неспособности либо нежелании поставщика действовать в соответствии с условиями заключенного договора. В качестве методов управления данным риском можно рекомендовать такие как: административный – выработка четких требований к формальным признакам документов, предоставленных поставщиком; экономический – внесение денежных средств участником размещения заказа в качестве обеспечения исполнения контракта.

Существование рисков является неотъемлемой частью деятельности по созданию сложной техники, а именно авиационной.

Риски обусловлены многими факторами, среди которых большую роль имеет коррупционная составляющая, побуждающая исполнителей государственного заказа искажать прозрачность всего закупочного процесса. Важно отметить технологические факторы, которые связаны с отсталостью отечественных технологий, недостаточностью финансовых ресурсов (в связи с изменением стоимости работ и комплектующих изделий, а также зависимостью от валютного рынка, так как промышленность интегрируется с другими странами), а также недостаточностью знаний и компетенций среди специалистов.

Библиографический список

1. Панагушин В. П., Лютер Е.В., Гусарова Ю.В., Клоницкая А.Ю. Методы оценки финансово-экономических рисков при выполнении государственного заказа предприятиями авиационной промышленности // Электронный журнал «Труды МАИ» www.mai.ru/science/trudy/. 2015. № 37
2. Сыроватко Ю. И. Риски закупочного процесса, технологии устранения причин, распределение рисков. 2009. № 2. С. 28–33.

УДК 336.225.6

Д. А. Воробьева

студент кафедры безопасности высокотехнологичных систем

О. А. Бизина

(асс.) – научный руководитель

ИЗМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО КОДЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2016 Г. В ОТНОШЕНИИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Налоговое законодательство непрерывно изменяется, так с 2016 г. в силу вступили изменения в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Эти изменения коснулись всех налогоплательщиков, но в статье будут рассмотрены только нововведения для физических лиц.

Итак, с 1 января 2016 г. в силу вступили следующие изменения в Налоговом Кодексе.

1. Выросла пеня за просрочку уплаты налога. Это связано с тем, что пеня за несвоевременное перечисление налога зависит от ставки рефинансирования. С 2016 г. ЦБ РФ не устанавливает ее самостоятельное значение: она равна ключевой ставке, которая в настоящее время составляет 11%. Ставка рефинансирования была меньше – 8,25%. Увеличение пени, с одной стороны, ухудшило условия для налогоплательщика, но, с другой – является мотивацией для своевременной уплаты налога.

2. Изменения по НДФЛ.

Стандартный вычет на ребенка теперь предоставляется, пока сумма дохода работника не достигнет 350 тыс. рублей. С того месяца, когда доход сотрудника, исчисленный нарастающим итогом с начала года и облагаемый НДФЛ по ставке 13%, станет больше 350 тыс. руб., работодатель прекратит предоставлять стандартный вычет на ребенка. Ранее лимит составлял 280 тыс. руб. Это изменение положительно отразилось на условиях для налогоплательщика, так как повышение лимита до 350 тыс. руб. увеличивает число налогоплательщиков, которые могут воспользоваться данным вычетом.

Вырос размер вычета на ребенка-инвалида. Как известно, величина данного вычета зависит от того, кто обеспечивает ребенка-инвалида, если это родитель, усыновитель, жена или муж родителя, то сумма составит 12 тыс. руб., а если это приемный родитель, опекун, попечитель, жена или муж приемного родителя, то 6 тыс. руб. Ранее вычет был равен 3 тыс. руб. Новые размеры также применимы и в отношении вычетов на детей-инвалидов в возрасте до 18 лет, а также учащихся по очной форме, аспирантов, ординаторов, интернов, студентов в возрасте до 24 лет, если они являются инвалидами I или II группы. Данное изменение по увеличению суммы вычета на ребенка-инвалида, а также перечисленные выше категории должно улучшить условия налогоплательщика.

Работник вправе получить социальные выплаты на лечение и обучение по письменному заявлению. Для получения вычета работник должен подать заявление и уведомление, подтверждающее право на получение социальных вычетов, полученное в ФНС, работодателю. Вычет на лечение и обучение предоставляется с месяца обращения работника. Ранее вычеты на лечение и обучение налогоплательщик мог получить, только обратившись в инспекцию. Упрощение получения социальных выплат работником положительно отразится на нем, как на налогоплательщике.

НДФЛ не уплачивается, если до продажи недвижимость была в собственности не менее 5 лет. Для случая, когда доход от продажи недвижимости меньше 70% кадастровой стоимости объекта, определенной по состоянию на 1 января года, в котором зарегистрирован переход права собственности, тогда доходом, облагаемым НДФЛ, признается 70% кадастровой стоимости объекта недвижимости на указанную дату.

Положения ст. 217.1 НК РФ применяются в отношении объектов недвижимости, приобретенных в собственность после 1 января 2016 г. Новые правила, как и действовавшие ранее, не

распространяются на недвижимость, которая непосредственно использовалась в предпринимательской деятельности.

Ранее доходы физического лица от продажи недвижимости не облагались НДФЛ, если срок нахождения объекта в собственности составляет три и более года. При этом было неважно, каким образом данный объект получен. Изменение отрицательно отразилось на налогоплательщиках, так как теперь для продажи недвижимости и освобождения от уплаты НДФЛ нужно ждать истечения 5 лет, а не 3 года.

Физическое лицо обязано уплатить налог не позднее 1 декабря, если работодатель не смог удержать НДФЛ. Перечислить в бюджет НДФЛ, который налоговый агент не смог удержать в 2015 г., нужно по общему правилу – не позднее 15 июля 2016 г.

Налоговый агент не может удержать НДФЛ, если доход, например, выплачивается в натуральной форме, а денежные выплаты отсутствуют. В этом случае он должен письменно сообщить налогоплательщику и инспекции о невозможности удержать налог, а также о суммах дохода и неуплаченного налога. Инспекция направит физическому лицу уведомление, на основании которого нужно будет внести налог. Данное изменение усложняет условия налогоплательщика, так как к его налогам добавляется обязанность оплатить налог за неуплаченный НДФЛ вместо налогового агента.

3. Транспортный налог.

Скорректирован порядок расчета коэффициента, который применяется при исчислении транспортного налога, если транспортное средство поставлено или снято с учета в течение года. Начиная с отчетности за 2016 г. месяц регистрации считается полным, если транспортное средство поставлено на учет до 15-го числа включительно. Месяц снятия с учета признает полным в случае, когда объект снят с регистрации после 15-го числа. В иных случаях месяц постановки или снятия транспортного средства с регистрации не учитывается как полный при расчете коэффициента.

До 2016 г. месяц регистрации и снятия транспортного средства с учета признавался полным для обеих сторон, поэтому налог за этот месяц платили оба лица. Нововведение положительно отразится на условиях налогоплательщика транспортного налога, так как если автомобиль поставлен на учет после 15-го числа – за этот месяц налог платить не нужно.

Перечень дорогих автомобилей применяют лишь в отношении периода, в котором он опубликован, не позднее 1 марта он размещается на официальном сайте Минпромторга. В отношении добавленных в перечень моделей пересчитывать налог за прошлые годы с применением повышающего коэффициента не нужно, что выгодно налогоплательщику.

4. МРОТ увеличился примерно на 4%. С начала текущего года МРОТ составляет 6204 руб. Ранее этот показатель был равен 5965 руб. Увеличение минимального размера оплаты труда должно положительно повлиять на условия для налогоплательщика.

Таким образом, с 1 января 2016 г. налоговое законодательство в отношении физических лиц подверглось важным изменениям. Изменился размер пени за просрочку уплаты налога, это может стимулировать налогоплательщиков к своевременной уплате налогов. Появились значимые изменения по НДФЛ: теперь налогоплательщики сами обязаны уплачивать налог за неуплаченный НДФЛ, также увеличился размер вычетов на детей-инвалидов, что должно привести к положительным изменениям. Внесены коррективы в транспортный налог: изменен порядок расчета транспортного налога и указаны поправки по перечню дорогих автомобилей, тем самым улучшая условия для плательщиков данного налога. Главным внесенным изменением является увеличение МРОТ на 4%.

УДК 334.753

А.С. Галкина

студентка кафедры информационных технологий предпринимательства

Л. В. Рудакова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

СУЩНОСТЬ И МЕХАНИЗМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КАРТЕЛЯ

Часто первая ассоциация, возникающая у большинства людей при слове «картель» это наркокартель. Тайная организация вне закона, ворочающая огромными суммами денег, добытых нелегальным путем. В этой статье попробуем разобраться, что же такое картель и всегда ли это чисто отрицательное явление.

Картель – объединение, как правило, фирм одной отрасли, которые вступают между собой в соглашение, касающееся различных сторон коммерческой деятельности компании, – соглашение о ценах, рынках сбыта, объемах производства и сбыта, об ассортименте, обмене патентами, условиях найма рабочей силы и т.д. [1].

Из-за развития антимонопольного (антикартельного) законодательства соглашение об образовании картеля практически не оформляется договором в письменном виде. Оно часто существует негласно, в виде секретных статей, дополняющих какой-либо официальный текст, либо в устной форме «джентльменских соглашений». Целью такого сговора является максимизация совокупной прибыли. Фирмы, вступающие в картельное соглашение, сохраняют свою юридическую, финансовую, производственную и коммерческую самостоятельность. Также для картеля характерны следующие признаки:

- совместная деятельность по реализации продукции, которая может распространяться в определенной степени и на ее производство;
- наличие системы принуждения, включающей выявление нарушений и санкции к нарушителям.

Картели могут объединять все или только часть фирм рынка. В зависимости от этого меняется характер поведения картеля и тип рыночной структуры.

С точки зрения рынка, неполный картель ведет себя как единое целое, выполняя функции рыночного лидера или доминирующей фирмы. Доминирующее поведение означает, что фирма полностью определяет параметры, как своего, так и чужого поведения на рынке. Фирма максимизирует прибыль при равенстве предельных издержек предельной выручке [2]:

$$MC_L = MR_{RD},$$

где MR_{RD} – предельная выручка для остаточного спроса на продукцию лидера; MC_L – предельные издержки фирмы-лидера.

Под остаточным спросом понимается рыночный спрос за вычетом объема выпуска конкурентного окружения [2]:

$$D_{RD} = D - \sum S_i,$$

где D_{RD} – остаточный спрос на продукцию лидера; D – совокупный спрос рынка; S_i – выпуск одной фирмы из конкурентного окружения.

Следуя условию максимизации прибыли, лидер выбирает оптимальный для себя объем выпуска Q и устанавливает цену P . Конкурентное окружение предлагает к продаже объемы, соответствующие предложению фирм – совершенных конкурентов при данной цене, выполняя условие [2]:

$$MC_A = P,$$

где P – рыночная цена; MC_A – предельные издержки фирмы-аутсайдера из конкурентного окружения.

В результате общий равновесный объем выпуска составит Q . Так как цена лидера превышает его предельные издержки, это позволяет ему получать дополнительную прибыль. Прибыль конкурентного окружения может быть положительной или стремиться к нулю. Полный картель становится монополистом на рынке, происходит увеличение цены до уровня монополярной, картель становится обладателем монополярной прибыли. Механизм формирования и функционирования такого картеля представлен на (рис 1). Когда фирмы находятся в состоянии жесткой конкуренции, то наименьшая возможная цена равна конкурентной цене (P_c) и определяется точкой пересечения кривой спроса D и кривой предельных издержек MC . При цене P_c конкуренты будут иметь в долгосрочном периоде нулевую экономическую прибыль.

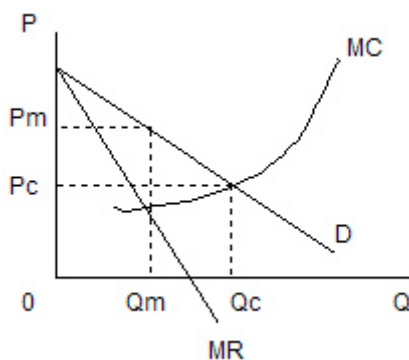


Рис. 1. Формирование и функционирование картеля

Если же рассматриваемые фирмы сформируют картель и ограничат свой выпуск для максимизации общей прибыли объемом Q_m , то оптимальная цена картеля (монополярная цена) составит P_m . Это максимально возможная цена при данном рыночном спросе за предлагаемый объем, которая обеспечивает участникам картеля монополярную прибыль.

Картели запрещены в связи с тем вредом, который они наносят эффективности использования ресурсов, а также покупателям (потребителям), если они – картели продавцов. Негативные последствия картеля по сравнению с сопоставимыми условиями конкуренции выражаются в следующих показателях:

- в более высоких ценах;
- в меньшем объеме сделок в натуральном выражении;
- в меньшем суммарном выигрыше покупателей (потребителей);
- в более высоких прибылях продавцов;
- в чистых потерях благосостояния (суммарный выигрыш покупателей и продавцов);
- в торможении нововведений (динамический аспект) в виде снижения издержек и/или улучшения полезных свойств товаров.

В российской рыночной экономике, которая все еще находится в стадии развития, и в которой основным видом ограничения конкуренции являются естественные монополии, такое явление, как картели, картельные соглашения встречается довольно редко. Тем более что российское антимонопольное законодательство запрещает практически все (за небольшим исключением) виды картельных соглашений.

В то же время в экономике развитых капиталистических стран (США, Германии, Японии) с более совершенным антимонопольным законодательством и грамотным государственным регулированием существует много примеров, когда картели не только не приносили вреда, но и давали немалый положительный эффект [3].

Так, например, картельные соглашения помогают развитию малых и средних фирм, позволяет им удержаться на плаву в конкурентной борьбе с более крупными фирмами, облегчает им выход на внешний рынок (экспортные картели). Картели также создаются с целью преодоления

производственных кризисов и восстановления баланса спроса и предложения в определенной отрасли (картель структурных кризисов). Все это происходит в условиях жесткого контроля со стороны государства, который исключает возможные негативные последствия.

Но, поскольку картели имеют возможность влиять на цены и, соответственно, регулировать свои прибыли, то на определённой стадии своего развития картели начинают превращаться из средства выживания в период тяжёлых экономических депрессий в одно из средств монополизации рынка. У участников картелей возникает естественное предпринимательское желание максимизировать свои прибыли. Картели начинают обогащаться за счёт потребителей. И задача государства в такой ситуации состоит не только в том, чтобы нейтрализовать отрицательные свойства картелей, не дать им проявиться, но при этом постараться ещё и поставить картели на службу обществу, используя их положительный экономический потенциал.

Библиографический список

1. Гродских В.С. Экономическая теория. СПб.: Питер, 2013. 208 с.
2. Николаева И.П. Экономическая теория. М.: Дашков и Ко, 2012. 328 с.
3. Современная экономика: учеб. пособие / под ред. О. Ю. Мамедова. Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. 456 с.

УДК 358.658

М.С. Геворкьян

студентка кафедры менеджмента наукоемких производств

М.Л. Кричевский

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

НЕЧЕТКАЯ ЛОГИКА ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Во все времена неотъемлемой частью рыночного механизма была и есть конкуренция. В настоящее время решающим фактором успеха любого предприятия является его конкурентоспособность (КСП).

Высокая КСП компании обуславливается наличием следующих трех признаков:

- 1) потребители довольны и готовы купить повторно продукцию этой фирмы;
- 2) общество, акционеры, партнеры не имеют претензий к фирме;
- 3) работники гордятся своим участием в деятельности фирмы, а посторонние считают за честь трудиться в этой компании.

КСП предприятия, его экономическая устойчивость – это сложные и взаимосвязанные вещи.

С одной стороны, повышение КСП предприятия является необходимым и обязательным условием обеспечения и поддержания на должном уровне экономической устойчивости.

С другой стороны, неустойчивое экономическое состояние предприятия не позволяет успешно решать проблему КСП.

На данный момент в экономической литературе выделяют шесть основных способов повышения КСП предприятия [1]. Этот метод:

- основанный на анализе сравнительных преимуществ;
- сформированный на базе теории равновесия предприятия;
- построенный на базе теории эффективной конкуренции;
- базирующийся на теории качества товара;
- матричный метод оценки КСП предприятия;
- индикаторный метод.

Естественно, все представленные методы имеют не только положительные стороны, но также и недостатки.

1. Метод, основанный на анализе сравнительных преимуществ, не полностью отражает конкурентные позиции предприятий, так как не учитывает влияние показателей друг на друга, а также взаимодействие предприятия с окружающей средой [2,3].

2. Метод, сформированный на базе теории равновесия предприятия, имеет существенные ограничения в своём применении: во-первых, теория равновесия производителя разработана для процессов развития отрасли в условиях совершенной конкуренции; во-вторых, данный метод строится на основе теории, которая предполагает, что отрасль в результате своего развития должна прийти к состоянию равновесия [2].

3. Метод, построенный на базе теории эффективной конкуренции, не учитывает отношение потребителей данной продукции к качеству товаров, вырабатываемых на данном предприятии [2].

4. Метод, базирующийся на теории качества товара имеет недостаток в том, что КСП предприятия принимает вид КСП продукции и не затрагивает другие аспекты его деятельности [2].

5. Матричный метод оценки КСП предприятия исключает проведение анализа происходящего и усложняет выработку управленческих решений. Кроме того, требует наличия достоверной маркетинговой информации, что влечёт необходимость соответствующих исследований [2].

6. Существенным недостатком интегрального метода является то, что этот метод предполагает сравнение предприятий по товарной массе, а найти два или более предприятий, абсолютно идентичных по видам и структуре продукции, чрезвычайно сложно.

С учетом указанных недостатков целесообразно при оценке КСП предприятия использовать метод нечёткой логики (НЛ) [4], который позволяет достичь количественной оценки КСП.

Преимущество НЛ заключается в том, что эта технология успешно используется в условиях неполной информации о внешнем экономическом окружении.

Приведём пример оценки КСП методом НЛ при следующих условиях:

Входные переменные – X_1 – количество соперничающих фирм; X_2 – качество товара; X_3 – расходы на рекламу; X_4 – опыт работы персонала; X_5 – качество оборудования.

Выходная переменная: оценка КСП, выраженная в баллах из диапазона 0 – 100.

Схема системы НЛ в этом случае показана на рис. 1.

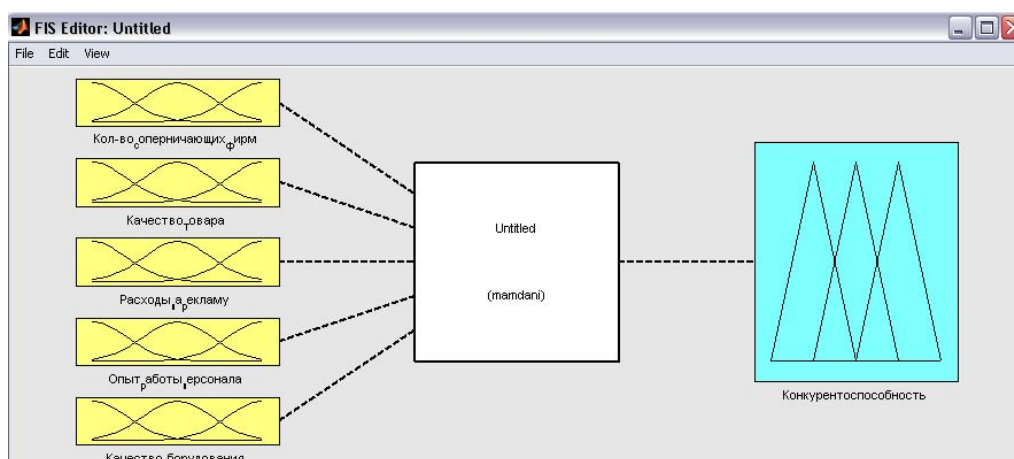


Рис.1. Схема системы НЛ с пятью входами и одним выходом

Используя традиционные условия работы в системе НЛ [5], получим возможность моделирования оценки КСП, показанную на рис.2. Подавая на вход системы различные значения переменных, характеризующих ситуацию на предприятии в текущий момент, получим величину КСП

предприятия. Оценка КСП здесь получается количественной и выражается в баллах (в данном примере величина КСП составляет примерно 80 баллов, что можно считать достаточно высокой).

Данная система по оценке КСП демонстрирует, что НЛ чувствительна к вариациям входных параметров и может служить инструментом оценки КСП.

Однако можно значительно упростить решение задачи путем вывода уравнения регрессии, которое связывает выходной параметр с входными переменными.

В данном случае уравнение регрессии будет иметь вид:

$$Q = 10,5 - 0,42X_1 + 0,19X_2 + 0,48X_3 + 7,72X_4 - 1,55X_5.$$

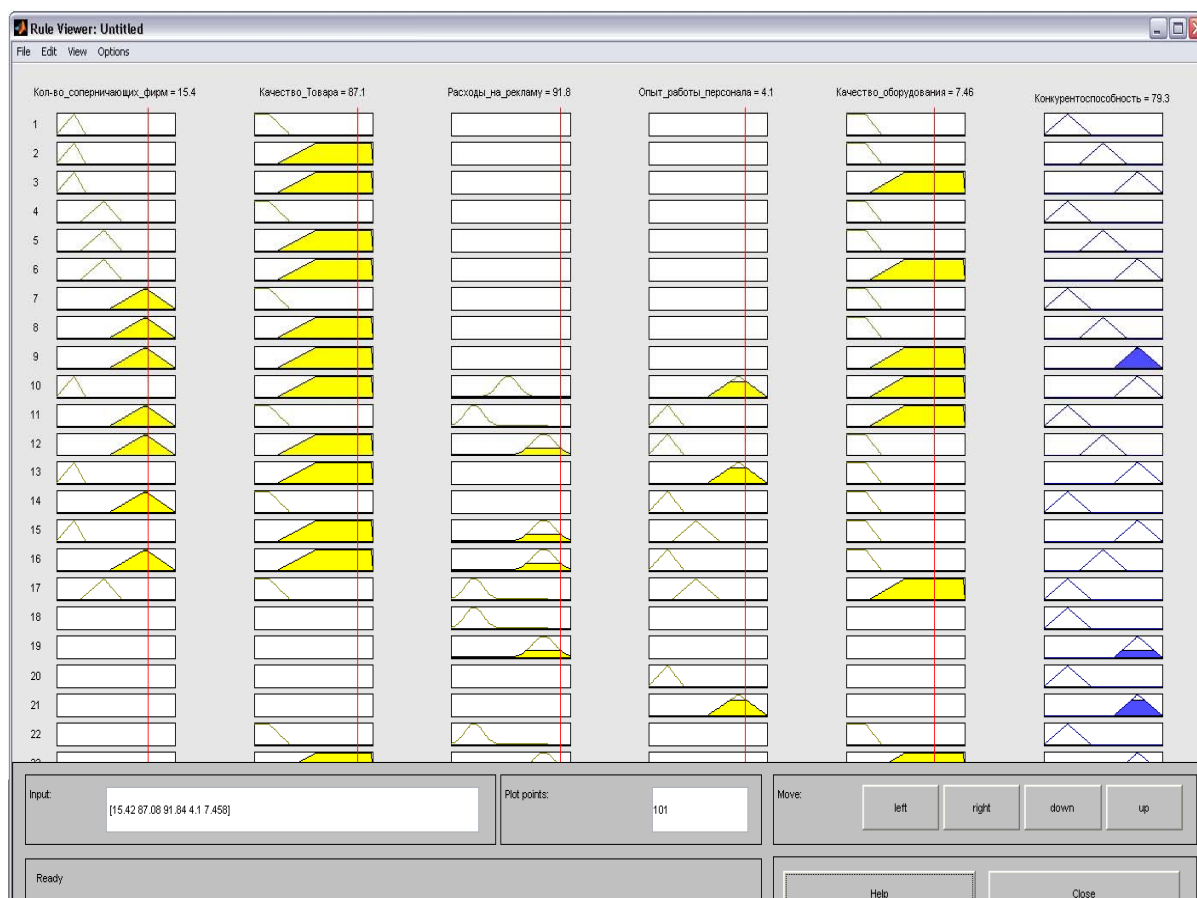


Рис. 2 Моделирование системы оценки КСП

Таким образом, зная прогнозные значения наиболее весомых коэффициентов, можно управлять (в определенной степени) КСП.

Библиографический список

1. Ефферин В.П. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях. Учебное пособие. М.: Домодедово, 1993. 94 с.
2. Захарченко В.И. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятия. М.: Центр экономики и маркетинга, 2009. 127 с.
3. Флейшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе. М.: Бинум. Лаборатория знаний, 2009. 541 с.

4. *Кричевский М.Л.* Методы исследований в менеджменте. М.:Кнорус, 2016. 296 с.
5. *Заде Л.А.* Роль мягких вычислений и нечёткой логики в понимании, конструировании и развитии информационных/интеллектуальных систем / пер. с англ. И.З. Батыршина. «Новости Искусственного Интеллекта». 2001, № 2-3. С.8-17.

УДК 629.735.33

Голубев Г.Ю.

Магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕОМАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА ПРИМЕРЕ ООО «2GIS»

Проект зародился внутри новосибирской компании «Техноград плюс». Она занималась производством профессиональных ГИС по заказу НГТС и других организаций. На массовом рынке «Техноград плюс» предлагал несколько тиражей компакт-дисков с картой Новосибирска. Также компания выпустила CD «Строительные фирмы и организации» – приложение к газете «Стройка».

В 1998 г., после кризиса многие заказчики «Технограда плюс» оказались не в состоянии оплачивать дорогостоящие разработки «не первой необходимости». Возникла потребность в поиске новых клиентов и способов применения ГИС. Более того, с выпущенных ранее тиражей компакт-дисков разошлась масса пиратских копий, и продавать их стало бессмысленно.

Было принято решение выпустить бесплатный продукт, который будет служить демоверсией профессиональной ГИС. Опыт с газетой «Стройка» показал, что электронный справочник, объединённый с картой города, может быть интересен рекламодателям. Александр Сысоев сформулировал концепцию нового проекта: бесплатное распространение и окупаемость за счёт рекламы. Продукт получил название «2GIS»: ГеоИнформационная Система плюс Городской Информационный Справочник.

Первый выпуск «2GIS» вышел 25 апреля 1999 г. Весной 2001 г. был разработан интерфейс «2GIS» 2.0, чуть позже открылся сайт www.2gis.ru и появился сервис обновлений.

Первое время компания пыталась сотрудничать со сторонними организациями – покупала базы данных, обращалась в рекламные агентства, приглашала специалистов для создания рубрикатора. Но эта практика оказалась неэффективной. Компанией было принято решение развивать собственные службы по каждому из основных бизнес-процессов. Поэтому в том же 2001 г. начал формироваться информационный отдел и отдел продаж.

В 2002 г. приложение «2GIS» впервые было бесплатно доставлено на компакт-дисках в 15 тысяч офисов Новосибирска.

В 2004 г. проект был выделен в самостоятельную бизнес-единицу – ООО «2GIS». В этом же году был открыт первый филиал ООО «2GIS» в Омске, а также были заключены договоры коммерческой концессии с партнёрами в Томске, Барнауле и Новокузнецке. С этого момента началась экспансия «2GIS» в города России.

В 2006-м г. выпущены онлайн-версия справочника и версия для КПК на базе Windows Mobile. «2GIS» в Новосибирске разделился на управляющую компанию и филиал для продажи рекламных позиций.

В 2007-м выходит «2GIS» 3.0, новая версия программы с интерфейсом в стиле MS Office 2007.

В 2010-м впервые проводится IT-конференция CodeFest.

В 2011 г. компания проводит ребрендинг, в результате которого продукты получают название «2GIS». Спустя 12 лет после первого выпуска «2GIS» приходит в столицу – выпущен справочник Москвы. Релиз мобильных приложений для Android и iOS.

В 2012 г. «2GIS» выходит в итальянских городах Венеции и Падуе. Это первый выпуск за пределами СНГ.

Зарубежная экспансия продолжается: «2GIS» появляется в Чехии и на Кипре. Выходит приложение для Windows Phone. Анонсирована концепция и интерфейс нового «2GIS».

2014 год: ещё несколько новых рынков, в том числе и Чили.

До ребрендинга 2011 г. продукты компании назывались «2GIS». Название отражало суть продукта: карта и справочник, т. е. Геоинформационная система и городской информационный справочник.

В 2011 г. компания провела ребрендинг. Полностью изменился фирменный стиль. Одной из целей переименования была подготовка к выпуску справочника в СНГ и дальнем зарубежье – 2GIS каждый может читать так, как это произносится на его родном языке, что проще, чем выговаривать «2GIS». Кроме того, решилась проблема соответствия URL сайта названию компании.

Ежедневно мы сталкиваемся с ситуацией, когда нужно узнать время работы магазина или городской службы, схему проезда в неизвестном для нас районе или телефон автомастерской. А во время поиска в интернете натываемся на старые сайты, несуществующие адреса или на телефоны и сайты посредников. Знакомая ситуация? Где же выход?

Уже полгода «2GIS Абакан» доступен для скачивания всем жителям и гостям города. «2GIS» – это бесплатный справочник организаций и карта города, где вы сможете найти практически любую организацию на карте или узнать, какие именно компании находятся в интересующем вас здании. Однако возможности данного справочника гораздо шире.

- Детализация карты: естественно все дома и строения имеют номер и улицу, на карте показаны внутриквартальные проезды.

- Для всех организаций города, которые находятся в справочнике, указываются номера контактных телефонов, сайт, время работы и способы расчета. Все эти данные для компаний указываются бесплатно и шансы не найти их для нужной вам организации крайне малы. Кроме того, вся информация перепроверяется call-центром 2GIS три раза в год.

- Вы можете осуществлять поиск всех организаций города по сферам деятельности или только тех, что находятся на нужном расстоянии от вас.

- В справочнике можно посмотреть схему проезда по городу на общественном и личном транспорте.

Кроме того, существует целых три версии 2GIS:

Офлайн-версия 2GIS, которую вы можете установить на свой компьютер, причем не только 2GIS своего города, но еще более 180 городов России, а также Одессы, Донецка и Венеции. Для работы данной версии не требуется подключения к сети, оно необходимо лишь для бесплатных обновлений справочника.

Онлайн версия 2GIS. Если по каким-то причинам вы не хотите устанавливать на свой компьютер справочник, вы можете воспользоваться им через Интернет. Самое оперативное обновление информации происходит именно здесь.

Мобильная версия 2GIS – самая молодая версия справочника, доступная на основных мобильных платформах: iOS, Android, Symbian, WM. Справочник, который всегда с вами и не требует при работе подключения к Интернету. Кроме того, выдает при поиске в списке сначала ближайшие к вам организации. Основное конкурентное преимущество 2GIS – точность информации (данные о компаниях и объектах собирает собственное производство, актуализируется несколько раз в год, самая полная база данных о компаниях, самая точная карта с заборами и внутриквартальными проездами). Имеется информация о 1 777 483 организаций. Карты красивые и детальные. С шоссе и тропинками, старейшими зданиями и новостройками. Парковки и памятники – отрисована каждая мелочь, которая может быть полезна. Наличие большого количества фотографий – самый простой

способ узнать, что скрывается за названием организации. Подробная информация о каждом доме – информация о службах, которые делают жизнь комфортной: УК, больницы, школы, провайдеры.

Наличие удобных маршрутов для всех видов транспорта и оптимальные пути проезда на автомобиле.

Работа в офлайн – все функции 2GIS работают без интернета. Справочник и карта работают даже там, где не ловит мобильный или нет Wi – Fi. Мобильный 2GIS адаптирован для работы на iPad и Android – планшетах. Работайте с картой или справочником на большом экране, это действительно удобно.

Сильные стороны ООО «2GIS»:

- уникальный продукт;
- известность компании в регионах и широкий охват;
- лояльность давних пользователей к продукту как к полезному и бесплатному офлайн – помощнику.

Слабые стороны ООО «2GIS»:

- популярность конкурентов в Москве и Санкт – Петербурге;
- низкая узнаваемость бренда в столицах.

Компания постоянно увеличивает список партнёров, чтобы пользователям было доступно наибольшее количество услуг, например, возможность купить билеты в кино, записаться к стоматологу или заказать столик в ресторане прямо из приложения 2GIS [16].

И каждая из трех версий справочника отвечает главным принципам 2GIS: бесплатно, подробно, понятно. А главное, точно.

Библиографический список

1. *Антипов К.В.* Основы рекламы: учебник. М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009 – 328 с.
2. *Данилов А.А.* Идея, сценарий, дизайн в рекламе / М.: ДАН, 2008. – 125 с.
3. *Джоунс Д. Ф.* Рекламный бизнес: деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиа – планирование, интегрированные коммуникации / М.: Вильямс, 2010. – 350 с.
4. *Кармин А.С.* Психология рекламы. СПб.: ДНК, 2005 – 512 с.
5. *Кошелюк М.* Эффективное PR – мышление: Мастер – класс для начинающих и профессионалов / М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 120 с.
6. *Кутлалиев А., Попов А.* Эффективность рекламы / М.: Эксмо, 2010. – 90 с.
7. *Матанцев А.Н.* Эффективность рекламы / М.: Финпресс, 2007. – 140 с.
8. *Мокшанцев Р.И.* Психология рекламы: учеб. пособие / научн. ред. М.В. Удальцова. М.: Инфра – М, 2009. – 477с.
9. *Морозов В.* «Сценарий и организация корпоративных праздников», 2006. 260 с.

УДК 332.87

С.Г. Гостева

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.П. Дроздова

(доц., канд. экон. наук) – научный руководитель

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СФЕРЫ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) – динамически развивающаяся отрасль, основными системами которой являются: жилищное строительство, жилищное хозяйство, т. е. обеспечение содержания жилищного фонда в надлежащем состоянии, а также коммунальное хозяйство: производство и обеспечение потребителя коммунальными услугами, такими как теплоснабжение, электроснабжение, газоснабжение, водоснабжение, ремонт домов, утилизация бытовых отходов, озеленение придомовой территории, освещение мест общественного пользования и т. п. Преобладающей формой собственности в ЖКХ остаются муниципальные унитарные предприятия (МУП), так как многие годы предоставление жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ) осуществляют предприятия-монополисты, а также потому, что отрасль ЖКХ является убыточной.

С формальной точки зрения услуги, предоставляемые с помощью инженерных коммуникаций, скорее являются частными товарами, чем общественными, поскольку их можно делить на порции и продавать по порциям. Системы инженерного оборудования домов позволяют установить контроль над потреблением услуг отдельными жилыми ячейками, следовательно, существует возможность отключить неплательщикам доступ к системе. Причем вещественный характер самих услуг позволяет произвести оплату в соответствии с потребленным количеством. В данном случае признаки делимости характеризуют коммунальные услуги как частные блага, а не как общественные. Все эти свойства коммунальных услуг предполагают возможность развития в данной сфере конкуренции.

В силу государственного регулирования тарифов на жилищно-коммунальные услуги (ЖКУ) механизм спроса и предложения не действует. Во-первых, это свойство незаменимости, которое не позволяет потребителям отказываться от услуг или сокращать их потребление при повышении цены. Потребители скорее пойдут на сокращение своих расходов на пищу, одежду и т. п. для того, чтобы не прекращали подачу воды, тепла, газа, электроэнергии. Во-вторых, это свойство бесперебойности и надежности предоставления услуг, доступность потребителям в любое время. Ограничение доступности при помощи изменения цены не приводит в действие механизм спроса и предложения, а превращает цены в инструмент социальной дискриминации населения. В-третьих, это свойство насыщения потребностей, возможность их удовлетворения в полном объеме, которое является одним из важных показателей качества коммунального обслуживания, обеспечивает общую доступность услуг. Системы инженерного оборудования изначально рассчитываются так, чтобы производимый в тот или иной период времени объем услуг в точности соответствовал величине фактических потребностей в них. Поэтому рынок коммунальных услуг всегда является равновесным. Независимо от того, какое количество услуг реализуется в разный промежуток времени, спрос и предложение должны быть уравновешены. В-четвертых, это жесткая связь между производством и потреблением, взаимовлияние и взаимозависимость этих процессов между собой, не перемещаемость производственных фондов коммунальных предприятий – это исключает возможность свободы выбора услуг.

В сфере коммунальной деятельности цену задают регулирующие органы, а предложение на уровне насыщения потребностей является одним из технологических параметров системы инженерных коммуникаций. Цена на рынке коммунальных услуг не отражает потребительские вкусы и

предпочтения, а экономические интересы приобретают антагонистический характер. Поэтому отсутствие условий для свободной конкуренции порождает монополию в жилищно-коммунальном хозяйстве. Монополизм коммунальных предприятий неустраим в принципе, поскольку он основывается на технологическом единстве процессов производства и потребления коммунальных услуг. Сколько бы ни ограничивали масштабы системы коммунального обслуживания, она остается монополистом для своих потребителей на обслуживаемой ею территории, независимо от формы собственности.

Потребители коммунальных услуг лишены индивидуальной свободы и не могут отказаться даже от некачественной услуги, должны подчиняться коллективному выбору.

Характерные для сферы производства экономические критерии эффективности зачастую оказываются не определяющими в этих организациях. Поэтому необходимо учитывать не столько экономический эффект, а социально-экономический и чисто социальный эффект. Главной целью должно быть улучшение качества обслуживания населения, и удовлетворение его потребностей, и уже посредством этого – улучшение финансовых показателей работы предприятий.

Поскольку ЖКХ представляет собой отрасль сферы услуг и важнейшую часть территориальной инфраструктуры, определяющую условия жизнедеятельности человека, прежде всего, комфортности жилища, его инженерное благоустройство, от которых зависит качество жизни, то жилищно-коммунальную систему можно определить как сферу услуг, определяющую уровень жизни населения и обеспечивающую качество воспроизводства функционального потенциала индивидуумов.

ЖКХ является отраслью с гарантированным спросом, который составляет, без учета промышленности, 147 млн потребителей. Годовой оборот отрасли – 4,14 трлн руб., а собираемость платежей – 96%. Вместе с тем, отрасль обладает существенным потенциалом повышения эффективности, который обуславливается высоким платежом при низких тарифах и высоком уровне потерь. В настоящее время, для бизнеса сформировано комфортное законодательство, в том числе серьезно усовершенствована концессионная нормативная база. Принято более 30 соответствующих нормативных правовых актов. С 2016 г. вводится долгосрочное тарифное регулирование. Поэтапный переход на него осуществляется уже сейчас. По состоянию на 30 апреля 2015 г. было принято 5730 долгосрочных тарифных решений, из них: в сфере теплоснабжения 3201 тарифное решение (что составляет 55,8% от общего числа), 1509 тарифных решений в сфере водоснабжения (что составляет 26,3% от общего числа) и 1020 тарифных решений в сфере водоотведения (что составляет 17,8% от общего числа). Для примера в 2014 г. было принято всего 875 тарифных решений [4].

В каждом регионе России проведена оценка эффективности коммунальных предприятий, по итогам которой все предприятия, признанные неэффективными, будут переданы в концессию. Кроме того, концессионное законодательство усовершенствовано таким образом, что все концессионные соглашения должны предусматривать целевые показатели для инвесторов. Перед частным бизнесом стоит задача по усовершенствованию технологичности процесса, в том числе посредством модернизации коммунальной инфраструктуры, за счет которого качество коммунальных услуг для конечных потребителей будет повышаться при неизменной стоимости. Таким образом, передача коммунальных объектов в концессию позволит решить сразу две глобальные задачи – обеспечить население качественными коммунальными услугами, не повышая их стоимость, и реализовать экономический потенциал коммунальной сферы.

Ключевым преимуществом сферы ЖКХ является то, что это стабильный бизнес. Помимо гарантированного спроса есть еще государство, которое для обеспечения этой стабильности сегодня делает все возможное. Бизнесу, работающему в ЖКХ, оказывается особая поддержка: запускается субсидирование процентной ставки по кредитам на проекты в ЖКХ, созданы механизмы прямого со финансирования модернизации инфраструктуры.

Уровень информированности граждан о преобразованиях сферы ЖКХ стабильно растет (с 42% в 2007 г. – до 72% в 2015 г.). Поступательную динамику роста показывает желание россиян

получать информацию о возможности снижения счетов за ЖКУ. Постоянно увеличивается число граждан, устанавливающих приборы учета воды (с 58% в ноябре 2014 г. до 66% в марте 2015 г.), а также использующих энергосберегающие лампы и электроприборы (с 54% в ноябре 2014 г. до 62% в марте 2015 г.). Вместе с тем, еще в 2013 г. доля населения, использующего энергосберегающие технологии и установившая приборы учета воды, составляла лишь 45%. Стабильный интерес на уровне 23-28% вызывает информация о порядке контроля над деятельностью своей управляющей компании.

Острая проблема, которая стоит перед отраслью ЖКХ на сегодняшний момент, это рост задолженности населения за коммунальные услуги перед государством в связи с систематическим ростом тарифов. Большая часть населения страны не в состоянии оплачивать коммунальные услуги, так как сумма платежей зачастую превышает сумму доходов семьи.

Причины неплатежей граждан за жилищно-коммунальные услуги могут быть различного плана: финансовые, социальные, психологические. По оценке работников жилищно-коммунальных организаций, среди злостных должников существенную долю составляют граждане с высокими доходами, а наиболее дисциплинированными плательщиками являются пенсионеры.

В целом, основными причинами неплатежей за ЖКУ являются: временные финансовые затруднения, постоянно низкий доход, низкое качество оказываемых жилищно-коммунальных услуг, мнение, что размер платежей необоснованно завышен, просто забывают о платеже.

Опишем некоторые альтернативные способы возмещения задолженности:

- представление жилищных субсидий, более широкое информирование об этом малоимущих граждан;
- перенос бремени долга на работодателя;
- информационно-разъяснительная работа по составу и назначению затрат, включаемых в платежи за ЖКУ;
- предоставление информации об установленных объемах и качестве работ при существующем уровне оплаты;
- проверка работы обслуживающей жилищной организации и соблюдения правил предоставления коммунальных услуг, информация о стандартах качества жилищно-коммунальных услуг;
- рассылка квитанций на оплату жилищно-коммунальных услуг, напоминания о наступлении срока просрочки платежа.

Библиографический список

1. *Кондратьева М.Н.* Организация и управление жилищно-коммунальным хозяйством: Учебное пособие/УлГТУ, Ульяновск, 2009. 160 с.
2. *Элесханов Р. Н.* Повышение эффективности жилищно-коммунального хозяйства в системе муниципального управления // Журнал Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития Научная библиотека: 2013. №3, С.134-141
3. *Тимчук О. Г.* Основные направления развития ЖКХ в РФ// Актуальные вопросы экономики и управления. М.: РИОР, 2011. С.245-248.
4. <http://www.minstroyrf.ru/trades/zhilishno-kommunalnoe-hozyajstvo/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-v-zhkkh1/>
5. <http://social-culture.ru/index.php?request=full&id=138>
6. <http://programs.gov.ru/Portal/programs/passport/5>
7. <http://www.drozdovland.ru/index.php?action=add&add&id=686&rod=659>
8. <http://www.lenoblteplosnab.ru/>

УДК 658.511.5

Е.С.Гришенцова

студентка кафедры экономики высокотехнологичных производств

О.Е.Лысов

(доц., канд. экон. наук) – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ И КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА

Производительность труда – один из главных показателей эффективности и правильной организации деятельности предприятия, который характеризует ее конечный результат, а также отдачу каждой единицы используемых при производстве ресурсов труда. Повышение производительности труда является одной из главных задач предприятий.

Важно отметить, что уровень производительности труда зависит, с одной стороны, от трудовой деятельности сотрудников организации, их желания работать и производить качественную продукцию, с другой стороны, от средств труда, оборудования и машин, с помощью которых производится продукция (товары, услуги) предприятия.

В современном мире научно-технический прогресс не стоит на месте. С каждым годом появляется все более развитое, технологически усложненное оборудование, которое позволяет увеличить темпы производства. Наличие на предприятии такого оборудования существенно влияет на качество и количество производимой продукции, поэтому многие предприятия стремятся заменить или усовершенствовать свои основные производственные фонды.

Одним из главных процессов по модернизации производства является автоматизация, которая подразумевает под собой процесс замены ручного труда машинным. Особенность данного процесса выражается в передаче основной работы техническому оборудованию и в минимизации физического участия работников в производстве продукции.

К основным преимуществам автоматизации производства можно отнести:

1. Увеличение производительности труда и рост объема производства. Процесс автоматизации подразумевает под собой замену работы, выполняемой определенной группой рабочих, одним станком. Введенное в производство оборудование в силу заложенных в нем мощностей может увеличить объем производства продукции в несколько раз.
2. Экономия материалов и энергоресурсов, а также более полная обработка сырья.
3. Снижение производственного брака. Автоматизированное оборудование программируется на производство продукции в определенных параметрах и стандартах, следовательно, сырье и материалы обрабатываются в соответствии с установленной моделью, что значительно снижает риск отличия одного продукта от другого и риск наличия как внутренних, так и внешних дефектов.
4. Повышение качества продукции.
5. Совершенствование технологий производства и расширение ассортимента продукции. Модернизированное оборудование работает через специальные компьютерные программы, которые можно перенастраивать на производство либо нового вида продукции, либо усовершенствованной модели без потери времени и качества;
6. Бесперебойная работа. В отличие от человека, которому необходим перерыв на обед, перекур и время на отдых, техническое оборудование может работать без простоев, автоматически и в течение как минимум одной рабочей смены.
7. Увеличение скорости производственного процесса. По сравнению с человеком, у автоматизированного станка не ограничена возможность выполнения нескольких операций одновременно.

8. Сокращение рабочего персонала. В процессе автоматизации, т. е. при переносе значительного объема работ на техническое оборудование, пропадает необходимость в большом количестве рабочего персонала. Конечно, нужны будут сотрудники, чтобы следить за бесперебойной работой станков, а также высококвалифицированные специалисты, которые будут заниматься ремонтом и наладкой технического оборудования, но такого рода персонала будет необходимо минимальное количество.

9. Улучшение условий труда работников и снижение рисков получения производственных травм.

10. Повышение конкурентоспособности организации в целом. Необходимо отметить, что конкурентоспособность организации в определенной степени зависит от уровня конкурентоспособности всей производимой на предприятии продукции и эффективности всех производственных процессов.

Конкурентоспособность предприятия – одно из ключевых свойств организации в сфере рыночной деятельности. Наличие у предприятия механизированного процесса и автоматизированного оборудования, с помощью которых значительно увеличиваются объемы производства и качество продукции, способствует существенному увеличению его значимости среди организаций, выпускающих схожие товары и услуги.

Немаловажным фактором является то, что автоматизация производства – это достаточно затратный процесс. Перед его началом на предприятии должны быть составлены план и программа, в которых будут отражены обоснованная необходимость и эффективность внедрения нового оборудования, подсчитаны предполагаемые расходы на переоборудование и другие сопутствующие затраты (обучение персонала, настройка оборудования и др.), а также рассчитан период осуществления всего комплекса предстоящих работ. Предприятие должно быть в состоянии в полной мере оплатить суммарные итоговые затраты.

С автоматизацией напрямую связана компьютеризация производства, так как управление техническим объектом осуществляется с помощью компьютерной программы через специально оснащенный блок управления – микропроцессор. Компьютеризация производства – это проникновение вычислительной техники и различных компьютерных технологий и программ почти во все области производственного процесса и в иную связанную с ним деятельность. Внедрение большого числа ЭВМ, компьютерных программных обеспечений не только облегчает деятельность работников производственных цехов, но и способствует более быстрому, автоматизированному и качественному сбору, обработке, а также хранению информации и различной документации предприятия. Программное управление повышает скорость запуска и настройки оборудования.

Буквально одно десятилетие назад деятельность, связанная со сбором, накоплением, хранением и обработкой информации, была очень объемной и трудоемкой. Вся бумажная деятельность предприятия собиралась (концентрировалась) в специальных вычислительно-информационных подразделениях и требовала много времени для проверки и систематизации накопленной документации.

В настоящее время наличие специально разработанного программного обеспечения, во-первых, помогает в удобной для сотрудников форме хранить и обрабатывать всю необходимую документацию; во-вторых, упрощает систему доступа к источникам информации; в-третьих, оказывает существенное влияние на быстроту передачи информации из одного подразделения в другое.

Следует отметить, что при наличии разветвленной системы компьютеров, программного обеспечения и различных информационных технологий на предприятии в значительной степени увеличивается производительность труда и снижаются затраты (производственные, управленческие), так как:

- бумажная работа занимает гораздо меньше времени;
- ускоряется пуско-наладочный процесс оборудования;
- передача информации происходит через компьютерную сеть буквально в «один клик»;

- с помощью компьютерных технологий и программ можно построить математические и иные модели и произвести все нужные трудоемкие расчеты;
- благодаря систематизации информации и хранении ее в одном месте автоматизируется работа по подготовке различной финансовой, статистической и иной отчетности,
- и др.

Данные процессы имеют большое распространение. Сферы их применения различны и включают в себя следующие виды: торговля, производственная, комплектовочная, сборочная и упаковочная деятельность предприятий, строительство, химическая промышленность, черная металлургия, транспортная и авиакосмическая промышленности, машиностроение и многие другие.

Таким образом автоматизация и компьютеризация производства оказывают благоприятное воздействие на деятельность предприятия: увеличиваются объемы производства, снижаются затраты на рабочую силу, происходит ускорение темпов производства, а также укрепление и повышение уровня конкурентоспособности предприятия. Несмотря на то, что для переоборудования производства предприятию нужно будет понести большое количество суммарных затрат, сил и времени, в итоге все окупится и предприятие значительно повысит уровень производительности труда, а также выйдет на новый уровень развития.

Вопрос по повышению производительности труда является актуальным для Российской Федерации.

В связи со сложившейся экономической ситуацией в стране, низкий уровень производительности труда прямо пропорционально влияет на темпы экономического роста и сказывается на конкурентоспособности страны в целом. Повышение уровня данного показателя является не просто задачей производителей, но и стратегией всей экономики страны.

На заседании Комиссии по мониторингу достижения целевых показателей социально-экономического развития РФ в 2015 г. Президент В.В. Путин призывал и обязывал правительство к стимулированию производителей повышать уровень производительности труда. Рост данного показателя, по мнению Президента, должен быть как за счет квалифицированных специалистов и, соответственно, создания высокотехнологичных рабочих мест, так и за счет улучшения производственных фондов предприятия (избавления от старого оборудования).

На сегодняшний день у многих производственных, промышленных предприятий отсутствует желание, интерес, а главное возможность к повышению производительности труда.

К основным причинам отсутствия быстрого роста и наличия низкого уровня данного показателя по сравнению с другими странами можно отнести:

- отсутствие инвестиций в производство;
- нежелание предприятий нести большие затраты на модернизацию производства и стимулирование работников;
- устаревшее оборудование, технологии производства на предприятиях;
- недостаток высококвалифицированных специалистов и общая проблема подготовки (переподготовки) кадров и др.

Нельзя не отметить, что политическая и экономическая сферы деятельности государства оказывают большое влияние на данный показатель, что введенные против России санкции и общая картина международных отношений с другими государствами положительно влияют на развитие экономики нашей страны, но глобальных, а главное эффективных шагов к изменению сложившейся ситуации не наблюдается.

Что можно сделать?

Для решения данной проблемы, безусловно, необходимы глобальные и комплексные меры:

- На государственном уровне необходимо разработать комплексную программу по повышению производительности труда во всех отраслях экономики, а также программы по стимулированию предприятий.
- Нужно создавать и развивать базу новых усовершенствованных основных производственных фондов и технологий производства, а соответственно, нужно развивать инновационную

деятельность в стране, внедряя новые разработки в действие, следовать научно-техническому прогрессу.

- Большим толчком к увеличению темпов роста производства может послужить автоматизация и компьютеризация производственного процесса.
- Концентрировать внимание на развитии тех отраслей экономики, которые обладают высоким потенциалом развития уровня производительности.
- Развивать процесс привлечения инвестиций в производство.
- Необходимо уделять особое внимание кадровой политике на предприятиях, повышению квалификации работников, а также усовершенствовать образовательные программы по подготовке производственных сотрудников (кадров).
- Развивать производство во всех регионах страны без исключений.
- Повышать стандарты качества продукции.
- Стимулировать всех производителей и предпринимателей и создавать благоприятную экономическую среду для их развития и продвижения продукции на мировой рынок и прочее.

Экономика страны в целом должна выходить на новый международный уровень, следовать всем тенденциям в развитии, проводить комплексные меры и внедрять стимулы для производителей к повышению производительности труда и иных показателей во всех отраслях экономики, осуществлять контроль над эффективностью проводимой деятельности предприятий.

УДК 657.01

К.С. Дагаева

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

МСФО КАК ИНСТРУМЕНТ РЕФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Система бухгалтерского учета, существовавшая в условиях планируемой экономики, была обусловлена общественным характером собственности и потребностями государственного управления экономикой. Главным потребителем информации, формирующейся в системе бухгалтерского учета, выступало государство в лице отраслевых министерств и ведомств и планирующих, статистических и финансовых органов. Действовавшая система государственного финансового контроля решала задачи выявления отклонений от предписанных моделей хозяйственного поведения организаций. Изменение системы общественных отношений в конце 1990-х гг., а также гражданско-правовой среды предопределило необходимость адекватной трансформации бухгалтерского учета. Однако процесс реформирования отечественной системы бухгалтерского учета отставал от общего процесса экономических реформ в России [4].

Именно в целях изменения такого положения дел Методологическим советом по бухгалтерскому учету при Минфине России и Президентским советом Института профессиональных бухгалтеров 26 декабря 1997 г. была принята Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике Российской Федерации [7]. В развитие Концепции 1997 г. была разработана и утверждена постановлением Правительства РФ от 6 марта 1998 г. №283 Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности. В соответствии с указанной программой задачи реформы заключаются в следующем: сформировать систему стандартов учета и отчетности, обеспечивающих полезной информацией пользователей, в первую очередь инвесторов; обеспечить увязку реформы бухгалтерского учета в России с основными тенденциями гармонизации стандартов на международном уровне; оказать методическую

помощь в понимании и внедрении реформированной модели бухгалтерского учета. В результате реализации указанной программы в конце 1990-х – начале 2000-х гг. в области бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации произошли значительные изменения, направленные на обеспечение формирования информации о финансовом положении и финансовых результатах деятельности хозяйствующих субъектов, полезной заинтересованным пользователям.

В качестве основного инструмента реформирования бухгалтерского учета и отчетности были приняты Международные стандарты финансовой отчетности (далее – МСФО). В бухгалтерской отчетности раскрывается информация: об аффилированных лицах, событиях после отчетной даты, условных фактах хозяйственной деятельности, прекращаемой деятельности, обесценении финансовых и других активов, по сегментам и др. Хозяйствующие субъекты используют в бухгалтерском учете и отчетности способы оценки активов и обязательств, ориентированные на условия рыночной экономики. Крупнейшие хозяйствующие субъекты (нефтяной, газовой, электроэнергетической, металлургической, автомобилестроительной, химической промышленности, банковского сектора) подготавливают консолидированную финансовую отчетность по МСФО или иным международно признаваемым стандартам. Получил развитие рынок аудиторских услуг. В то же время, несмотря на определенные успехи в развитии, в бухгалтерском учете и отчетности имелись серьезные проблемы, которые проявлялись: а) в отсутствии официального статуса бухгалтерской отчетности, составляемой по МСФО, а также необходимой инфраструктуры применения МСФО; б) в формальном подходе регулирующих органов и хозяйствующих субъектов ко многим категориям, принципам и требованиям бухгалтерского учета и отчетности, отвечающим условиям рыночной экономики; в) в неоправданно высоких затратах хозяйствующих субъектов на подготовку консолидированной финансовой отчетности по МСФО путем трансформации бухгалтерской отчетности, подготовленной по российским правилам; г) в значительном административном бремени хозяйствующих субъектов по представлению избыточной отчетности органам государственной власти, а также излишних затратах из-за необходимости параллельно с бухгалтерским вести налоговый учет; д) в слабости системы контроля качества бухгалтерской отчетности, в том числе в невысоком качестве аудита бухгалтерской отчетности; е) в недостаточности участия профессиональных общественных объединений и другой заинтересованной общественности, включая пользователей бухгалтерской отчетности, в регулировании бухгалтерского учета и отчетности, а также в развитии бухгалтерской и аудиторской профессии; ж) в низком уровне профессиональной подготовки большей части бухгалтеров и аудиторов, а также недостаточности навыков использования информации, подготовленной по МСФО. Таким образом, сложившаяся система бухгалтерского учета и отчетности не обеспечивала в полной мере надлежащее качество и надежность формируемой в ней информации, а также существенно ограничивала возможности полезного использования этой информации [5].

Новым этапом реформирования отечественного бухгалтерского учета явилась концепция развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу, утвержденная приказом Минфина России от 1 июля 2004 г. №180.

В соответствии с данным документом реформа системы бухгалтерского учета в России проводится в два этапа (таблица).

Этапы реформы системы бухгалтерского учета и отчетности в России

Первый этап	Второй этап
Обязательный перевод на МСФО консолидированной финансовой отчетности общественно значимых хозяйствующих субъектов	Обязательный перевод на МСФО консолидированной финансовой отчетности других хозяйствующих субъектов
Утверждение основного комплекта российских стандартов индивидуальной бухгалтерской отчетности на основе МСФО	Дальнейшее повышение роли профессиональных общественных объединений в развитии и регулировании бухгалтерской и аудиторской профессии
Создание основных элементов инфраструктуры применения МСФО	Развитие системы контроля обеспечения хозяйствующими субъектами публичности бухгалтерской отчетности
Совершенствование системы подготовки и повышения квалификации кадров, в том числе пользователей бухгалтерской отчетности	

В процессе перехода от централизованного планируемого хозяйства к рыночной экономике в 1990-х гг. в России произошли преобразования в учете и отчетности, так как изменились функции учета. Возникла проблема реформирования учета в соответствии с общепринятой во всем мире практикой применения МСФО. Это необходимо для того, чтобы российские предприятия, выходящие на международные рынки, были их полноправными участниками, а стандарты бухгалтерского учета отражали деятельность и положение компаний. В России, в условиях повышенных рисков, признание международных стандартов финансовой отчетности важный шаг для привлечения иностранных инвестиций [3].

В настоящее время, с учетом широкого внедрения современных технологий, требования к единообразному толкованию финансовой отчетности компании возросли.

Международные стандарты финансовой отчетности признаны во всем эффективным инструментом для представления прозрачной и понятной информации о деятельности компании. МСФО следует рассматривать как отправную точку формы и искать такие пути для адаптации международных стандартов к российской специфике, которые бы обеспечили общую сопоставимость финансовой отчетности российских и зарубежных компаний [1].

Международные стандарты формировались под влиянием американской и английской школ учета. Об их влиянии на российский учет свидетельствуют следующие изменения:

1. Смена основных пользователей финансовой отчетности. МСФО главным образом обслуживает потребности инвесторов.

2. Приоритет содержания над формой. Данный принцип содержится в российских и международных дисциплинах.

3. Концепция достоверности и добросовестного взгляда. Данная концепция является достижением британской школы бухгалтерского учета.

4. Профессиональное суждение. Профессиональное суждение заимствовано из англо-американской школы учета, а впоследствии и российскими стандартами.

5. Справедливая стоимость. В МСФО требования об оценке по справедливой стоимости установлены для многих ученой объектов: инвестиционной недвижимости, основных средств, финансовых инструментов.

6. Разделение налогового и бухгалтерского учета. В теории учета выделяют две концепции сосуществования бухгалтерского и налогового учета:

– «балансовая концепция», возникшая в Европе, гласит, что сумма балансовой прибыли должна быть равно налогооблагаемой величине;

– «налоговая концепция», возникшая в Великобритании, звучит так : «...сумма балансовой прибыли принципиально отлична от налогооблагаемой величины» [2].

7. Деление бухгалтерского учета на финансовый и управленческий учет. Идея такого разделения принадлежит американской школе учета. В МСФО она также нашла широкое отражение.

Основными направлениями, по которым будет развиваться учет в России, в ближайшей перспективе являются:

1. Распространение консолидированной финансовой отчетности.
2. Дальнейшая интеграция МСФО и идей англо-американской школы учета в регулирование и практику российского учета.
3. Развитие оценочной деятельности как необходимого инструмента учета по справедливой стоимости.
4. Повышение престижа и изменение наполнения бухгалтерской профессии.
5. Изменение системы образования в области учета и аудита [10].

Любое положение МСФО может стать нормой российского законодательства о бухгалтерском учете только в двух случаях.

1. Заимствование отдельных положений МСФО при разработке и принятии нормативных актов бухгалтерского законодательства РФ. В этом случае отдельные положения МСФО, например определение допущения непрерывности деятельности организации, переведенные на русский язык, фактически в новой редакции включаются в текст российского нормативного акта, становясь, таким образом его предписанием [6]. В предписаниях отечественных нормативных документов отражаются методологические положения МСФО, но уже в адаптированной отечественной практике интерпретации, изложенные на русском языке, становясь, таким образом, нормой отечественного законодательства о бухгалтерском учёте.

2. Текст российских нормативно-правовых актов может включать прямые отсылки к МСФО делая таким образом их указания обязательными для применения соответствующей нормы отечественного законодательства о бухгалтерском учете [11].

Российский нормативный акт может содержать предписание, согласно которому ведение бухгалтерского учета в определенной части, допустим, тестирование активов на обесценение, следует осуществлять согласно положениям МСФО. Соответствующих предписаний о таком тестировании отечественный нормативный акт в этом случае уже содержать не будет, следовательно, чтобы исполнить указания российского нормативного документа, бухгалтеру потребуется обратиться к тексту МСФО. Так, например, в п. 7 ПБУ 1/08 «Учетная политика организации» указано, что при разработке способа ведения бухгалтерского учета той или иной хозяйственной операции можно пользоваться не только нормами действующего ПБУ, но и правилами МСФО.

Принятие в 2010 г. Закона «О консолидированной отчетности» позволило придать отчетности по МСФО правовой статус. Приказом Минфина России от 25 ноября 2011 г. № 160н были введены в действие на территории России 37 МСФО и 26 разъяснений международных стандартов. 25 февраля 2011 г. было принято постановление Правительства РФ №107, которым утверждается порядок признания МСФО и разъяснений МСФО для применения на территории РФ, которые принимаются Фондом международных стандартов финансовой отчетности (Фонд МСФО).

Указанным порядком устанавливается, что решение о введении каждого документа, входящего в состав МСФО, для применения на территории РФ принимается в два этапа. На первом этапе проводится детальная экспертиза документа с целью определения его применимости на территории РФ. Предусмотрено, что такая экспертиза проводится негосударственным экспертным органом, представляющим интересы широкого круга пользователей и составителей бухгалтерской (финансовой) отчетности. На втором этапе федеральные органы исполнительной власти, указанные в постановлении, и Банк России принимают согласованное решение на основе результатов экспертизы о введении документа, входящего в состав МСФО, для применения на территории РФ. Решение оформляется приказом Минфина России, который является нормативным правовым актом и подлежит государственной регистрации в Минюсте России. Порядок признания МСФО для

применения на территории РФ не предполагает их автоматического введения в правовое поле РФ [7]. Если какой-либо стандарт или его отдельные положения не будут соответствовать условию их применимости на территории РФ, то Минфин России должен принять решение о невозможности применения такого стандарта или его отдельных положений. Аналогичная практика, в том числе отказ от применения отдельных положений МСФО, предусмотрена при решении вопроса о признании МСФО для применения на территории Европейского союза.

Кроме того, порядок признания МСФО предусматривает механизм принятия дополнительных положений к документам МСФО в случаях, когда обуславливается особенностями применения такого документа на территории Российской Федерации. Положение допускает возможность поэтапного применения документов, входящих в состав МСФО, на территории Российской Федерации. На первом этапе предусматривается добровольное применение МСФО, на втором этапе – обязательное.

В настоящее время продолжается работа по обобщению практики применения нормативно-правовых норм по вопросам применения МСФО, для этого приказом Минфина РФ от 30.03.2012 г. была создана Межведомственная рабочая группа по применению МСФО. Основной целью группы является обобщение и распределение опыта применения МСФО с целью последовательного и единообразного их применения. Таким образом, сделан еще один шаг для реформирования бухгалтерского учета в России.

Библиографический список

1. *Минина Н.В.* Внедрение МСФО в российскую систему бухгалтерского учёта.
2. *Международный бухгалтерский учет.* 2012. №1. С. 11-19.
3. *Модеров С.В., Генералова Н.В.* МСФО в России: применение, влияние на национальный учёт // URL: <http://ifrs.su> – 2013/04/15.
4. *Соколов Я.В., Бычкова С.М.* О приоритете содержания перед формой: проблемы учёта // *Бухгалтерский учёт.* 2012. № 1. С. 17-19.
5. *Международные стандарты финансовой отчетности; (2009): справочное руководство//* под ред. Л.В. Горбатовой // *Волтерсклувер, М., 544 с.*
6. *Бухгалтерский учет.* (2014): учебник / под ред. П.С. Безруких // М., Библиотека журнала «Бухгалтерский учет». 736 с.
7. «Будущее МСФО в России: очередной этап реформ», журнал «Финансовый директор». 2015. № 1 (55). С 26-29.
8. Федеральный закон «О консолидированной финансовой отчетности» от 27.07.10 №208 – Ф3 (в ред. от 21.11.11 №327 – Ф3). Принят Государственной Думой 07.07.10. Одобрен Советом Федерации 14.07.10 // *Российская газета.* 2013. №268.
9. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.11.11 №402 – Ф3. Принят Государственной Думой 22.11.11. Одобрен Советом Федерации 29.11.11 // *Российская газета.* 2013. №274.
10. Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации» от 25.02.11 №107 (в ред. от 27.01.12 №35) // *Российская газета.* 2011. №51.
11. Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности» от 06.03.98 № 283 // *Российская газета.* 2014. №279.
12. Концепция развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу. Утверждена приказом Минфина РФ от 01.07.04 №180 // *Российская Бизнес – газета.* 2014. №6.

13. Приказ Минфина РФ «О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» от 25.11.11 №160н // Российская газета. 2013. №274.

УДК 338.984

О.В. Доброгорская

студентка кафедры международного предпринимательства

Ю.Г. Харитонова

(старший преподаватель) – научный руководитель

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Сегодня в Российской Федерации существует крупный и динамично растущий конкурентный рынок, на котором действует множество как отечественных, так и зарубежных консалтинговых компаний. Суммарное число консалтинговых компаний составляет около четырех тысяч. Наиболее крупными игроками на российском рынке консалтинговых услуг являются порядка 180 компаний, некоторые из них превосходят по выручке, численности работников и эффективности деятельности местные отделения зарубежных компаний [1].

На российском рынке консалтинговых услуг можно выделить следующие направления: администрирование; общее управление; оценочная деятельность; управление кадрами; ИТ-консалтинг; финансовый консалтинг; налоговый и юридический консалтинг; маркетинговый и производственный консалтинг.

Доля российского консалтинга в мировом рынке консалтинговых услуг незначительна и составляет около 1,5%. Достаточно невысокий показатель доли России в мировом рынке консалтинга можно объяснить тем, что рынок данных услуг в России достаточно молод в сравнении с другими, лидирующими в данной отрасли странами.

Но российский рынок консалтинговых услуг достаточно динамичен, и на нем постоянно появляются новые компании, что вызывает стремительный рост данного рынка. В связи с этим, можно сделать вывод, что вскоре возможно увеличение доли России на мировом рынке консалтинговых услуг.

Структура распространения консалтинговых услуг внутри страны достаточно неоднородна. Центрами российского консалтинга традиционно являются Москва и Санкт-Петербург. На них приходится около 50% общей выручки. Затем Сибирский и Приволжский федеральный округ.

Несмотря на это, в регионах спрос на консалтинговые услуги сейчас довольно высокий и продолжает расти. Можно даже отметить, что бизнесу в регионах из-за нехватки «местных» специалистов приходится прибегать к услугам столичных компаний, а это не всегда удобно.

На российском рынке консалтинговых услуг наблюдается тенденция к слиянию и поглощению компаний. Многие фирмы объединяются в консалтинговые группы. На 2015 г. насчитывается 178 крупнейших консалтинговых групп на российском рынке консалтинговых услуг (табл. 1) [2].

Все нижеперечисленные группы компаний базируются в Москве. По данным таблицы видно, что в основном компании зарождались в начале 90-х гг. На данный период времени как раз пришлось зарождение частной собственности (программа масштабной приватизации), государственные компании переходили в руки к частным владельцам. В связи с этим резко возросла потребность в профессиональных консультантах, что и дало толчок к возникновению консалтинговых компаний.

Если сравнивать объемы выручки, то можно сделать вывод, что у большинства компаний наблюдается прирост в среднем на 8%. Число сотрудников колеблется от 597 до 2147 человек.

Также, не менее важно рассмотреть структуру выручки компаний по направлениям деятельности (табл. 2).

Таблица 1

10 крупнейших консалтинговых групп России на 2015 г [2]

№	Группа компаний	Год основания	Суммарная выручка от консалтинговых услуг (тыс. рублей)		Сотрудники (чел.)	Число участников группы на 2015г.
			За 2015 г.	Прирост за год (%)		
1	ЛАНИТ	1989	11 768 590	-7,1	1 620	44
2	«Компьюлинк»	1993	8 536 196	6,4	620	6
3	КРОК	1992	7 140 692	8,2	1 586	4
4	AT Consulting	2001	7 026 448	15,3	2 147	4
5	PwC	1989	6 892 907	6,4	987	7
6	«ГК Техносерв»	1992	4 739 752	-	496	5
7	«Ай-Теко»	1997	4 196 980	4,7	597	н.д.
8	КПМГ	1992	4 085 484	12,6	897	9
9	«PCM Русь»	1992	3 755 259	-	825	72
10	2K	1994	3 529 287	6,3	637	33

Таблица 2

Объем выручки консалтинговых компаний по направлениям деятельности, млрд руб [3]

Направление консалтинга	Выручка, млрд руб.					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Финансовый консалтинг	6,4	7,3	10,4	10,9	11,4	12
Юридический консалтинг	4,8	5,1	6	6,4	6,9	7,5
ИТ-консалтинг	47	51	56	61	67	75
Управление персоналом	1,8	2,1	2,3	2,5	2,8	3,2
Налоговый консалтинг	6,9	7,2	7,4	7,7	7,9	8,3
Консалтинг в области стратегии и маркетинга	5,9	6,1	4,7	4,9	5,1	5,5

По данным таблицы видно, что выручка по каждому направлению, несомненно, увеличивалась в течение рассматриваемого периода (2013 – 2015 гг.). Единственное исключение – это выручка от консалтинговой деятельности в области стратегии и маркетинга. В 2015 г. наблюдался спад около 25%. Весомое влияние на данный результат оказало завершение ряда государственных проектов, таких как стратегия социально-экономического развития Новосибирской области, программа по безопасности дорожного движения, стратегия развития

нефтегазового машиностроения Российской Федерации до 2030 г. для Министерства промышленности и торговли и др.

В связи со сложной ситуацией в экономике РФ компании стремятся к оптимизации работы компании, к снижению своих рисков.

Это в свою очередь привело к росту спроса на все основные направления консалтинга: управление финансами и налогообложением, автоматизация бизнес-процессов и интеграционных проектов, стратегическое планирование и маркетинг, услуги для производственных процессов.

Данная тенденция обозначилась еще в прошлом году – это подтверждает стремительный рост выручки компаний на российском рынке финансового консалтинга.

По итогам 2015 г. услуги в сфере финансового консалтинга стали самым быстрорастущим направлением (прирост составил почти 30%, доход – 10,4 млрд руб.), и их рост, по мнению экспертов, продолжится в нынешнем году [3].

На долю услуг налогового и юридического консалтинга в 2015 г. пришлось 14% общего дохода участников рынка.

Выручка участников рынка консалтинга в области управления персоналом в 2015 г. составила 2,3 млрд руб., что на 8% больше, чем в 2014 г. Рост спроса на HR-консультирование было вызвано, в том числе, и неизбежными в ходе кризиса сокращениями штатов у клиентов, называемые оптимизацией.

Как и прежде, наибольший объем доходов участников российского рынка консалтинга (57%) приходится на ИТ-консалтинг: по итогам 2015 г. суммарный объем доходов составил 56 млрд руб. Прирост выручки в целом по сегменту составил 8%.

В непростой экономической ситуации вполне понятно желание компаний оптимизировать свои затраты на информационные технологии и программное обеспечение, а также их стремление извлечь из имеющихся ресурсов максимальную пользу, что и формирует спрос на ИТ-консалтинг.

Главным потребителем, который формирует спрос, в среднесрочной перспективе будет государство. Так, в ближайшие несколько лет должны быть разработаны региональные и муниципальные стратегии [4], предусмотренные законом «О стратегическом планировании в РФ» (№172-ФЗ от 28.06.2014).

Итак, структура российского рынка консалтинга все больше приближается к западной, где основными видами услуг являются стратегический, финансовый и ИТ-консалтинг. Россия очень близко подошла к европейскому уровню по доле на рынке услуг в области ИТ.

Нельзя оставить без внимания влияние антироссийских санкций на отечественный рынок консалтинговых услуг. Под влияние санкций в основном попал ИТ-консалтинг, так как он напрямую зависит от зарубежных поставок программных обеспечений и технологий.

В связи с этим объем рынка ИТ-консалтинга за 2 года (с 2014 г.) сократился практически на 10%. Отрицательно сказалось сокращение объемов поставок иностранных ПО и технологий, так как в России заменить их практически нечем. Рынок отечественных производителей программных обеспечений и технологий достаточно мал, и развиваться в полной мере он начал только со стартом государственной программы импортозамещения.

Но кризисная ситуация привнесла и некоторые положительные моменты: несмотря на сокращение объема поставок технологий и ПО, спрос на внутреннем рынке на данный вид консалтинга несомненно растет – об этом говорит положительная динамика выручки российских консалтинговых компаний (см. табл. 2). Это связано с желанием компаний оптимизировать свою деятельность в связи с кризисной ситуацией в стране. Также введение антироссийских санкций привело к появлению новых возможностей для отечественных компаний.

Во-первых, это хорошая возможность для развития отечественных разработок программных обеспечений и технологий, так как конкурентов на данном рынке значительно поубавилось.

Во-вторых, это поддержка уже установленных в России иностранных ПО и технологий.

Также антироссийские санкции коснулись и других видов консалтинга. Например, введение санкций повлекло за собой рост спроса на юридический консалтинг (оспаривание санкций, вопросы по компенсации потерь от санкционных мер или по их «обходу» и т.д.).

Таким образом, можно сделать вывод, что в последнее время в области IT-консалтинга наметилась тенденция к смещению акцента с системной интеграции на управленческое консультирование, что связано с увеличением объема консалтинговых услуг в ходе внедрения корпоративных информационных систем. И основным потребителем в среднесрочной перспективе данного вида консалтинга будет государство.

Наибольший спрос на стратегическое планирование и организационное развитие наблюдается в отраслях с высокой конкуренцией. В условиях конкуренции менеджмент предприятий осознает необходимость иметь долгосрочную стратегию развития.

Универсальным драйвером спроса на консалтинг продолжит быть оптимизация в различных областях деятельности с целью сокращения бюджетов. Проекты государственно-частного партнерства (ГЧП) здесь не исключение. Среди проектов ГЧП можно отметить отрасль ЖКХ, нуждающаяся в инвестициях и преобразовании инфраструктуры.

Большой спрос на производственный и инженерный консалтинг будет предъявлять оборонно-промышленный комплекс, особенно в связи с ускоренным импортозамещением информационных технологий в отрасли.

Наибольший объем доходов участников российского рынка (57%) приходится на IT-консалтинг.

В сложившихся условиях закономерно желание заказчиков оптимизировать свои затраты на информационные технологии, а также стремление извлечь из имеющихся ресурсов максимум, что и формирует спрос на IT-консалтинг.

В заключение можно сказать, что наиболее перспективным направлением продолжит оставаться IT-консалтинг, спрос на него будет только расти. Также будут востребованы услуги по комплексному анализу компаний, что для хозяйствующего субъекта означает стремление к снижению рисков и привлечению прибыли в условиях экономического кризиса. Это и определяет дальнейший спрос на данные виды услуг.

Библиографический список

1. Российский консалтинг, <http://www.raexpert.ru/ratings/consulting/2015/>. Дата обращения 30.03.2016.
2. RAExpert – Список крупнейших консалтинговых групп России на 2015 год <http://www.raexpert.ru/rankingtable/consult/2015/main/>. Дата обращения 04.05.2016г.
3. RAexpert – Российский консалтинг, <http://www.raexpert.ru/ratings/consulting/2015/>. Дата обращения 01.04.2016г.
4. Консультант Плюс «Закон о стратегическом планировании в РФ», https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/. Дата обращения 29.03.2016г.

УДК 327

С.С. Донских

студентка кафедры международного предпринимательства

В.Л. Хейфец

(профессор, д-р ист- наук, доцент) – научный руководитель

АМЕРИКАНО-ПЕРУАНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Отношения Перу с Соединенными Штатами Америки имеют давнюю историю, так как дипломатические отношения между этими странами были установлены еще в 1827 г. после провозглашения независимости Перу от Испании [1].

В последнее десятилетие в Перу наблюдается устойчивый экономический рост, сокращение масштабов нищеты и широкая поддержка установления принципов демократии. Кроме того, страна является одним из ключевых партнеров США среди латиноамериканских стран. Далее, США содействуют укреплению демократических институтов и гарантий прав человека в Перу, а также социально-экономическому росту на основе свободной торговли и принципов открытых рынков [2].

Тесное сотрудничество в ходе переговоров по нашумевшему Соглашению о Транс-Тихоокеанском партнерстве (ТТП), взаимодействие в сфере торговли при соблюдении высоких стандартов, прописанных в Соглашении о поощрении торговли [3] являются одними из примеров последних взаимных действий. Они направлены на укрепление торговых и инвестиционных связей на двусторонней основе и расширение экономических связей между Северной и Южной Америкой, а также растущими рынками Азиатско-Тихоокеанского региона [4].

Не столь давно, а именно в мае прошлого года, в СМИ появилась информация о начале новой эры в отношениях между Вашингтоном и Латинской Америкой в целом. Это было связано с заявлением Барака Обамы, в котором он говорил об открытии новой страницы в отношениях со странами данного региона. Объяснялось это тем, что на тот момент велись активные переговоры с большим количеством стран Тихоокеанского региона (12 представителей), включающим Мексику, Чили и как раз Перу, о подписании соглашения о Транс-Тихоокеанском партнерстве [5].

Данное заявление сразу же подверглось критике, так как Вашингтон за последнее время не проявлял особой активности в сфере сотрудничества с данным регионом и углублении интеграции. Кроме того, свой первый визит в 2009 г. после своего избрания президентом Обама совершил в Канаду, а не, например, Мексику как партнера по НАФТА. Что же касается Перу, то в эту страну за два президентских срока не состоялось ни одного официального визита лидера США. Лишь на осень (17-19 ноября) 2016 г. запланировано посещение Б. Обамой Лимы в рамках встречи на полях АТЭС [6]. Хотя, руководствуясь все той же статистикой, его предшественник, Дж. Буш младший, совершил два визита в Перу (2002 и 2008 гг.). Один из них прошел в рамках встречи с президентами Колумбии, Боливии, Перу и вице-президентом Эквадора, а второй – на полях Азиатско-Тихоокеанского форума экономического сотрудничества. В основном эксперты сходятся на том, что до наступления новой эры должен пройти еще большой промежуток времени. Хотя этот период может рассматриваться как потенциальная возможность для укрепления США, как в регионе, так и в отдельно взятых странах, в том числе и Перу [7].

Если говорить более предметно о перуано-американских отношениях, то в начале третьего тысячелетия успехом этих отношений стало продление «Закона о тарифных преференциях Анд» от 4 декабря 1991г. [8]. В 2002 г. он был переименован в «Закон о поощрении торговли со странами Андской группы и искоренении наркотиков» и предусматривал введение особых условий уплаты налогов для стран Андской группы (Боливия, Колумбия, Эквадор и Перу) в США. Кроме того, благодаря данному договору к 5600 товарам, подлежащим беспошлинному экспорту из Андских стран в США, добавились 700 позиций (нефть, часы и их комплектующие, кожаные изделия, продукция

животноводства, текстильные изделия и др.) [9]. В целом, в указанный период перуано-американский товарооборот вырос на 126%, темпы роста экспорта Перу превалировали над показателями роста импорта (12,9% и 4,0% соответственно).

Для Перу данный ряд договоров стал своего рода подготовкой к разработке и подписанию соглашения о свободной торговле (ССТ) с Соединенными Штатами Америки, подписанного в апреле 2006 г., ратифицированного Конгрессом Перу в июне того же года и палатой представителей США в ноябре 2007 г. В действительности оно заработало в полной мере лишь с февраля 2009 г. [10].

Соглашение в качестве конечной цели подразумевало устранение барьеров в торговле, обеспечение доступа к товарам и услугам и стимулирование частных инвестиций в странах-участницах соглашения. Оно также включало вопросы институционального характера, интеллектуальной собственности, соблюдение трудовых прав и среди прочего политику в области окружающей среды [11]. Столь большой промежуток времени с момента подписания соглашения и вступления его в силу связан со значительным ужесточением экологических стандартов американской стороной уже после окончательного согласования и подписания соглашения. Процесс ратификации в США не сдвинулся с места до тех пор, пока перуанское правительство не пошло на уступки по данному вопросу [12].

В 2011 г. товарооборот между двумя странами достиг 12,9 млн долл. США и вырос на 12,4% по сравнению с 2010 г. Экспорт Перу в США составил 5,9 млн долл. США, а импорт 7 млн долл. США.

И на сегодняшний день Вашингтон является вторым торговым партнером Перу, сохраняя все тот же уровень товарооборота. Позитивным моментом является то, что, несмотря на кризисные явления в мировой экономике, страна, которая традиционно экспортирует сырье, смогла увеличить экспорт нетрадиционных товаров на 90,3% с момента подписания Соглашения о свободной торговле, а именно с 1,6 млн долл. в 2009 г. до 2,9 млн долл. в 2015 году.

В соответствии с данными Министерства внешней торговли и туризма наиболее благополучно дела обстоят в области добычи неметаллических пород, которая выросла на 349%, экспорта продуктов черной металлургии (увеличился на 240%). Кроме того, продажа химических веществ увеличилась на 175%, сельскохозяйственной продукции на 144% (спаржа, виноград, авокадо, артишоки и манго) [13].

Кроме того, Соединенные Штаты Америки входят в число стран, которые направляют наибольшее количество прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в Перу (13,7% от общего объема) [14].

Важным аспектом сотрудничества двух стран является борьба с контрабандой наркотиков, в связи с тем, что ни одна страна, и США тем более, не заинтересованы в распространении наркотиков по своей территории. В последних докладах Лимы программы ликвидации посевов коки признаются успешными, так как Перу уничтожила 36 тыс. гектаров коки и конфисковала 8,3 тонн сырья.

Сотрудничество в борьбе с распространением этой проблемы находится в его наивысшей точке. Вашингтоном разработана программа денежного премирования тех, кто предоставляет информацию о местонахождении контрабандистов, местах хранения товара, местах совершения сделок и любые другие сведения, которые могут способствовать поимке крупных контрабандистов, переправляющих наркотики в США. Данная система распространяется и на Перу. Перуанцам, владеющим какой-либо информацией по данным вопросам, необходимо обратиться в ближайшее посольство или консульство США. С целью защиты граждан им предоставляется полная конфиденциальность. Программа действительно работает, так как с момента ее запуска было достаточно большое количество обращений со стороны населения, а правительство США выплатило порядка 62 млн долл. [15].

Тем не менее, тесное сотрудничество Перу и США воспринимается радушно и вызывает одобрение населения не во всех областях. В частности, недовольство вызывает давнее тесное

сотрудничество двух стран в военно-политической сфере. По мнению экспертов, Перу становится плацдармом Пентагона в Южной Америке, так как на данный момент на перуанской территории официально действуют три американских военных базы. Хотя существуют различные данные, о том, что фактическое количество баз отличается: как минимум еще шесть баз, о которых не сообщается. Эти засекреченные подразделения также ведут борьбу с терроризмом и транспортировкой наркотиков [16].

По данным Управления по борьбе с наркотиками (ДЕА), именно территория Перу является одной из основных точек отправки в Соединенные Штаты и Европу кокаина и других наркотиков в огромных масштабах (сотни килограмм) [17].

Тем не менее, несмотря на растущую активность американских спецслужб с начала XXI в., особого продвижения в деле ликвидации наркокартелей и перекрытии потоков наркотрафика не наблюдается. Кроме того, Боливия, Венесуэла, Эквадор стали точками, откуда все чаще конфискуется кокаин, произведенный в Перу.

Кроме того, усиление военного присутствия северного соседа воспринимается Аргентиной, Бразилией, Боливией Венесуэлой и Эквадором как угроза национальному суверенитету и безопасности стран, так как ввиду антинаркотической деятельности в Перу поставляется большое количество вооружений, осуществляется разведка, в том числе и на границах с соседями [18].

Такое положение дел, возможно, было обусловлено попыткой президента Перу Ольянты Умалы укрепить свою популярность среди населения, упавшую до 12% осенью прошлого года. Ситуация усугубилась после коррупционного скандала с его женой Надин Эридея, связанного с денежными фондами, за счет которых финансировалась избирательная кампания О. Умалы.

Недовольные политикой нынешнего президента вспоминают, как примерно 7 лет назад сам Умала негативно отзывался о присутствии иностранного контингента, утверждая, что это угрожает национальному суверенитету, это показывает, как кардинально изменилась его точка зрения за прошедший срок [19].

В целом, считается, что перуано-американские отношения находятся на подъеме. Это было подчеркнуто в ходе встречи кабинета министров Перу с делегацией палаты представителей США 4 мая 2016 г. Прекрасные отношения между Перу и США за годы существования соглашения о свободной торговле ознаменовались ростом торговли более чем на 100%.

Кроме того, интересы Перу и США пересекаются на полях многих международных организаций (ООН, ОАГ, ВТО, МВФ, Всемирный банк). Обе страны являются частью Азиатско-Тихоокеанского форума экономического сотрудничества, который объединяет крупнейшие мировые экономики, а также Транс-Тихоокеанского партнерства – молодого, но перспективного объединения, о котором уже шла речь.

Как известно, в Перу сейчас проходят президентские выборы, на которых по итогам первого тура остались два кандидата: Кейко Фухимори от партии «Народный фронт» и Пабло Педро Кучинский от «Перу за перемены».

Вне зависимости от того, кто одержит окончательную победу, связи с США будут неуклонно расти. Это связано с подписанным осенью прошлого года Соглашением о Транс-Тихоокеанском партнерстве, включающем 12 стран Азиатско-Тихоокеанского региона. В соответствии с оценками авторов, макроэкономический эффект данного соглашения позволит к 2030 г. в среднем увеличить ВВП стран-участников на 1,1%, а объем торговли – на 11% [20]. В интересах государства продолжать поддерживать открытость перуанского национального рынка через ТТП или же как более скромный вариант, посредством двусторонних соглашений о свободной торговле. В обоих случаях, основным направлением политики станет диверсификация связей с другими странами, где нет перуанского присутствия [21].

Тем не менее, при Кучинском подобные сценарии будут реализованы быстрее. Его однопартийцы рассматривают глубокую интеграцию, как основную свою цель в отношении данной группировки. Это можно определить по сложной повестке дня, которая не ограничивается только экономической интеграцией, но и включает политические цели, стратегические и социальные. Далее, на

повестку дня выносятся такие сферы жизни как образование, внешняя торговля, унификация нормативной базы.

Предполагается, что исход выборов не повлечет за собой крупных и незамедлительных изменений в политике Перу, так как все сотрудничество, которое было выстроено до этого, укладывалось в политику открытых дверей, привлечения инвестиций и поддержания свободной торговли.

Библиографический список

1. El juramento de independencia del Perú. Bibliotecnic Consultores. URL: http://www.bibliotecnic.org/archivos_biblioteca/doc7.1.pdf
2. U.S. Relations With Peru. U. S. Department of State. URL: <http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/35762.htm>
3. Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU. Acuerdos Comerciales del Perú. 12.04.2006 http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78
4. Fact sheet: U.S. – Peru Economic Relations. The White House. 11.06.2013 URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/06/11/fact-sheet-us-peru-economic-relations>
5. Оппенгеймер, А. В. Новая эра в отношениях США и Латинской Америки? ИноСМИ. 19.05.2015 URL: <http://inosmi.ru/world/20150519/228108757.html>
6. Presidential and Secretaries Travels Abroad. Office of the Historian, United States Department of State. URL: <https://history.state.gov/departmenthistory/travels/president/obama-barack>
7. Presidential Travels to Peru. Office of the Historian, United States Department of State URL:<https://history.state.gov/departmenthistory/travels/president/peru>
8. Andean Trade Preference Act, 04.12.1991. SICE. URL: <http://www.sice.oas.org/ctyindex/USA/tradeact/ATPA.asp>
9. Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de Drogas, 06.08.2002 SICE. URL: <http://www.sice.oas.org/ctyindex/USA/tradeact/act10.asp#>
10. Relación Comercial entre Perú y E.E.U.U. Oficina Comercial del Perú en Los Ángeles. URL: <https://perutradeoffice.us/relacion-comercial/>
11. Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU. Acuerdos Comerciales del Perú. 12.04.2006 http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78
12. Лезгинцев Ю.М. Перу: Особенности современного хозяйственного комплекса. М., ИЛАРАН. 2008г. С. 201-203.
13. Relaciones entre el Perú y EE.UU. El Peruano. 06.05.2016 URL: <http://www.elperuano.com.pe/noticia-relaciones-entre-peru-y-eeuu-40711.aspx>
14. Investment in Peru 2015. U.S. Government Foreign Assistance. URL: <http://beta.foreignassistance.gov/#/search>
15. Narcotics Rewards Program. Ambassy of the U.S. Lima, Peru. URL: <http://lima.usembassy.gov/artemio4.html>
16. Retamozo, D.V. «Perú y EE.UU. tienen una larga relación de amistad naval». URL: <http://diariocorreop.e/politica/peru-y-ee-uu-tienen-una-larga-relacion-de-9341/>
17. DEA and US Attorney Announce Charges against Three Leaders of Peruvian Terrorist Organization Shining Path. Official web-site of Drug Enforcement Administration. URL: <http://www.dea.gov/divisions/hq/2014/hq070214a.shtml>
18. Relaciones entre el Perú y EE.UU. El Peruano. 06.05.2016 URL: <http://www.elperuano.com.pe/noticia-relaciones-entre-peru-y-eeuu-40711.aspx>
19. Никандров Н. А. Предательство в Перу: секретные базы США в Амазонии/ Н.А.Никандров// Фонд стратегической культуры. 12.10.2015 URL: <http://www.fondsk.ru/news/2015/10/12/pre-datelstvo-v-peru-sekretnye-bazy-ssha-v-amazonii-36005.html>

20. Винокуров Е.В., Лисоволик, Я.И. За бортом: поможет ли Транстихоокеанское партнерство мировой торговле? РБК. 05.02.2016 URL: <http://www.rbc.ru/opinions/economics/05/02/2016/56b453c99a794758ba1c2e4e>
21. Terán, J. M. Elecciones presidenciales en el Perú: ¿qué implicaciones tienen para la Alianza del Pacífico? ICESI. 04.2016 URL: <http://us11.campaign-archive2.com/?u=5297ba325289130bca32f4047&id=8d5dc23909>

УДК 519.95.01

О. С. Дудченко, Х. Г. Керимов

магистранты кафедры информационных технологий предпринимательства

Н. В. Макарова

(профессор, д-р пед. наук, кандидат техн. наук) – научный руководитель

ВНЕДРЕНИЕ ПРОЕКТНОГО ОФИСА В УНИВЕРСИТЕТАХ

Статья посвящена вопросу внедрения проектного офиса в университете. Рассмотрены особенности проектной деятельности университета, определены основные предпосылки создания проектного офиса, а также приведены примеры внедрения проектных офисов в университетах.

Ключевые слова: проектный офис, корпоративные проекты, эффективное управление, менеджмент.

Государственным учреждениям и частным компаниям необходимо контролировать и оценивать результаты выполнения большого количества проектов в самых различных областях. В этом им помогает проектный офис, который является средством повышения эффективности управления большими группами проектов [1].

Университет, как ключевой элемент системы образования и как платформа подготовки будущих кадров, в первую очередь нуждается в современном и высокоэффективном средстве управления проектами. На сегодняшний день в большинстве университетов отсутствует оперативное наблюдение общей картины выполнения проектов, поскольку информация о проектах разноплановая и находится у различных руководителей, отсутствует общая методология проектов. В результате эффективность принимаемых решений снижается, отсутствует стандартизация и прозрачность в проектных процессах, материальные и управленческие ресурсы расходуются неэффективно. Поэтому внедрение проектных офисов – актуальная задача, которая должна стать приоритетной для руководства университетов.

Понятие «Проектный офис» можно определить так: «Проектный офис (Project Management Office – далее по тексту РМО, проектный офис) – подразделение, отвечающее за методологическое и организационное обеспечение проектного управления в организации, планирование и контроль портфеля проектов, внедрение и развитие информационной системы планирования и мониторинга проектов, формирование сводной отчетности по программам/ проектам» [2].

Существуют основные предпосылки к созданию проектного офиса в университете [3]:

- отсутствие прозрачности в проектах (отсутствие у руководства, персонала и учащихся осведомленности о реализуемых проектах и их работе);
- значительные расхождения в результатах проектов (вследствие отсутствия единой методологии ведения проектов);
- отсутствие точной оценки затрат проекта (ситуация, когда в сущность проектов закладываются потенциально перспективные инновационные идеи, однако затраты на их реализацию оцениваются неверно);

- высокий уровень проектов, которые были отменены или отложены (неверная оценка перспективности, затрат или влияния внешних факторов);
- высокий уровень неудачных проектов.

Можно сказать, что важной целью внедрения проектного офиса в университеты является повышение эффективности управления проектами. Процесс внедрения проектного офиса разделен на несколько последовательных этапов (таблица) [4]. Внедрение проектного офиса осуществляется с целью оптимизации проектов университета, также для определения приоритетов анализа и улучшения процессов выполнения проектов и ведения проектной отчетности, увеличения темпов и уровня качества реализации проектов.

Этапы внедрения проектного офиса в университет

Этап	Описание
Закладка фундамента	Для наиболее эффективного внедрения проектного офиса необходимо предварительно провести аудит управленческой деятельности университета, где будет разработан обзорный отчет, охватывающий текущее состояние и видение будущего, что и происходит на данном этапе внедрения. Устанавливаются границы проектного офиса и определяются актуальные задачи и долгосрочные цели, начиная с оценки своих текущих возможностей, целей и задач. После разработки общего плана определяются функция и штатная структура проектного офиса, так же категории участников проектов и подготавливается стратегия взаимодействия. Данный этап заканчивается когда проектный офис получает сигнал для перехода к финансированию и набран необходимый персонал
Запуск краткосрочных процессов	Начинается работа проектного офиса, которая включает в себя подбор персонала для решения ближайших задач, краткосрочные мероприятия и сама поддержка проектов. Под краткосрочными мероприятиями понимается решение актуальных задач и вопросов, возникших у основных участников. В то же время с краткосрочными мероприятиями должно так же осуществляться курирование проектов, что приводит к эффективности проектов, находящихся на начальной стадии. Второй этап заканчивается после того, как все краткосрочные инициативы и мероприятия запущены, и команда полностью готова посвятить себя долгосрочным решениям
Развертывание долгосрочных решений	Главной целью является ускорение и улучшение процессов, обучение персонала и организация стабильной системы поддержки, необходимой для успешного управления проектами. Продолжаются действия по руководству проектами, постепенно разворачивается полноценная работа проектного офиса
Поддержка и совершенствование	Проектный офис функционирует и поддерживает университет, выполняет повседневные задачи, совершенствует управление проектами и увеличивает степень участия проектного офиса, где это необходимо. Обучение и другие процессы продолжают вестись под управлением проектного офиса. Ключевые участники проектов обеспечивают ответную реакцию на действия проектного офиса, и процесс постоянно совершенствуется

Необходимо так же выделить, что внедрение проектного офиса, как отдельное подразделение в организации, в данном случае университете – это трудоемкий и кропотливый труд, который требует профессионального подхода.

В общем можно сказать, что заключительными этапами внедрения проектного офиса являются разработка форм отчетности проектного офиса, его внедрение в эксплуатацию и его сопровождение в течении заранее определенного периода.

Однако перед внедрением проектного офиса в структуру университета необходимо тщательно проанализировать существующую ситуацию, поскольку неправильная оценка необходимости проектного офиса ощутимо снижает его эффективность. Проводить регулярную оценку эффективности необходимо для того, чтобы обосновать собственную полезность.

На сегодняшний день проектные офисы в российских университетах только начинают внедряться, система высшего образования делает первые шаги в сфере эффективного управления и менеджмента.

Наиболее масштабным проектным офисом в сфере образования является «Проект 5-100» – программа, направленная на повышение конкурентоспособности российских университетов на международном рынке образовательных услуг. «Проект 5-100» реализуется в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 16 марта 2013 г. № 211 «О мерах государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров» [5].

Согласно плану мероприятий по развитию ведущих университетов «5-100», по предложению Минобрнауки был сформирован международный Совет по повышению конкурентоспособности ведущих университетов Российской Федерации среди 8 ведущих мировых научно-образовательных центров. Это постоянно действующий международный совещательный орган, созданный для рассмотрения вопросов развития ведущих российских университетов.

В состав глобального РМО «Проект 5-100» входит 15 высших учебных заведений. На базе каждого из них создаются локальные проектные офисы, целью которых является реализация новых проектов в уже сложившейся структуре университета.

Примером локального РМО является проектный офис на базе Новосибирского государственного университета (НГУ). Приоритетные направления развития НГУ в рамках «Проект 5-100» на 2015-2016 гг.: новые образовательные программы, привлечение и удержание наиболее талантливых студентов и аспирантов, наука, академическая активность и мобильность, управление университетом и проектным офисом и др. [6]

Проектный офис Санкт-Петербургского политехнического университета им. Петра Великого (СПбПУ) в рамках «Проект 5-100» предлагает такие стратегические инициативы на 2015-2016 гг. [7]:

1. «Институты драйверы изменений» (задача стимулирования развития комплексных институтовых проектов);
2. «Устойчивое развитие университета» (развитие научно-исследовательской деятельности, активная поддержка научных публикаций, развитие персонала университета и др.);
3. «Внутренняя интеграция и внешняя кооперация» (кооперация научной деятельности университета и внешних промышленных партнеров);
4. «Прозрачный университет» (создание информационно-аналитической системы «Единый Реестр Результатов», экспертиза и мониторинг реализации проектов программы);
5. Создание и развитие Института передовых производственных технологий (ИППТ) (задачи развития и применение мультидисциплинарных компьютерных технологий бионического дизайна, суперкомпьютерного инжиниринга, технологий Multi-(Xi)N-оптимизации, обеспечивающих уникальность СПбПУ и создание глобально конкурентоспособной продукции нового поколения);
6. «Эффективное управление» (формирование управленческих практик и развитие корпоративной культуры).

В итоге можно сделать вывод, что проектный офис в университете – это не только важнейший элемент внутриуниверситетской системы управления, но и инструмент для максимизации эффективности проводимой в России модернизации высшего профессионального образования. Кроме того, внедрение проектного офиса позволит университету стать полноправным субъектом региональной экономики.

Библиографический список

1. Технология корпоративного управления. [Электронный ресурс]. URL: http://iteam.ru/publications/project/section_37/article_752 (дата обращения: 8.12.2015).
2. Проектный офис: создание и развитие. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pmservices.ru/consulting/proektnyj-ofis-i-proektnyj-komitet/> (дата обращения: 8.12.2015).
3. Адванта Групп: Нужен ли вам проектный офис? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advanta-group.ru/o-nas/stati/nuzhen-li-vam-proektnyj-ofis/> (дата обращения: 8.12.2015).
4. *Богданов В. В.* Управление проектами. Корпоративная система – шаг за шагом. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 248 с.
5. НИУ ВШЭ. Ассоциация образовательных организаций высшего образования «Глобальные университеты». О проекте 5-100. [Электронный ресурс]. URL: http://globaluni.hse.ru/about_5-100/ (дата обращения: 8.12.2015).
6. Для реализации программы «Топ-100» в НГУ создан проектный офис [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nsu.ru/exp/p52e097d7213f8534040eac5b> (дата обращения: 8.12.2015).
7. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») ФГАОУ ВО СПбПУ на 2013-2020 гг. (2 этап 2015-2016 гг.). [Электронный ресурс]. URL: <http://5-100.spbstu.ru/program/roadmap/> (дата обращения: 8.12.2015).

УДК 338.124

Я. В. Зайцев

магистрант кафедры менеджмента наукоемких производств

Е. В. Черепков

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ В ПЕРИОД КРИЗИСА

Неравномерное развитие экономики, колебание объемов производства и сбыта, значительные перепады выработки и многое другое, чем характеризуется кризисная ситуация в организации, зачастую приходится рассматривать не как стечение неблагоприятных обстоятельств функционирования, а как закономерность, свойственную системному организационному кризису. Известно, что до 40% предприятий малого бизнеса не способны пережить кризисные состояния, присущие стадиям роста. Кризисные состояния, возникшие в отсутствие профилактических мер, могут привести к разбалансированию экономики предприятия и неспособности продолжать финансовые производственные процессы, что может квалифицироваться как банкротство предприятия. Запоздалые действия собственника и руководителя предприятия приводят к нежелательным событиям, что требует своевременной диагностики вероятности банкротства. Определение вероятности банкротства имеет большое значение для оценки возможности нормализации финансовой ситуации, принятия мер для восстановления платежеспособности и производственной деятельности, при выборе контрагентов (оценке их платежеспособности и надежности).

Для правильного выбора стратегии в борьбе с кризисом нужно определить, с чем именно столкнулось предприятие: кризисом стратегии, ликвидности или успеха. Кризис можно предвидеть, им можно управлять, можно замедлить. Как только возникает кризисная ситуация, необходимо использовать все возможные меры предотвращения [4].

Антикризисное управление можно использовать как для предотвращения кризисной ситуации, так и для реальной борьбы с кризисом. Причин финансового кризиса предприятия много: изменение рыночной и политической ситуации, агрессивные действия конкурентов, вступление в силу новых нормативно-правовых актов и др.

На рисунке показано разделение кризисного положения предприятия на четыре этапа.

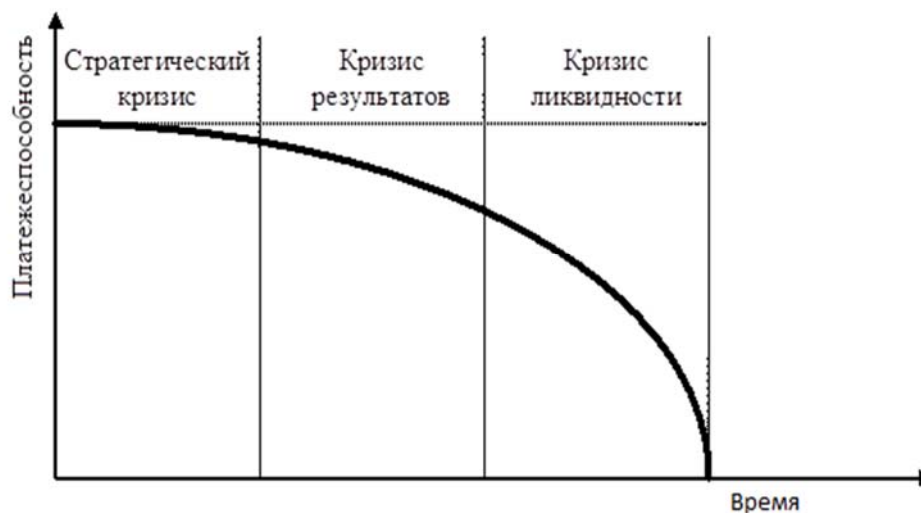


Рис. Этапы кризисного процесса

Фаза стратегического кризиса предполагает снижение успешного потенциала организации из-за устаревания продуктов-лидеров, дающих значительный оборот. Это приводит к снижению объема продаж и повышению затрат на складирование, что влечет за собой дополнительные инвестиции, в том числе, из внешних источников. Такая ситуация называется кризисом результатов. Кризис ликвидности наступает тогда, когда кредиторы накладывают кредитные ограничения.

Иногда кризисное состояние организации сравнивают с болезнью человека и, соответственно, оно представляет собой процесс протекания «болезни», а преодоление кризиса состоит в назначении правильного «лечения». Поэтому кризисный процесс можно разделить на четыре фазы – предварительная фаза, фаза острого кризиса, фаза хронического кризиса, фаза разрешения кризиса.

Кризисные ситуации в организациях бывают различной интенсивности и продолжительности. Они могут быть представлены в виде функции нескольких переменных, например, вида кризиса, возраста организации, состояния организации на данный момент, квалификации управленческого персонала и др. Зачастую все фазы кризиса могут развиваться очень быстро. В отдельных случаях кризис предваряется длительной продромальной фазой. Кризис может в течение длительного времени сопровождаться неприятными симптомами до полного «выздоровления» бизнеса, а иногда незначительная, на первый взгляд, кризисная симптоматика может привести к полному распаду предприятия.

Предварительная фаза кризиса (продромальная) являет собой совокупность предупреждающих симптомов. Они в большинстве случаев образуют критическую точку, после которой не принятые вовремя антикризисные управленческие действия могут обернуться неожиданным и глубоким финансовым кризисом, выход из которого сведется лишь к подсчету убытков и тотальному сокращению издержек.

Острая фаза кризиса представляет собой такую стадию развития кризиса, когда предприятие уже практически не вернуть потерянные рыночные позиции и производственные мощности.

Следует признать, что определенный ущерб уже нанесен, и предприятие остро нуждается в решительных антикризисных управленческих действиях. В этот момент руководство стремится свести ущерб к минимуму.

Хроническая фаза кризиса характеризуется тем, что результаты течения кризиса становятся все более очевидными, это период существенных финансовых трудностей, сокращения персонала, увольнения среди руководителей. Хроническая стадия кризиса, как правило, предшествует последнему этапу жизненного цикла организации – смерти. Следует при этом отметить, что хроническая стадия кризиса зачастую возникает из-за непрофессионализма менеджеров предприятия, совершенные ими ошибки в управлении приводят предприятие к банкротству. Фаза разрешения кризиса предполагает успешные управленческие действия, грамотные финансовые решения руководителей, предпринятые на предыдущих стадиях развития кризисного положения на предприятии.

Под банкротством следует понимать признанную уполномоченным государственным органом (арбитражным судом) неспособность должника (гражданина, организации или государства) удовлетворить в полном объеме требования кредиторов по денежным обязательствам и/или исполнить необходимость по уплате обязательных государственных платежей. Зачастую банкротство оказывается единственным законным способом избежать уголовной ответственности за злостное уклонение от погашения кредиторской задолженности, единственный законный способ ликвидации предприятия с долгами. При введении процедуры банкротства перестают начисляться штрафы, пени, приостанавливается возбужденное исполнительное производство [1].

Диагностика финансового состояния предприятия является главной задачей управления организацией, находящейся в кризисе. Диагностика кризисного положения должна состоять из следующих этапов:

- анализ финансового состояния;
- прогноз развития рыночной ситуации;
- обнаружение и оценка рисков, способствующих усугублению кризиса в организации.

К ранним признакам банкротства, о которых свидетельствует диагностика, следует отнести изменения финансовых показателей деятельности предприятия, несвоевременность и снижение качества предоставления финансовой отчетности. Отметим особо:

- изменение качества и несвоевременность предоставления бухгалтерской отчетности может указывать на сознательные действия, искажающие реальное положение дел, либо на низкий уровень подготовки персонала, и то, и другое будут свидетельством неэффективности финансового управления организацией;
- нарушения пропорциональности в статьях бухгалтерского баланса со стороны пассивов и активов;
- увеличение задолженности предприятия поставщикам и кредиторам;
- уменьшение доходов предприятия и снижение прибыльности;
- обесценение акций предприятия;
- установление нереально высоких или низких цен на продукцию.

Опыт преодоления кризисных ситуаций в организациях позволяет сформулировать общие обязательные процедуры, на основании которых можно выделить наиболее распространенные виды такой практики.

Защитная практика основана на проведении сберегающих мероприятий, которые должны привести к сокращению производства в целом, включающих чаще всего сокращение расходов, связанных с производством и сбытом, содержанием основных фондов и персонала. Защитная практика неприемлема для развивающихся предприятий, поскольку ограничивается оперативными мероприятиями для сохранения финансовой устойчивости в краткосрочной перспективе, что не предполагает функционирования на более долгий период.

Наступательная практика предполагает не столько оперативные мероприятия, сколько стратегические решения. Наряду с ресурсосберегающей деятельностью необходимо проведение

активных маркетинговых мероприятий, освоение новых сегментов рынка, увеличение расходов на модернизацию производства, внедрения наукоемких технологий. Все это требует изменений в философии управления предприятием, в стратегии бизнеса, пересмотре и соответствующем обосновании финансово-экономического планирования.

Эффективность диагностики кризисного состояния предприятия, в частности прогнозирования его финансового банкротства или оздоровления, всецело зависит от полноты и качества аналитической информации. Так, бухгалтерская информация является достаточной для ретроспективного экспресс-анализа финансового состояния. Прогнозный анализ в целях финансового оздоровления требует дополнительной информации о тенденциях развития внешней и внутренней сред.

Источники информационного обеспечения диагностики могут находиться как внутри самой организации, так и вне ее.

Внутренняя информация организации (учетная, нормативно-плановая) содержится в учредительных документах: данные бухгалтерского и управленческого учета, данные статистического учета и отчетности и др. *Внешний анализ* опирается на публичную отчетность предприятия, однако может содержать довольно ограниченную информацию о деятельности предприятия.

К наиболее ценным источникам информации следует отнести:

- бухгалтерский баланс (форма №1) – документ, отражающий состояние имущества, собственного капитала и обязательств предприятия на определенную дату (позволяет оценить эффективность размещения капитала предприятия, его достаточность для текущей и перспективной хозяйственной деятельности, размер и структуру заемных источников, эффективность их привлечения);

- отчет о финансовых результатах (форма №2) – документ, характеризующий финансовые результаты деятельности предприятия за отчетный период (аналитика рентабельности активов, реализованной продукции, величины чистой прибыли и др.);

- отчет об изменениях капитала (форма №3) – документ, показывающий структуру собственного капитала предприятия в динамике (аналитика состава и движения собственного капитала – наращивание или сокращение);

- отчет о движении денежных средств (форма №4) – документ, отражающий остатки денежных средств на начало года и конец отчетного периода и потоки денежных средств в текущей, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия;

- приложение к бухгалтерскому балансу (форма №5) – документ, состоящий из разделов, раскрывающих некоторые статьи актива и пассива баланса (дают возможность оценки финансового состояния предприятия);

- внутренние финансовые и управленческие отчеты – документы, более детально характеризующие изменение потребности предприятия в ресурсах в течение года, а также аналитика по изменениям дебиторской и кредиторской задолженности, продаж и величины производственных запасов;

- налоговые декларации – документ, характеризующий важный источник дополнительной информации о фискальной добропорядочности заемщика (уклонение от налогов снижает инвестиционную привлекательность); [3]

- бизнес-планы – документы, отражающие сведения о целях, стратегиях, организационных и бизнес-моделях, методах ведения операций и др.

Вывод: Диагностика в период кризиса, для предупреждения банкротства организации, становится основой принятия антикризисных управленческих решений и дает основание для разворачивания полномасштабного антикризисного управления, спецификой которого становится воздействие на сложные противоречивые организационные процессы. Финансовые аспекты критического состояния предприятия проявляют себя в острой нехватке денежных средств, нарастающей просроченной кредиторской задолженности, стремительном падении объема продаж и др. На

отечественных предприятиях антикризисные мероприятия часто сводятся к проведению реструктуризации кредиторской задолженности, однако эти меры далеко не всегда могут помочь выйти из «долговой ямы».

Уровень ответственности руководителей, принимающих в этих условиях решения, возрастает. От своевременно предпринятых стратегических управленческих шагов таких, как реорганизация и реструктуризация организации, зависит успех преодоления кризиса на предприятии.

Библиографический список

1. Айвазян З. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти // Пробл. теории и практики упр. 1999. № 4. С.100–110.
2. Градов А.П., Кузин Б.И. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой. М.: Специальная литература. 1996. 393 с.
3. <http://www.lessons.ru/bancruptcy>
4. Окрушко В. Я. Содержание кризисного процесса в антикризисном управлении// Проблемы современной экономики. 2010. № 2. С. 34–35.

УДК 659.128

В.А. Зарубенкова

студентка кафедры информационных технологий предпринимательства

Л. В. Рудакова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ШРИФТОВ ДЛЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Все виды рекламы построены так, чтобы правильно повлиять на клиента. Но, по правде говоря, реклама действует на потребителя только при качественной и грамотной подборке цвета и шрифта. Только при этом условии можно получить от вложенных денег ожидаемый результат. Наружная реклама, в отличие от других видов рекламы, является брендом компании. В ней используются фасадные вывески, установки на крышах, консоли, световые короба и много других разновидностей рекламы. В наши дни без наружной рекламы не обходится ничего, она на каждом шагу.

В наружной рекламе используют разнообразные методы и формы работы со шрифтами. Существует огромное разнообразие шрифтов, однако для наружной рекламы подойдут только простые, запоминающиеся и легко читаемые. Чтобы легко читать текст на большом расстоянии, размер букв, межбуквенный и межстрочный интервал должны быть соответствующими. Большие буквы не только повышают читабельность текста, но и эмоционально усиливают само рекламное сообщение.

Для целевой аудитории важно, какой эмоциональный посыл несет рекламное объявление: радость или грусть, доброжелательность или агрессию. К радости относятся такие цветовые гаммы как: белый с зеленым, желтый с зеленым и желтый с белым. К грусти подходят такие сочетания как: синий с черным и фиолетовый с черным. Нейтральное использование цветов: голубой с синим, фиолетовый с голубым и синий с белым. Существуют также цвета агрессоры, которые отлично запоминаются у целевой аудитории: красный с черным, зеленый с фиолетовым, коричневый с синим, синий с черным и фиолетовый с черным [1].

Необходимо четко понимать, что от цвета фона и объекта зависит восприятие рекламы. Например, прозрачная вода на одном фоне будет чистой и кристальной, а на другом грязной. Для

дизайнеров рекламы продуктов важно учитывать, какие цветовые гаммы потребитель считает «агрессивными – неагрессивными». Например, зеленое яблоко на одном фоне может вызывать положительные эмоции и восприниматься вкусным. На другом фоне – кислым и вызывать отрицательные эмоции. Целевая аудитория легко воспринимает в рекламе контраст фона и шрифта и это положительно сказывается на запоминаемости рекламной информации.

Темный шрифт со светлой подложкой запоминается быстрее, чем наоборот. Наиболее удачные сочетания шрифта и фона: черный с желтым, зеленый с белым, синий с белым, красный с белым. При этом важно учитывать, что восприятие цвета днем и ночью меняется, например, красный в темноте темнее, чем фиолетовый или синий; желтый становится темнее зеленого; красный становится темнее синего, при этом красный днем мощнее синего в 11 раз [2].

Расположения текста на самом рекламном продукте, тоже играет важную роль. Взгляд человека, чаще всего, прикован к верхней правой части читаемого материала, соответственно именно там необходимо размещать самую важную информацию – название компании/логотип, название товара, контактную информацию.

Проведем анализ использования шрифтов для наружной рекламы, на конкретном примере. Продемонстрируем (рис.) фотографии двух наружных рекламных носителей: афиши, посвященной выставке-ярмарке «Мир камня», и светового короба-вывески магазина чая и кофе «Чайный мастер».



Рис. Фотографии анализируемых наружных рекламных носителей

Анализ афиши «Мир камня», показывает отсутствие композиционности и основной идеи в данном рекламном продукте. Здесь представлено 17 шрифтов, к тому же имеются в нижней части афиши изображения логотипов 3 спонсоров, что визуалью добавляет шрифты. Название экспозиции «Пейзажные камни» написано рукописным шрифтом, что снижает читаемость текста. Сочетание цвета фона и шрифтов не совсем подходит для рекламируемого мероприятия. Данное сочетание слишком агрессивно и обычно используется в афишах и листовках, рекламирующих цирк и шоу-программы подобного характера. Единственным преимуществом данной афиши является наличие полной информации о проводимом мероприятии, а именно: название выставочного объединения, название экспозиции, адрес и место проведения, контактные телефоны и сайты, часы работы. Стоит отметить что данное мероприятие проходит не в первый раз. С различными экспозициями и определённой периодичностью в разных частях города удаётся его проводить. При этом афиши существенно не меняются.

Анализ светового короба «Чайный мастер». На нем в виде рисунка изображен пожилой мужчина-азиат, который, по всей видимости, является частью фирменного стиля кафе. Скорее всего, здесь проведена аналогия с боевыми искусствами, и данное кафе позиционирует себя, как «мастер чая». Это подтверждает так же то, что иероглиф 茶 с китайского переводится как «чай», а иероглиф 艺 – «искусство». Рассматриваемое изображение идентично с обеих сторон. Надпись «чайный мастер» находится справа от изображения, располагается вертикально по всей длине светового короба, выполнена одним шрифтом в азиатской тематике. Шрифт подобран таким образом, чтобы буквы были похожи на иероглифы. Иероглифы таким же шрифтом нанесены на чайник, который держит мастер, и те же самые иероглифы в таком же исполнении присутствуют горизонтально в верхней части светового короба над головой мастера. В целом, у данной вывески есть композиционность и креативная идея. Присутствует два цвета – светло-жёлтый фон и тёмно-коричневые надписи, выполненные на двух языках. Изображение мастера выполнено таким же цветом, что и надписи. Цвета хорошо подобраны, отлично контрастируют между собой.

Исходя из вышеописанного материала, можно сделать вывод, что шрифт и цвет сильно влияют на дизайн наружной рекламы, облегчая или затрудняя ее восприятие. Поэтому для современных наружных рекламных проектов необходимо, определять и находить оптимальные сочетания этих параметров и добиваться их совершенствования.

Библиографический список

1. Назайкин А.Н. Наружная, внутренняя, транзитная реклама / М.: Изд-во «Солон-Пресс», 2014. 303 с.
2. Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама / М.: Изд-во «Дашков Ко», 2010. 75 с.

УДК 519.95.01

А. Д. Иванова

студент кафедры информационных технологий предпринимательства

Т. Ф. Осипова

(ст. преподаватель) – научный руководитель

АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОЕКТА В ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ДИАГРАММ IDEF3-ТЕХНОЛОГИИ

Аннотация. Рассматриваются результаты статического и динамического анализа бизнес-процесса, связанного с формированием проекта в организации. Используются PFDD-и OSTN-диаграммы IDEF3-технологии. Расчеты выполнены с помощью программ математического пакета MatLab. Они основаны на применении теории нечетких множеств и теории марковских процессов.

Ключевые слова: бизнес-процесс, IDEF3-технология, PFDD-диаграмма, OSTN-диаграмма, нечеткая интенсивность переходов, динамический анализ, марковский процесс.

При проектировании бизнес-процессов используются стандарты IDEF-технологии [1, 2]. Анализ разработанного бизнес-процесса может быть выполнен с помощью PFDD- (рис. 1) и OSTN-диаграмм IDEF3-технологии [3, 4]. Рассмотрим их применение для конкретного бизнес-процесса, связанного с формированием проекта в организации.

На рис. 1 показана соответствующая PFDD-диаграмма «Выполнение запроса». В ней представлены четыре операции «Формирование работ», «Создание договора», «Формирование группы проекта» и «Получение готового проекта». Эти операции связаны с помощью &-перекрёстков.

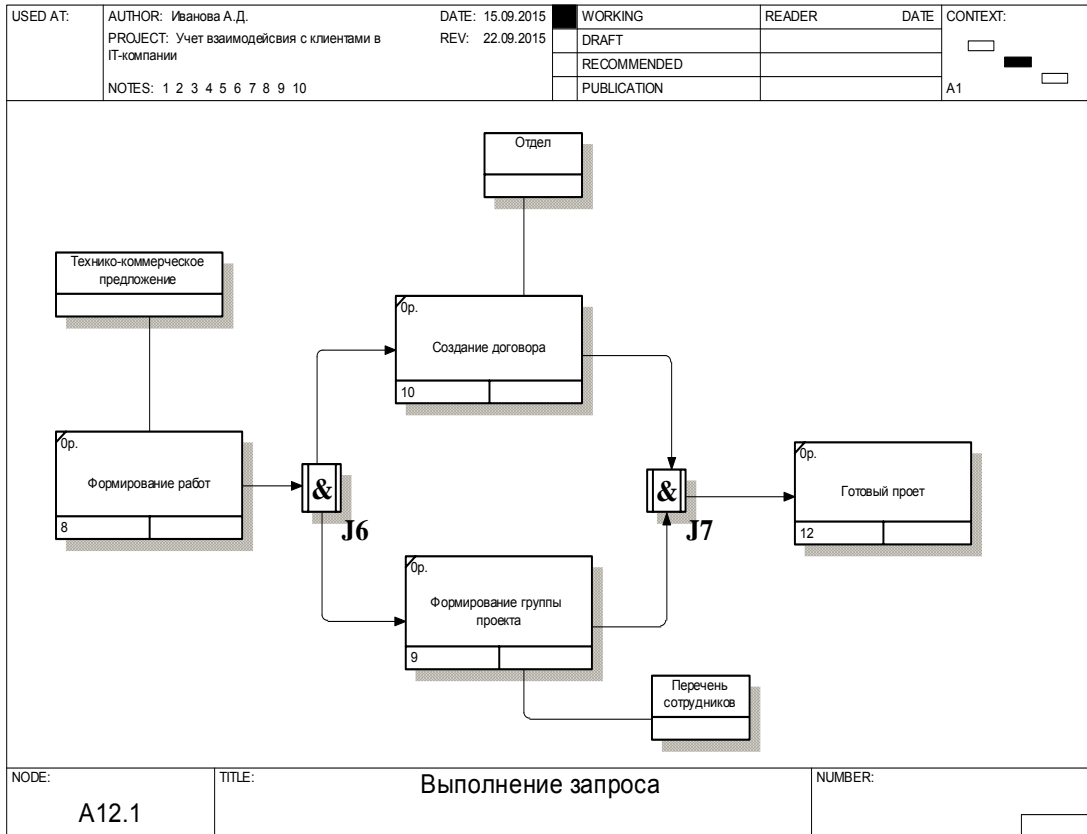


Рис. 1. PFDD-диаграмма «Выполнение запроса»

Выполним сначала статический анализ предлагаемого бизнес-процесса. Для этого построим OSTN-диаграмму (рис. 2). Три состояния предполагают выполнение операции «Формирование работ». Переходы из одного состояния в другое осуществляются согласно описанным интенсивностям.

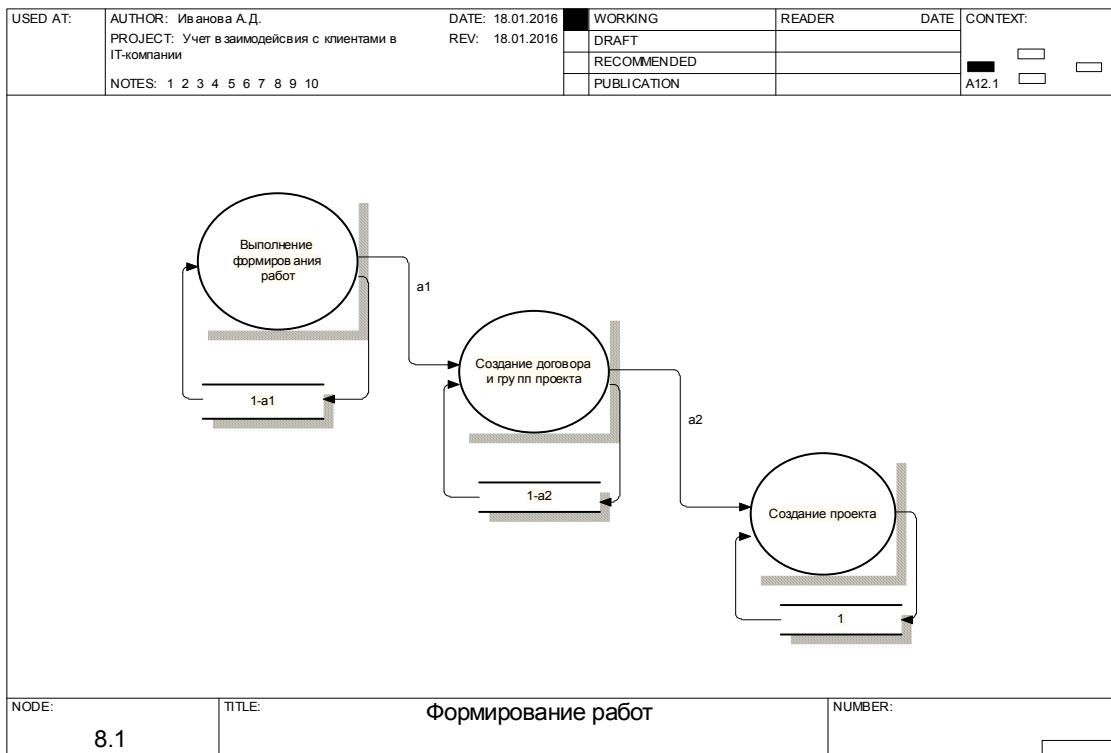


Рис. 2. OSTN-диаграмма «Формирование работ»

Нечеткая матрица переходов в соответствии с нечеткими интенсивностями имеет вид:

$$\tilde{A} = \begin{bmatrix} 1-\tilde{a}_1 & 0 & 0 \\ \tilde{a}_1 & 1-\tilde{a}_2 & 0 \\ 0 & \tilde{a}_2 & 1 \end{bmatrix}.$$

Нечеткая интенсивность

$$\tilde{a}_i = a_i / \mu_i$$

задается значением a_i функцией принадлежности μ_i . Теперь можно рассчитать интенсивность перехода из состояния «Выполнение формирования работ» в состояние «Создание проекта». Для этого используется формула:

$$\tilde{a}_0 = \frac{\tilde{a}_1 \cdot \tilde{a}_2}{\tilde{a}_1 + \tilde{a}_2} = \frac{a_1 \cdot a_2}{a_1 + a_2} / \min(\min(\mu_1, \mu_2), \max(\mu_1, \mu_2)).$$

Если задать конкретные значения нечетких интенсивностей с единицей времени 1 ч

$$\tilde{a}_1 = 2 / 0.9, \quad \tilde{a}_2 = 4 / 0.8,$$

то получим общую интенсивность процесса

$$\tilde{a}_0 = 1.33 / 0.9.$$

Динамический анализ выполним на основе OSTN-диаграммы (см. рис. 2). При этом полагаем, что интенсивности четкие числа, меньшие единицы. Тогда можно построить марковский процесс накопления результатов операций. Для этого обозначим x_1, x_2, x_3 – количества результатов операций в состояниях «Выполнение формирования работ», «Создание договоров и групп проекта», «Создание проекта» соответственно. Рекуррентное уравнение марковского процесса с четкой матрицей A имеет вид

$$x(t+1) = A \cdot x(t), x(0) = x_0.$$

Единица дискретного времени выбирается так, чтобы интенсивности были меньше единицы. Положим, что интенсивности будут следующими $a_1=0.2, a_2=0.4$ с единицей времени 6 минут, а работа в бизнес-процессе только начинается. Тогда начальные условия должны быть следующими:

$$x_0 = [1 \ 0 \ 0]^T.$$

Расчеты, выполненные в математическом пакете MatLab позволяют получить графики марковского процесса (рис.3):

```
>> A=[1-0.2 0 0;0.2 1-0.4 0;0 0.4 1]
```

```
A =
    0.8000    0    0
    0.2000    0.6000    0
    0    0.4000    1.0000
```

```
>> [L,D]=eig(A)
```

```
L =
    0    0    0.4082
    0    0.7071    0.4082
    1.0000   -0.7071   -0.8165    Собственные векторы матрицы
```

```
D =
    1.0000    0    0
    0    0.6000    0
    0    0    0.8000    Собственные числа матрицы
```

```
>> X=[0;0;1]    Стационарные значения
```

```
X =
    0
    0
    1
```

```
>> x=kshi(A,20)
```

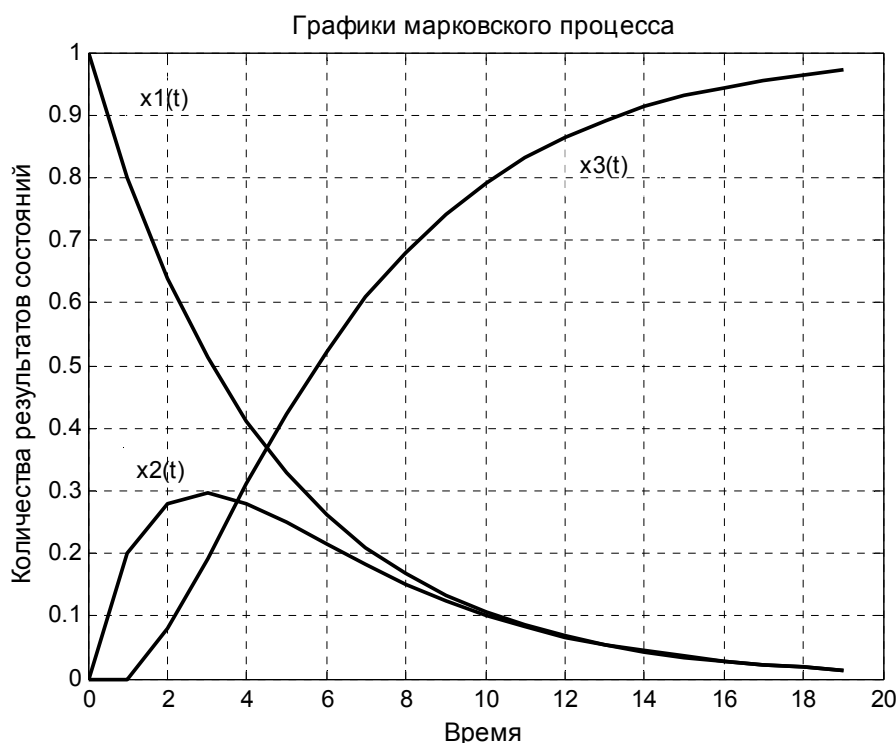


Рис. 3. Графики марковского процесса

Числовые и графические результаты расчетов показывают, что за 20 шагов всё, что было в начале бизнес-процесса, переходит в его конец. В качестве единицы дискретного времени принято 6 мин., значит за 120 мин. бизнес-процесс завершает свою работу.

Следует отметить так же, что работа бизнес-процесса при постоянных интенсивностях происходит плавно: в состоянии «Выполнение формирования работ» результаты уменьшаются, а в состоянии «Создание проекта» – соответственно растут. В состоянии «Создание договоров и групп проекта» на 18-й мин. наблюдается максимум, составляющий 30%.

Библиографический список

1. Маклаков С.В. Создание информационных систем с AllFusionModelingSuite. – М: ДИАЛОГ МИФИ. 2003. 432 с.
2. Черемных С. В., Семенов И. О., Ручкин С. М. Структурный анализ систем: IDEF-технология. М.: Финансы и статистика. 2001. 208с.
3. Бритов Г.С. Метод формального описания PFDD-диаграмм IDEF3-технологии // Информационно-управляющие системы, № 2. 2014. С. 25–32.
4. Бритов Г.С. Методы построения OSTN-диаграмм IDEF3-технологии // Системный анализ и логистика. 2014. Вып. 11. С. 3–12.

УДК 327

С.А. Иванова

студентка кафедры международного предпринимательства

В.Л. Хейфец

(профессор, д-р ист. наук, доцент) – научный руководитель

БРИКС – БУДУЩЕЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ?

В последнее время о странах БРИКС все чаще упоминается в прессе и новостях. И неслучайно: эта «пятерка» играет далеко не последнюю роль в мировой экономике, а потенциал входящих в нее государств столь велик, что к 2050 г. они вполне могут стать доминирующими экономическими системами.¹ Налаживать политические связи внутри блока и решать вопросы взаимного сотрудничества страны начали еще в 2006 г., и к 2012 г. успели провести несколько саммитов с участием глав ведущих держав.

«Формирование БРИКС – это выражение общей политической воли различных стран, нацеленной на то, чтобы трансформировать мир, трансформировать не против кого бы то ни было, но в пользу нового действительно демократического мирового порядка». Присутствие одного из лидеров Африканского союза, ЮАР, в коалиции БРИКС расширило географию и сферу влияния объединения, усилило его совокупный экономический и политический потенциал.

Выгодное положение странам БРИКС обеспечивает наличие в них как мощной и развивающейся экономики, так и большого количества важных для мировой экономики ресурсов. По данным МВФ² на 2014 г., это выглядело следующим образом:

- Китай – 1-я экономика мира по паритету ВВП (по оценочным данным МВФ, в 2014 г. Китай обошёл США и вышел на первое место) и 1-ый в мире экспортёр («мировая фабрика»), обладатель крупнейших в мире валютных резервов, имеет крупнейшее в мире население, ядерная держава, великая держава;

- Индия – 3-я экономика мира по паритету ВВП, дешёвые интеллектуальные ресурсы, одна из двух стран с более чем миллиардным населением, ядерная держава, близка к положению великих держав;

- Бразилия – 7-я экономика мира по паритету ВВП, богата сельскохозяйственной продукцией, близка к положению великих держав;

- Россия – 6-я экономика мира по паритету ВВП, богата минеральными ресурсами, имеет крупнейшую в мире территорию, одна из двух крупнейших в мире ядерных держав;

- Южно-Африканская республика – 29-я экономика мира по паритету ВВП, разнообразные природные ресурсы, главная африканская региональная держава.³

Однако, важно понимать, что несмотря на общий высокий уровень ВВП, страны БРИКС демонстрируют крайне низкие показатели на душу населения и не попадают по этому ключевому критерию в список первых 50 государств⁴.

Между тем, нельзя не признать, что помимо хороших темпов роста и схожих проблем у этих экономик не так уж много общего. Если страны БРИКС ведут примерно одинаковую политику, это не всегда обусловлено одними и теми же причинами. Государствам блока следует менять структуру экономики, но ставить перед собой разные цели. Например, Китай слишком долго делал

1 Мир в 2050 году / под ред. Д. Франклина, Д. Эндрюса // СПб.: Эксмо, 2012. – С. 368

2 Рейтинг стран по ВВП / [Электронный ресурс]. URL: <http://www.imf.org/external/russian/index.htm>

3 «BRICS AND BEYOND» / Goldman Sachs / study of BRIC and 11 nations, November 23, 2007.

4 Колесникова Т. Н. Анализ конкурентоспособности экономик стран БРИКС общие проблемы и преимущества // Молодой ученый. 2015. №23. С. 573-576

упор на экспорт товаров и внутреннюю инфраструктуру, и руководству страны пора серьезно подумать о стимулировании внутреннего потребления. России необходимо ослабить зависимость экономики от спроса на природные ресурсы, совершенствуя институциональную среду, повышая качество образования, обеспечивая более интенсивную конкуренцию, содействуя развитию предпринимательства и др.

Одним из основных объединяющих моментов во внутренней и экономической политике стран БРИКС является опора на бизнес и малой, и международной направленности, поэтому в 2010 г. на Всемирном экономическом форуме были выделены факторы¹, оказывающие негативное влияние на ведение бизнеса в каждой из стран БРИКС, актуальные и по сей день. Важно отметить, что за 6 лет позиции факторов не изменились. Это значит, что по-прежнему Российская Федерация занимает 1-е место среди стран-членов организации по коррупции. В Индии все так же слабо развита инфраструктура, а в Китае – проблемы с доступом к финансированию. Высокие ставки налогов и проблемы с налоговым регулированием, как и раньше, остаются ведущими факторами, которые негативно сказываются на ведении бизнеса в Бразилии.

Итак, из вышесказанного можно сделать вывод, что для группировки характерны крайне низкие показатели на душу населения, хорошие темпы роста и схожие проблемы, некоторые члены БРИКС экстренно нуждаются в изменениях структуры экономики.

Если говорить о тенденциях в развитии группировки, то можно сказать, что на сегодняшний день страны БРИКС страдают от экономической разобщенности и стоят на пороге кризиса в развитии взаимных отношений, исключением в этом случае является Китай (крепкие внешнеэкономические связи).

По мнению автора данной статьи, решить эти проблемы представляется возможным, но для этого необходимо выступить с рядом инициатив, способных сохранить столь противоречивое объединение. Необходимо проявить себя в тех областях, в которых они особенно значимы, а именно в энергетике, экспорте природных ресурсов, индустриальном развитии и т.д. Всем проектам следует придавать глобальный характер еще на стадии разработки. Стоит заявить о таких проектах, осуществления которых ведущие державы, скорее всего, не ожидают. Помимо всего была бы полезна для укрепления взаимоотношений окончательная отмена визового режима.

Актуальность темы данной статьи ярко выражена в связи с последними событиями на политической арене. Необходимо отметить, что санкции в связи с присоединением Крыма к России и конфликтом на востоке Украины сыграли немалую роль в создании банка БРИКС, изначальной целью которого была поддержка стран-участников. Именно поддержка, как таковая, сейчас необходима России – одной из участниц группировки по причине финансового кризиса.

Оружием для воздействия на Российскую Федерацию в сложившейся ситуации на политической арене стали санкции. Стоит отметить, что инициатором введения санкций с целью международной изоляции России стало руководство США², под давлением которого, рискуя понести экономический ущерб, к санкциям присоединились страны Евросоюза. Санкции также поддержали государства Большой семёрки и некоторые другие страны, являющиеся партнёрами США и ЕС. Высказываются мнения, что по вопросу наложения санкций руководство США оказывало давление не только на Евросоюз. По мнению ряда экспертов, санкции стали одной из причин финансового кризиса в России. По мнению других экспертов, причиной кризиса были не санкции, а снижение цен на нефть. Страны Евросоюза испытали негативное влияние как от введённых ими самими санкций, так и от ответных действий Российской Федерации³. Под воздействием оказались сельскохозяйственный и продуктово-экспортный сектора стран: ЕС, США, Австралии и Канады. Так или

¹ ВЭФ, отчет о глобальной конкурентоспособности 2010–2011 гг. «Ключевые индикаторы», с. 106–287.

² Никто не скрывает, что ЕС ввёл санкции против России под давлением США / Лавров С. // [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/66203>

³ Постановление Правительства РФ от 07.08.2014 № 778 (ред. от 20.08.2014) / Справочная правовая система КонсультантПлюс / [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>

иначе, полученный экономический ущерб¹ был минимизирован в достаточно короткие сроки за счет существования в ЕС ЕСХП и ФЕОГА. Партнеры России по БРИКС не только осудили введение ряда санкций против РФ, но и защитили право России на участие в австралийском саммите G20².

Эти последствия лишней раз демонстрируют, как велика роль взаимодействия между странами и их экономической зависимостью. В связи с вышеупомянутыми событиями стоит рассмотреть, имела ли место переориентация экономики России на страны-партнеры БРИКС, как пример работы организации и ее достижений. Проанализировав сводки из новостей, а также заключения экспертов в сфере мировой экономики, автор считает, что с точки зрения Российской Федерации, переориентация удалась отчасти, поскольку зависимость государства от экспорта энергоресурсов и присутствия доли активов страны за ее пределами по-прежнему велики.³ Проблема в том, что союз, например с Китаем, не сможет помочь России в случае серьезного разрыва отношений со странами Запада, так как Европа, при большом желании, в течение 10-15 лет сможет отказаться от энергоресурсов, поставляемых из России. Также важно понимать, что РФ может перейти на сотрудничество с Китаем в этой сфере, но одной Китайской Народной республики недостаточно, помимо этого потребуются огромные затраты на строительство нового трубопровода на таком большом расстоянии.

Автор считает, что в данном варианте развития событий РФ вновь окажется в «ловушке-зависимости» от единственного и хрупкого импорта Китая, который, вполне возможно, не преминет воспользоваться моментом и начать диктовать вначале цены, а в перспективе оказывать влияние на экономическую политику России.

Если перенести подобную схему на сотрудничество с Индией, то можно сказать, что ей оно географически не выгодно. Для Бразилии Россия является торговым партнером, и поставки уже значительно возросли. Россия не рискнет переориентироваться полностью в ближайшие 15-20 лет, так как она хочет иметь более прочную основу для развития. Поэтому выбор Европы очевиден. Сотрудничество со странами БРИКС – ключ к избавлению от дисбаланса в торговле. С точки зрения экспертов, мнение группировки имеет вес в мировой экономической сфере, поэтому в критической ситуации их взаимодействие сыграет решающую роль и сможет исправить сложившуюся обстановку кардинально.

Итак, подведем итоги. На сегодняшний день аббревиатура БРИКС входит в число самых влиятельных группировок мира. Но мнения аналитиков относительно дальнейшего развития столь неоднозначного объединения расходятся. В то время как одни пророчат стремительный рост, как на экономической, так и на политической аренах, и возлагают надежды, что в ближайшем будущем страны БРИКС станут локомотивом мировой экономики, другие считают, что страны-члены уже достигли пика своего развития, и в дальнейшем их показатели будут снижаться.

Не стоит забывать, что Бразилия, Россия, Индия и Китай относятся к развивающимся государствам и странам с переходной экономикой, а это значит, что в процессе своего «движения» им предстоит устранить еще множество несовершенств. Автор считает, что БРИКС еще покажет миру, что эта группировка может стать действительно ключевым игроком в экономической и даже политической сферах, поскольку стремительный рост авторитета группировки на политической арене приносит свои плоды уже сейчас. На данный момент ряд крупных государств из состава «Группы двадцати» изъявили желание стать частью союза. Например, Аргентина, Иран, Индонезия, Греция, Венесуэла, Турция, Египет, Пакистан, Мексика, Малайзия и т.д. Также Goldman Sachs высказали мнение о том, что банк БРИКС в течение 15 лет станет серьезным соперником для

¹ МИД Венгрии: санкции не принесли ожидаемых результатов / Сийярто П. // [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazeta.ru/business/news/2014/10/16/n_6568605.shtml

² Лидеры стран БРИКС осуждают антироссийские санкции // [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/59638>

³ The Past, Present and Future of Russian Energy Strategy – Challenges to Maintaining Russian Energy / Geopolitical Weekly // [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/1nlzK4>

ведущих банков Европы и США, поскольку содержит в своем союзе китайский юань, который войдет в корзину резервных валют с октября 2016 года¹.

Автор уверен, что в долгосрочной перспективе ситуация изменится в пользу быстроразвивающихся стран, что укрепит позицию БРИКС в мире.

Библиографический список

1. Официальный сайт МВФ – <https://www.imf.org/external/russian/> – дата обращения: 10.03.2016
2. Официальный сайт председательства РФ в БРИКС – <http://brics2015.ru/> – дата обращения: 10.03.2016
3. Официальный сайт БРИКС – <http://www.brics.mid.ru> – дата обращения: 10.03.2016
4. Данные с информационно-правового портала <http://www.garant.ru>
5. Данные НБС Китая, China NSB Statistical Data. – дата обращения: 08.04.2016.
6. ВЭФ, отчет о глобальной конкурентоспособности 2010–2011 гг. «Ключевые индикаторы»
7. Постановление Правительства РФ от 07.08.2014 № 778 (ред. от 20.08.2014) «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» / Справочная правовая система КонсультантПлюс / [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>
8. Колесникова Т. Н. Анализ конкурентоспособности экономик стран БРИКС общие проблемы и преимущества // Молодой ученый. 2015. №23.
9. Мумени М. БРИКС и ее влияние на многополярный мир // FARS News Agency, Иран, – дата обращения: 10.04.2016.
10. Доклад об экономике России, No.33, апрель 2015 г., [Электронный ресурс]. URL: <http://www.worldbank.org> – дата обращения: 24.03.2016.
11. Лидеры стран БРИКС осуждают антироссийские санкции // [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/59638>
12. Сийярто П. МИД Венгрии: санкции не принесли ожидаемых результатов // [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazeta.ru/business/news/2014/10/16/n_6568605.shtml
13. Мир в 2050 году / под ред. Франклина Д., Эндрюса Д. // СПб: Эксмо, 2012. С. 368.
14. Лавров С. Никто не скрывает, что ЕС ввёл санкции против России под давлением США // [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/66203>
15. Давыдов В.М. Особенности сотрудничества в формате БРИК и роль России // МИД Российской Федерации / [Электронный ресурс]. URL: <http://www.brics.mid.ru/brics.nsf/WEBforumBric/CF0C12E70D1063B6C3257859005A829C>
16. Пересмотр валютной корзины специальных прав заимствования (СДП) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/rus/sdrcbr.pdf>
17. Дробышевский С., Казакова М. Разложение ВВП: может ли российская экономика расти быстрее // [Электронный ресурс]. URL: <http://forbes.ru> – дата обращения: 21.03.16.
18. Рейтинг стран по ВВП по данным МВФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.imf.org/external/russian/index.htm>
19. BRICS AND BEYOND / Goldman Sachs // study of BRIC № 11 nations, November 23, 2007.
20. The Past, Present and Future of Russian Energy Strategy – Challenges to Maintaining Russian Energy / Geopolitical Weekly // [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/1nlzK4>
21. The world bank. IBRD IDA. [Электронный ресурс]. URL: <http://data.worldbank.org> дата обращения: 10.03.2016

¹ Пересмотр валютной корзины специальных прав заимствования (СДП) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/rus/sdrcbr.pdf>

УДК 65.012

А. А. Ионин

магистрант кафедры информационных технологий предпринимательства

Н. В. Макарова

(профессор, д-р пед. наук, канд. техн. наук) – научный руководитель

МЕТОДОЛОГИЯ ПО ВНЕДРЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ПАКЕТА СТАНДАРТОВ И РЕШЕНИЙ COBIT

Информация является критически важным ресурсом для всех предприятий. На всех этапах своего жизненного цикла информация зависит от специализированных технологий. Информация и динамично развивающиеся информационные технологии являются жизненно важными для современных предприятий: как частных, так и государственных.

Поэтому в современное время, для всех предприятий и их руководителей, как никогда, важно:

- Достигать стратегических целей и получать выгоду путем эффективного использования информационных технологий.
- Совершенствовать и рационально применять технологии.
- Обеспечивать приемлемый уровень рисков.
- Оптимизировать затраты.
- Обеспечить наиболее удобные договорные обязательства и политики в области применения информационных технологий.

COBIT (Control Objectives for Information and related Technology) – подход к управлению информационными технологиями, созданный ассоциацией контроля и аудита систем (ISACA).

COBIT является целостной методологией которая создана для помощи в решении задач руководства и управления ИТ на предприятии. COBIT дает возможность руководить и управлять ИТ в масштабах всего предприятия, как в областях функциональной ответственности ИТ, так и бизнеса, а также позволяет учитывать потребности в ИТ внутренних и внешних заинтересованных сторон. Основная задача использования данной методологии заключается в достижении максимального использования ИТ потенциала компании, поддержания баланса между получением выгоды и оптимизацией рисков и потребляемых ресурсов. Но не менее важная задача стандарта – определить соответствие ИТ решаемым бизнес-задачам. Немаловажной частью стандарта является информационная безопасность. В части информационной безопасности выделяются три главных свойства информации: конфиденциальность, целостность и доступность. При этом можно увидеть эластичность стандарта, так как он помогает любой компании определить, какие свойства информации будут наиболее ценными и значимыми с позиции бизнеса. Например, финансовой организации более значимо будет свойство конфиденциальности, а промышленной – доступности. Говоря об информационной безопасности стоит упомянуть о еще двух дополнительных свойствах: аутентичности и апеллируемости. Также COBIT помогает определить надлежащие цели контроля и сами контрольные механизмы, необходимые для выполнения требований, предъявляемых к эффективности ИТ и качеству управления ими.

Международные стандарты безопасности уже активно применяются в РФ, например, стандарт Банка России разработан на основе COBIT, ISO 17799/27001 и других нормативных документов [4]. Также активно используются стандарты ISO 27002, ITIL и интерес к ним продолжает расти. Все они в равной степени наделены определенными преимуществами и недостатками, прежде всего, из-за функциональной направленности и специфической области применений. Комплексным решением этого многогранного вопроса может стать стандарт COBIT (рис. 1).

На данный момент актуальным является стандарт COBIT 5. Он основан на пяти принципах руководства и управления ИТ.



Рис. 1. Пять принципов COBIT

Первый принцип – соответствие потребностям заинтересованных сторон. Это отражает основную направленность методологии, а именно бизнес-направленность. Каждое предприятие существует для того, чтобы создавать ценность для заинтересованных сторон, а такая заинтересованность появляется за счет создания и поддержания баланса между получением выгоды и оптимизацией ресурсных затрат и возможных рисков. В стандарте описаны все необходимые процессы и другие факторы влияния, которые способствуют созданию бизнес-ценности при помощи ИТ. Эластичность COBIT позволяет модифицировать уже существующие модели под нужды конкретного предприятия. Сделать это можно с помощью каскадирования высокоуровневых целей предприятия до уровня управляемых и конкретных ИТ-целей и связанных с ними процессов и практик.

Второй принцип – это комплексный взгляд на предприятие. Стандарт связан не только с ИТ частью предприятия, он рассматривает все функции и процессы предприятия. И помимо основной цели – реализации ИТ он рассматривает информацию и связанные с ней технологии как активы предприятия, которые, как и любые другие активы нуждаются в четком руководстве.

Третий принцип – применение единой интегрированной методологии. Помимо методологии COBIT существует огромное количество других методологий и стандартов которые в некоторых ситуациях исходя из контекста и изменений на предприятии могли бы стать более выгодны для руководства и в целом всего предприятия. В подобном случае в COBIT реализовано соответствие этим сводам и стандартам. Таким образом обеспечивается интеграционный подход для организации руководства и управления ИТ на предприятии.

Четвертый принцип – обеспечение целостности подхода. Руководство и управление ИТ на предприятии требует подхода с учетом многих взаимосвязанных компонентов. В методологии COBIT описаны факторы влияния, которые способствуют решению задач предприятия. Факторы влияния, по отдельности и совместно воздействуют на работоспособность чего-либо, они определяются каскадом целей и зачастую используют взаимосвязанный набор таких факторов, как эффективность процесса, которой можно достичь, получая входные данные от прочих факторов влияния, в свою очередь предоставляющих информацию другим факторам влияния. Всего в методологии описаны семь видов факторов влияния (рис. 2):

– принципы, политики и подходы, содержащие в себе рекомендации по управлению предприятием в целях достижения желаемых целей;

- процессы – набор видов деятельности, необходимых для выполнения определенных задач и направленных на получение результатов;
- организационная структура, являющаяся важнейшей сущностью для принятия решений на предприятии;
- культура, этика и поведение – важный и недооцененный фактор успешности руководства и управления;
- информация используется в любой организации и включает в себя всю информацию, производимую и используемую на предприятии. необходима для работы организации и качественного управления ею, в некоторых случаях является главным результатом деятельности организации;
- услуги, инфраструктура и приложения – инфраструктура, технологии и приложения и другие инструменты обработки информации, а также услуги;
- персонал, навыки и компетенции, необходимые для выполнения всех видов деятельности, принятия решений и корректирующих действий.



Рис. 2. Факторы влияния на предприятии согласно COBIT 5

Пятый принцип – разделение руководства и управления. В методологии COBIT проведена четкая граница между руководством и управлением. Это разные виды деятельности с разными требованиями и целями. В понимании COBIT, разница между руководством и управлением заключается в следующем.

Управление заключается в планировании, построении, выполнении и отслеживании деятельности, в соответствии с направлением, заданным органом руководства, для достижения целей предприятия [1].

В большинстве случаев управлением на предприятии занимаются исполнительные директора, возглавляемые генеральным директором (CEO).

Руководство – обеспечивает достижение целей предприятия, путём сбалансированной оценки потребностей заинтересованных сторон, существующих условий и возможных вариантов; установления направления развития через приоритизацию и принятие решений; постоянного мониторинга соответствия фактической производительности и степени выполнения требований установленным направлениям и целям предприятия [1].

Обязанностями по руководству на предприятии занимается совет директоров, возглавляемый председателем совета директоров. Некоторые обязанности могут быть делегированы специальными организационными единицами соответствующего уровня, особенно в крупных организациях.

Вместе эти принципы составляют методологию руководства и управления которая позволяет разработать или модернизировать информационные технологии предприятия для получения наибольшей выгоды.

Из всего вышесказанного можно сделать выводы о преимуществах методологии:

- Контроль процесса и его составляющих для получения необходимых результатов.
- Оптимизация ресурсных затрат и минимизация рисков.
- Обеспечение универсальности результатов оценки возможностей процессов, которые можно использовать в качестве основы для более строгих оценок вероятностных внешних и внутренних нужд.

- Высокие возможности интеграции методологии

- Гибкие механизмы безопасности и контроля ИТ

Использование методологии COBIT комплексно действует на многие части предприятия, что позволяет повысить производительность труда одновременно как менеджерам и аудиторам, так и всем остальным пользователям ИТ- системы предприятия. Все это благотворно сказывается на безопасности документооборота на предприятии, а также системе управления и руководства в целом.

Библиографический список

1. COBIT 5.0: A Business Framework for the Governance and Management of Enterprise IT. – URL: <http://www.isaca.org/>. (дата обращения: 29.03.2016).
2. *Ситнов А.А.* Стандарт COBIT: новые возможности российского аудита. 2012.
3. Управление ИТ: оптимистичные перспективы COBIT. Защита информации. INSIDE. №1. 2010. С. 12-13.
4. *Сооляттэ А.Ю.* Обзор международных и национальных стандартов по управлению проектами. 2012.

УДК 331.108.22

П.В. Казаков, А.Г. Оксани

студенты кафедры менеджмента наукоёмких производств

С.В. Дмитриева

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

АНАЛИЗ СПОСОБОВ ВЛИЯНИЯ НА ИЗМЕНЕНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Управление организацией в кризисные времена усложняется множеством появляющихся проблем и противоречивых обстоятельств. Отсюда следует вывод: для успешного выхода из состояния кризиса с минимальными потерями для организации следует особое внимание уделить изменению численности сотрудников на данном предприятии. В данной работе рассматриваются актуальные способы обеспечения рабочих мест на предприятии достаточным количеством работников.

Изменение численности сотрудников может проявляться как в проведении мероприятий по перераспределению должностных обязанностей работников и заполнению появляющихся «лишних мест», так и мероприятий, связанных с освобождением кадров. Серьёзным фактором, вынуждающим набирать персонал выше требуемого уровня, является изношенность оборудования и устаревшие технологии. Следовательно, можно утверждать, что эффект, создаваемый за счет

обеспечения достаточного количества персонала, усиливается в сочетании с использованием новой техники и современных технологий в производстве.

Суть изменения численности персонала заключается в сведении количества персонала, работающего на предприятии, к минимуму при выполнении двух ограничений:

1. Обеспечение качественного выполнения заданной производственной программы.
2. Затраты на персонал не превышают заранее определенную величину.

Одним из важнейших способов повышения эффективности бизнеса является снижение издержек.

Проблема сокращения издержек, решение которой и предлагают мероприятия по изменению численности персонала, рассматривается следующим образом. Во-первых, проводятся анализ структуры издержек и выбор наиболее затратных статей. Во-вторых, определяются статьи, поддающиеся сокращению, и пределы управления данными затратами.

На сегодняшний день наблюдается тенденция нарастания дефицита высококвалифицированных специалистов, поэтому сводить проблему обеспечения необходимой численности к сокращению – неправильно. Все существующие методы для изменения численности сотрудников на предприятии подразделяются на «жесткие» и «мягкие».

«Жесткий» метод (или метод классического сокращения штатов) заключается в следующем: наступает некий кризис, принимается решение о сокращении штатов, выявляются неэффективные рабочие места, сотрудников предупреждают за два месяца об увольнении, выплачивают положенные по ТК компенсации и увольняют. Так процедура сокращения происходит довольно быстро и с небольшими затратами (компенсации при увольнении). Этому методу присущ целый ряд *негативных последствий*: конфликты с увольняемыми сотрудниками, профсоюзами; ухудшение морального климата в оставшемся коллективе и снижение их производительности; массовая безработица в регионах [1].

«Мягкие» методы дают широкий выбор способов, к которым относятся:

1. «Естественное» выбытие.
2. «Мягкое» сокращение.
3. Управление численностью без сокращений.

При «естественном» выбытии персонала персонал увольняется самостоятельно, по своей инициативе, и администрация создаёт для этого некоторые условия:

- 1.1 Временный запрет на прием на работу новых сотрудников.
- 1.2 Выпуск на пенсию сотрудников, достигших пенсионного возраста.
- 1.3 Стимулирование увольнений по собственному желанию.

«Мягкие» сокращения зачастую предоставляют программы поддержки работников и предлагают такие меры как

- 2.1 Использование досрочных льготных программ.
- 2.2 Стимулирование увольнений по собственному желанию за счет привлекательной системы компенсаций и поддержки в дальнейшем трудоустройстве.
- 2.3 Перевод части персонала в дочерние бизнес-единицы.
- 2.4 Сдача неиспользуемых помещений в аренду предпринимателям, что позволяет создать новые рабочие места своим сокращенным сотрудникам.

Управление численностью и расходами на персонал без проведения сокращений – наиболее перспективный путь для того, чтобы избежать необходимости увольнения по инициативе администрации:

- 3.1 Введение срочных трудовых договоров.
- 3.2 Специалисты по договорам подряда или передача деятельности на аутсорсинг.
- 3.3 Перевод персонала на неполный рабочий день или неполную рабочую неделю.
- 3.4 Перевод отдельных подразделений и бригад на внутренний хозрасчет.

Применяя «мягкие» методы сокращения численности, компания решает две задачи – сокращает издержки на персонал и обеспечивает лояльность как оставшихся, так и бывших сотрудников. Разумеется, иногда это связано с дополнительными затратами, но зато позволяет избежать недостатков, присущих сокращению штатов по инициативе администрации.

Разобраться с тем, кого из сотрудников придется уволить, поможет концепция «кадрового ядра» и «кадровой периферии», которая распределяет сотрудников на две группы по значимости выполнения ими основных бизнес-процессов в организации [2]. Приоритет будет у сотрудников, составляющих ядро организации. Периферийные сотрудники подлежат частичному сокращению, поскольку они не имеют значимого влияния на основные бизнес-процессы.

Изменение численности персонала – это непростой и болезненный способ сокращения издержек компании. Если применять его взвешенно, после всестороннего анализа текущей ситуации и прогноза последствий – он будет эффективно работать и давать ожидаемые результаты даже в условиях кризиса. Но еще лучше было бы выстраивать организационную структуру и систему управления компанией так, чтобы можно было предупреждать ситуации, в которых требуется сокращать численность персонала.

Библиографический список

1. *Веснин В.Р.* Основы менеджмента: учебник. М.: Проспект, 2014. 320 с.
2. *Зайцева Т.В.* Управление персоналом: учебник. М.: ИД «ФОРУМ», НИЦ ИНФРА-М, 2013. 336 с.

УДК 338.984

Н.Б. Казарян

магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ООО «АМГ»

Одним из основных требований функционирования предприятий в условиях рыночной экономики являются безубыточность хозяйственной и другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Главная задача предприятия – хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия. Основными показателями, характеризующими результаты коммерческой деятельности торговых предприятий, выступают товарооборот, валовой доход, другие доходы, издержки обращения, прибыль и рентабельность [1].

На основе результатов анализа разрабатываются и обосновываются управленческие решения. Анализ финансового состояния предшествует решениям и действиям, обосновывает их и является основой научного управления производством, обеспечивает его объективность и эффективность.

Большая роль отводится анализу в деле определения и использования резервов повышения эффективности производства [4]. Он содействует экономному использованию ресурсов, выявлению и внедрению передового опыта, научной организации труда, новой техники и технологии производства, предупреждению излишних затрат и т.д.

Роль анализа как средства управления производством с каждым годом возрастает. Это обусловлено разными обстоятельствами. Во-первых, необходимостью неуклонного повышения эффективности производства в связи с ростом дефицита и стоимости сырья, повышением науко-

и капиталоемкости производства. Во-вторых, отходом от командно-административной системы управления и постепенным переходом к рыночным отношениям. В-третьих, созданием новых форм хозяйствования в связи с разгосударствлением экономики, приватизацией предприятий и прочими мероприятиями экономической реформы [6].

В этих условиях руководитель предприятия не может рассчитывать только на свою интуицию. Управленческие решения и действия должны быть основаны на точных расчетах, глубоком и всестороннем экономическом анализе. Они должны быть научно обоснованными, мотивированными, оптимальными.

Общество с ограниченной ответственностью «АМГ», далее ООО «АМГ» специализируется на Интернет-маркетинге и реализует свою продукцию в Санкт-Петербурге и Москве. Компания работает на российском рынке рекламных услуг с 2004 г. на основании устава, учредительного договора и протокола создания. Миссия компании: продвижение передовых технологий Интернет-маркетинга для развития российского бизнеса.

В перечень услуг ООО «АМГ» входит разработка фирменного стиля организации; создание, продвижение и поддержка web-сайтов; создание виртуальных 3D-туров; разработка дизайна сувенирной продукции и буклетов.

Для анализа внутреннего состояния организации и ее внешней среды, определения конкурентоспособности организации и возможных путей ее стратегического развития проведем SWOT-анализ.

1. Анализ внешней среды.

С экономической точки зрения на деятельность организации влияют такие факторы как:

- уровень инфляции;
- курсы валют (доллара, евро);
- уровень цен на технику и комплектующие;
- уровень развитости конкурентов.

Политические факторы, влияющие на деятельность компании:

- налоговая политика;
- реформы правительства Санкт-Петербурга.

Социальные факторы:

- реакция на изменение цен;
- модные тенденции в рекламном бизнесе.

Технологические факторы:

- появление новых информационных технологий;
- совершенствование программного обеспечения.

Компанией ежегодно готовятся отчеты финансового состояния организации. С клиентами и поставщиками ведется только безналичный расчет.

Учитывая влияние вышеописанных факторов, можно выделить сильные и слабые стороны компании, ее возможности и угрозы.

Таким образом, «матрица SWOT-анализа» будет такой как на рис.

	Возможности:	Угрозы:
Сильные стороны	- выгодные условия для клиентов; – взаимовыгодные отношения с типографиями	- разработка комплексной рекламы организации; – партнерство с немецкой компанией Panomatics; – отношения с типографиями на взаимно-выгодных условиях
Слабые стороны	- устаревание оборудования; – трудоемкость подбора квалифицированного персонала	- устаревание оборудования; – несовершенная система стимулирования и мотивации работников

Рис. Матрица SWOT-анализа

На основании данных финансовой отчетности (форма 1, форма 2) за 2010 – 2012 гг. был проведен анализ состава и структуры имущества, рассчитаны наличие собственных оборотных средств, подверглись анализу состав и структура источников организации, оценена платежеспособность, показатели финансовой устойчивости, проведен анализ прибыли и ее использования, рентабельность.

За 2010–2012 гг. наблюдался рост валюты баланса и увеличение оборотных активов. Также сокращается разница между объемом продаж и активов, однако ресурсы организации используются неэффективно.

При анализе финансового состояния предприятия обязательно рассчитывается удельный вес собственных оборотных средств в общей сумме оборотных средств. К собственным средствам организации относятся капитал и резервы (раздел III баланса). Считается, что в первую очередь за счет собственных средств приобретаются внеоборотные активы, оставшиеся средства направляются на приобретение оборотных активов [5].

Формирование имущества организации происходит за счет собственных и привлеченных источников, характеристика соотношения которых определяет финансовое положение организации. Если заемная доля капитала значительна, это может привести к банкротству организации. Оптимальным считается соотношение 50%/50%.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности (0,01) может быть погашена немедленно за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений.

Коэффициент промежуточной ликвидности показывает, какую часть краткосрочной задолженности (0,46) организация сможет погасить при условии реализации дебиторской задолженности [3].

Коэффициент текущей ликвидности говорит, что организация 0,46 часть краткосрочных обязательств обеспечена оборотными активами.

Пониженные коэффициенты платежеспособности говорят о том, что организация не может полностью ликвидировать все свои краткосрочные долги.

Собственный капитал занимает (-45%) в структуре, а заемный – (145%). Это подтверждает, что активы ООО «АМГ» формируются только за счет заемных источников, а значит, компания финансово зависима и не сможет рассчитаться с кредиторской задолженностью.

За период 2010–2012 гг. заемные средства имели тенденцию к росту, собственные средства также росли. Более того наблюдалась положительная тенденция в изменениях процентного соотношения собственного и заемного капиталов: процент заемного капитала снизился со 177 до 145%.

Платежеспособность организации является внешним признаком ее финансовой стабильности.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности (0,01) может быть погашена немедленно за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений.

Коэффициент промежуточной ликвидности показывает, какую часть краткосрочной задолженности (0,46) организация сможет погасить при условии реализации дебиторской задолженности.

Коэффициент текущей ликвидности говорит, что организация 0,46 часть краткосрочных обязательств обеспечена оборотными активами.

Пониженные коэффициенты платежеспособности говорят о том, что организация не может полностью ликвидировать все свои краткосрочные долги [4].

Подводя итоги исследования, было отмечено, что в анализируемой организации существует ряд проблем:

- ресурсы организации используются неэффективно;
- организация не может рассчитаться с кредиторской задолженностью;

- неэффективное управление хозяйственной деятельностью;
- неэффективное использование сотрудниками рабочего времени, что ведет к невыполнению плана по труду;
- невыполнение плана по труду в условиях нормальной конкуренции, что приводит к потере клиентов, невыполнению в срок условий договоров, ухудшению репутации организации, переходу клиентов к конкурентам.

В ходе анализа трудовых ресурсов, фонда заработной платы ООО «АМГ», было установлено, что организация в точности не придерживается какой-либо классической системы оплаты труда. Заработная плата главного бухгалтера и сотрудников технического отдела состоит только из должностного оклада, а генерального директора, коммерческого директора и сотрудников отдела по работе с клиентами включает должностной оклад и проценты, рассчитываемые от различных показателей.

Некоторые из вышеперечисленных проблем не могут быть решены немедленно, что связано с длительным сроком их решения. Таким образом, одними из главных задач организации на данный момент времени является эффективное использование сотрудниками рабочего времени и выполнение плана по труду. Одним из мероприятий по решению этих задач может быть модернизация системы материального стимулирования работников отдела по работе с клиентами и технического отдела.

Библиографический список

1. Трудовой кодекс Российской Федерации / М.: Проспект, 2011.
2. Абалкин Н.П. Заработная плата. Бухгалтерский учет и налогообложение / М.: Индекс, 2006.
3. Абдурахманов К.Х., Бобков В.Н., Буланов В.С. Экономика труда: Социально-трудовые отношения: учебник для ВУЗов / М.: Экзамен, 2006.
4. Зайцева Т.В. Управление персоналом: учебник. М.: Инфра-М, 2008.
5. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: учеб. пособ. 3-е изд., издание, перераб. и доп. М.: Инфра-М, 2011.
6. Копылов А.С. Формы и системы оплаты труда: учеб. пособие. М.: Экономическое образование, 2007.

УДК 336.7

С. Каплунов

студент группы 8525М

Е.И. Карасева,

(доцент, канд. экон. наук) – научный руководитель

ПОСТРОЕНИЕ БАНКОВСКОЙ СКОРИНГОВОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

В данной статье приведены методы, которые используются в банковском скоринге. Также приведена наглядная модель. Для того чтобы взять займ, пользователь должен предоставить персональные данные. Данные, заполненные пользователем, должны быть проверены скоринговым алгоритмом на основании которого система примет решение: выдать займ или отказать в выдаче из-за больших рисков невозврата.

Большинство скоринговых систем созданы для удобства банков, данный алгоритм создается для удобства пользователей, чтобы сократить время обработки данных и узнать свой скоринговый балл, не приходя в отделение банка. В данном алгоритме используются только анкетные

данные. В статье приведена скоринговая модель, которая построена по аналогии с Байесовским подходом. Отличие в том, что в данном подходе не используются веса.

Ключевые слова: кредитный скоринг, скоринговый балл, скоринговые веса.

В банковской сфере при управлении кредитными рисками одна из основных задач – это оценка кредитоспособности заемщиков. Для этого используются разные алгоритмы, формулы, а также кредитный скоринг. Кредитный скоринг подразделяется на четыре вида: application-скоринг, fraud-скоринг, collection-скоринг, behavioral-скоринг [3].

Fraud-скоринг оценивает вероятность мошенничества потенциального заемщика. Нередко мошенники пытаются оформить кредит, не собираясь возвращать деньги. Collection-скоринг определяет приоритетные направления работы с неблагополучными заемщиками. По сути это работа с долгами по кредиту. Behavioral-скоринг определяет оценку наиболее вероятных финансовых действий заемщика. Такая система дает возможность прогнозировать изменение платежеспособности заемщика. Application-скоринг – самый распространенный и известный клиентам вид скоринга. В его основе лежат первичный сбор анкетных данных заемщика, обработка данных компьютером и вывод результата. Данный вид скоринга и используется в статье.

Основным этапом построения модели является выбор и анализ независимых переменных. В данном случае основным источником данных являются анкетные данные клиента, которые были разделены на группы:

- демографические показатели: возраст, пол, национальность, образование, профессия, наличие собственности, семейное положение, наличие детей, и др.;
- место работы, должность, стаж на последней работе, общий стаж, доход, дополнительный доход;
- данные по запрашиваемому кредиту: размер кредита, срок финансирования, средний доход, расходы клиента;
- кредитная история, количество кредитов в данный момент, поручитель [3].

За основу банковской скоринговой системы анализа платежеспособности физических лиц могут быть взяты различные статистические модели. Основными из них являются:

- множественная линейная регрессия;
- множественная логарифмическая регрессия;
- нейронная сеть;
- деревья решений [1].

В данном случае множественная линейная регрессия и множественная логарифмическая регрессия не подходят, так как в этих моделях используется информация по клиентам за последние 2-5 лет, а это значит, что нужна большая выборка. Для этого должна быть база данных (далее БД), которая содержит всю информацию по клиенту за это время. Нейронная сеть и деревья решений подходят больше, поскольку здесь можно использовать только данные, которые берутся из анкеты. Но нейронная сеть показывает лучшие результаты, если она настроена и обучена.

Была построена анкета, которая была разбита на четыре части. У каждой части свой скоринговый балл. Первая часть анкеты, это данные о размере кредита, сроке финансирования, среднем доходе и расходе клиента. По этим данным нужно рассчитать коэффициент Платеж/Доход (далее П/Д). Расчет проводится по формуле(1):

$$\text{Коэффициент П/Д} = \frac{A + PK * 1,1 * HP / 12}{D - P} * 100\%; \quad (1)$$

где А – размер ежемесячного аннуитетного платежа, в рублях; РК – размер ипотечного кредита, в рублях; НР – норматив ежегодных расходов заемщика, связанных с обслуживанием ипотечного кредита. В целях расчета коэффициента П/Д значение НР устанавливается равным 0,02; Д – размер

среднемесячных совокупных доходов Заемщика после налогообложения, в рублях; Р – размер ежемесячных совокупных расходов Заемщика, указанных в п.2.4.1. Части I настоящих Стандартов, в рублях [4].

После того, как рассчитали П/Д, нужно вычесть платеж по кредиту, и рассчитать прожиточный минимум на каждого члена семьи по формуле(2):

$$Д-П \geq n \cdot 1.0 \cdot ПМ; \quad (2)$$

где n – количество членов семьи (все члены семьи, в том числе не имеющие доход); ПМ – прожиточный минимум на одного представителя трудоспособного населения, установленный нормативным правовым актом субъекта Российской Федерации, в котором расположен предмет ипотеки [4].

На втором этапе, каждому варианту ответа было присвоено своё значение. Для расчета были взяты основные скоринговые баллы: 999-

831(5), 830-661(4), 66-581(3), 580-511(2), 510-0(отказ). Расчет был произведен по формуле (3):

$$З_1 = \frac{СБ}{КВ}; З_2 = \frac{СБ}{КВ}; ССБК = \frac{З_1 + З_2}{2}; \quad (3)$$

где З₁, З₂ - значения (балл скоринга); КВ – количество вопросов; СБ – скоринговый балл; ССБК – средний скоринговый балл категории (очень хороший, хороший, средний, плохой, очень плохой).

Была сделана наглядная модель, представленная на рис. 1.

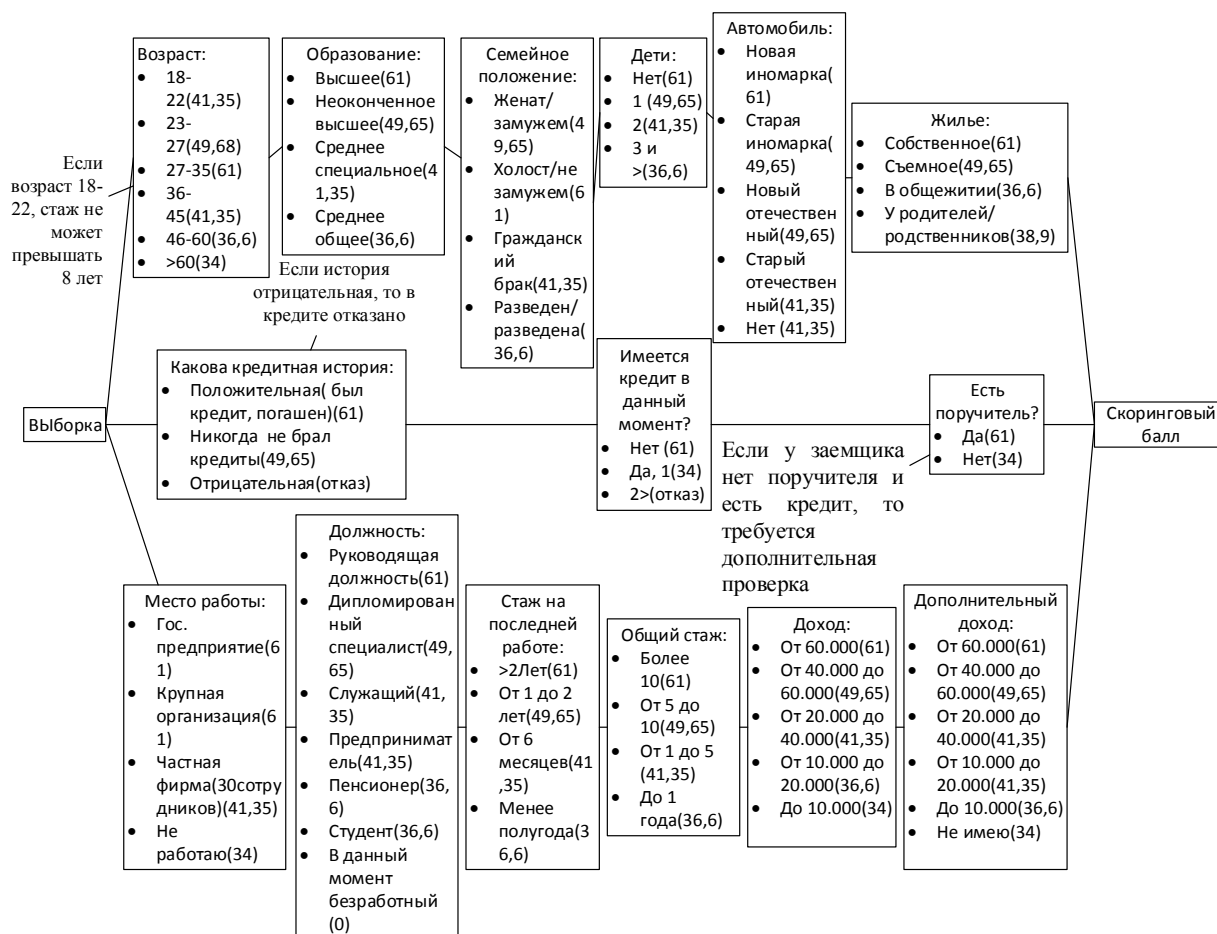


Рис.1 Скоринговая модель

Для того, чтобы заемщик получил кредит, должны получиться следующие результаты:

1) коэффициент П/Д должен превышать 40%;

- 2) после расчета прожиточный минимум должен остаться на каждого члена семьи;
- 3) скоринговый балл $\max = 903.68$, $\min = 514.6$.

Для увеличения точности модели можно проверить вероятность того, что заемщик с такими свойствами вернет кредит. Для этого добавляем к каждому параметру коррелирующий коэффициент:

$$K1 \times A1 + K2 \times A2 + \dots$$

Коррелирующий коэффициент – показатель, который учитывает статистику возвратов кредитов, т. е. показывает, с какой вероятностью заемщик с данным свойством вернет кредит. Каждый коррелирующий коэффициент рассчитываем на основании большого массива данных, полученных из БД[2].

Например:

По поступившем заявкам было принято решение выдать кредит «Хорошим» заемщикам в количестве 105 заемщиков, из них вернуло кредит 50 заемщиков и вернуло с просрочкой не более, чем 30 дней, то коррелирующий коэффициент рассчитывается как:

Коррелирующий коэффициент $= [(50+30) / 105] \times 100\% = 76,19\%$ – вероятность того, что заемщик с таким свойством вернет кредит.

Следует отметить, что был рассмотрен и проанализирован кредитный скоринг. За основу модели были взяты наиболее подходящие методы. Могут быть использованы и другие методы.

Библиографический список

1. Сорокин А.С. Интернет журнал «Науковедение». Московский гос. у. экономики, Вып. 2, март-апрель 2014. 28 с.
2. Ковалев М., Корженевская В. Статья «Методика построения банковской скоринговой модели для оценки кредитоспособности физических лиц». Credit Europe Bank N. V. 2014. 10 с.
3. Общие условия кредитования и Рефинансирования.
4. Положение о ипотечном кредите ОАО «БАЛТИНВЕСТБАНК» 2014.

УДК 657.01

О.А. Каспир

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р. экон. наук, профессор) – научный руководитель

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

На сегодняшний день для России актуальность перехода на Международные стандарты финансовой отчетности (далее МСФО) определена Концепцией развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу, одобренной приказом Министерства финансов РФ от 01.06.2004 г. № 180 и планом Министерства финансов Российской Федерации на 2012-2015 гг. по развитию бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на основе международных стандартов финансовой отчетности, утвержденным Приказом Минфина России от 30.11.2012 № 455.

Переход многих организаций на уровень отчетности МСФО позволит им конкурировать с зарубежными фирмами. Также ведение такого учета является стимулом для увеличения количества инвесторов и повышения качества управленческой информации. Опора на МСФО становится необходимым условием при покупке или продаже предприятием ценных бумаг, а также поддержке

со стороны государственных структур. Однако многим фирмам невыгодно вести учет по МСФО. Это является дополнительной нагрузкой на финансово-бухгалтерскую службу предприятия, а вести параллельный учет в российских и международных стандартах – дорогостоящее занятие, кроме того тут возникает ещё одна проблема – значительные противоречия в учетах.

Рассмотрим бухгалтерский учет готовой продукции на основе Российских стандартов бухгалтерского учета (далее РСБУ) и МСФО.

Бухгалтерский учет готовой продукции в Российской Федерации регулируется Положением по бухгалтерскому учету 5/01 «Учет материально-производственных запасов». Данное положение устанавливает методологические основы формирования в бухгалтерском учете информации о материально-производственных запасах. Аналогом данного положения на международном уровне является МСФО 2 «Запасы». Цель стандарта состоит в том, чтобы установить порядок учета запасов. Основным вопросом в учете запасов является определение величины затрат, подлежащих признанию в качестве актива и переносу в следующие периоды до признания соответствующей выручки.

Стандарт дает указания по определению затрат и их последующему признанию в качестве расходов, включая любые уменьшения стоимости до величины возможной чистой цены продаж. Он также дает представление об используемых способах расчета себестоимости и применяется ко всем запасам, за исключением: незавершенного производства, возникающего по договорам на строительство, включая непосредственно связанные с ними договоры на предоставление услуг; финансовых инструментов; биологических активов, связанных с сельскохозяйственной деятельностью и сельскохозяйственной продукцией в момент её сбора [1, с. 245].

В российском учете на данный момент не существует специализированного стандарта по бухгалтерскому учету в сельском хозяйстве. Регулирование учета в отрасли осуществляется через общие для всех документы Минфина России и методические рекомендации Министерства сельского хозяйства РФ, увязывающие общие подходы к бухгалтерскому учету с сельскохозяйственной спецификой.

В зарубежном учете порядок учета, представления и раскрытия информации о сельскохозяйственной деятельности регулируется МСФО 41 «Сельское хозяйство», который и послужил основой для разработки проекта российского ПБУ «Учет биологических активов и сельскохозяйственной продукции».

Проект ПБУ «Учет биологических активов и сельскохозяйственной продукции» устанавливает правила формирования, представления и раскрытия в бухгалтерской отчетности организации информации о биологических активах. Включены понятия и определения, часть из которых имеют отраслевое значение и присущи только сельскому хозяйству, например, биологический актив; сельскохозяйственная продукция; текущие и долгосрочные биологические активы, биотрансформация.

МСФО (IAS) 41 «Сельское хозяйство» устанавливает порядок учета, представления финансовой отчетности и раскрытия информации о сельскохозяйственной деятельности в части, не рассматриваемой в других МСФО.

Среди прочего МСФО (IAS) 41 устанавливает порядок учета биологических активов в период их роста, дегенерации, производства продукции и воспроизводства, а также порядок проведения первоначальной оценки сельскохозяйственной продукции в момент её сбора.

Моментом первоначального признания биологических активов по справедливой стоимости в бухгалтерском учете организации являются: дата начала перехода организации к оценке имеющихся биологических активов по справедливой стоимости; дата поступления (приобретения) биологических активов со стороны; дата получения (воспроизводства) и начало выращивания дополнительных биологических активов в самой организации [2, стр. 12].

Моментом последующего признания биологических активов по справедливой стоимости в бухгалтерском учете организации является дата их переоценки в результате биотрансформации

(роста, дегенерации) на начало каждого отчетного периода. Сельскохозяйственная продукция, полученная от биологических активов, оценивается по справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу, определенной на момент сбора урожая. Справедливая стоимость биологических активов определяется исходя из их цены на активном рынке. Справедливая стоимость для оценки товарной сельскохозяйственной продукции за вычетом сбытовых расходов определяется по формуле

$$C_{mn} = P_c - ПС_p,$$

где C_{mn} – справедливая стоимость 1 ц сельскохозяйственной продукции за вычетом предполагаемых сбытовых расходов на момент её сбора (получения), руб.; P_c – рыночная стоимость 1 ц сельскохозяйственной продукции, а $ПС_p$ – предполагаемые сбытовые расходы в расчете на 1 ц сельскохозяйственной продукции, руб. [15, стр. 18].

С момента прекращения признания биологических активов применяются правила МСФО 2 «Запасы». Согласно МСФО 2 запасы должны оцениваться по наименьшей из двух величин: себестоимости и чистой стоимости продажи, которая представляет собой «предполагаемую цену продажи в обычных условиях ведения бизнеса за вычетом расходов на выполнение работ и расходов на продажу» [2, стр. 16].

Стоимость запасов относится на расходы в том отчетном периоде, когда признана соответствующая выручка от продаж запасов. Запасы, стоимость которых включена в стоимость других активов, признаются в качестве расхода в течение срока полезной службы активов.

В соответствии с МСФО (IAS) 41 «Сельское хозяйство» запасы, состоящие из собранной сельскохозяйственной продукции, которую предприятие получило от своих биологических активов, при первоначальном признании оцениваются по справедливой стоимости на момент сбора за вычетом расчетных затрат на продажу. Это является себестоимостью запасов на упомянутую дату в рамках применения настоящего стандарта.

Основное отличие в финансовой отчетности, составленной на основании МСФО, от российской финансовой отчетности – это отражение стоимости всех готовых и незавершенных товаров, т. е., вне зависимости от права собственности активы должны быть признаны запасами и учтены на балансе организации. В российском законодательстве право собственности является обязательным условием для учета на балансе. Различия, возникающие при ведении учета и составлении отчетности по МСФО в сравнении с РСБУ, приводят к изменению оценки статей отчетности.

Таким образом, изменение в оценке запасов ведет к изменению данных отчета о финансовом положении и отчета о совокупном доходе, что, в свою очередь, приведет к различному пониманию пользователями бухгалтерской отчетности реального финансового положения организации.

Библиографический список

1. Аверчев А. В. Международные стандарты финансовой отчетности в задачах и примерах. М.: Эскимо, 2009. 400 с.
2. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету биологических активов и результатов их биотрансформации в сельском хозяйстве. М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2011. 56 с.
3. Хоружий Л. И. Варианты методов учета биологических активов и сельскохозяйственной продукции // Бухучет в сельском хозяйстве. 2013. № 3. С. 14–21.

УДК 657.47

О.А. Каспир

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р. экон.наук, профессор) – научный руководитель

РОЛЬ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ

В современных условиях усилившейся конкурентной среды основным фактором успешной деятельности предприятия, безусловно, является процесс эффективности управления затратами субъекта хозяйствования.

Основным механизмом процесса управления предприятия в целом является правильная и четкая организация учета и анализа его затрат на производство и реализацию продукции, работ и услуг, поскольку именно данные учета затрат отражают производственные резервы субъекта хозяйствования, обеспечивают постоянный контроль за использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов для улучшения рентабельности производства.

При этом «...конкретная форма организации управленческого учета зависит от ряда факторов: формы собственности, технологических особенностей предприятий и организаций, макроэкономических и юридических факторов, компетенции руководителей и их потребностей в той или иной управленческой информации» [2].

Следовательно, исследование структуры себестоимости продукции дает более точную оценку таких важнейших показателей предприятия, как прибыльность и рентабельность за определенный период времени, выявляет некоторые недостатки в производственной деятельности субъекта хозяйствования.

Оценка затрат на производство продукции, работ и услуг и в конечном итоге себестоимости характеризует динамику изменения этого показателя, определяет влияние факторов на его прирост, выявляет резервы ее снижения и т. п.

Калькуляция является важным средством осуществления режима экономии и контроля рублём. Она даёт возможность сопоставлять уровни себестоимости и рентабельности предприятий, вырабатывающих одинаковые изделия, правильно решать вопросы специализации, размещения производственной программы по предприятиям, материально-технического снабжения.

Калькулирование – это система экономических расчетов себестоимости продукции, важнейший управленческий процесс при управлении производством, который является заключительным этапом учета затрат на производство и реализацию продукции [1].

В самом широком смысле калькулирование представляет собой способ систематизации информации о себестоимости продукта для выявления резервов повышения эффективности производства и управления этим процессом [1].

Калькулирование себестоимости продукции является одним из элементов метода бухгалтерского учета.

Управление затратами как средство достижения высокого экономического результата включает в себя их планирование, учет и калькулирование – процессы, которые осуществляются в тесной интеграции и взаимообусловленности. Смысл калькуляции заключается в проблеме определения всех издержек производства, а также для наиболее простого установления себестоимости производимой продукции.

В настоящее время выделяют следующие задачи учета для управления:

1. Регистрация затрат и представление отчетов, в том числе классификация, обобщение, предоставление и истолкование данных о затратах для заинтересованных пользователей.

2. Определение и оценка величины затрат по конкретным продуктам, услугам или местам формирования издержек, центрам ответственности.

3. Управление стоимостью и анализ затрат, т.е. представление данных о затратах в виде информации, пригодной для управленческого планирования и контроля, для использования ее управленческим персоналом при принятии решений [3].

Именно эти задачи и решаются с помощью калькуляции себестоимости продукции.

Главной целью управленческого учета является обеспечение руководителей и менеджеров необходимой информацией для принятия решений и эффективного управления предприятием.

Для предприятия важна достоверная информация о структуре себестоимости – предприятие получает возможность влиять на нее, т.е. управлять своими издержками. Именно такая информация должна формироваться в системе бухгалтерского учета.

В системах финансового и управленческого учета подходы к формированию себестоимости различны. В управленческом учете себестоимость формируется для того, чтобы управляющий имел полную картину о затратах. Поэтому в системе данного учета могут использоваться различные методы расчета себестоимости. В калькулировании могут участвовать даже те затраты, которые не включаются в себестоимость продукции в финансовом учете.

Сложность вопросов калькулирования прежде всего связана с многообразием хозяйственных процессов, осложняющихся технологическими и организационными условиями производства. Так же сложность калькулирования состоит в необходимости обеспечить разграничение затрат между законченными и незаконченными объектами, оценив брак, побочную продукцию и отходы производства.

Процесс калькулирования себестоимости продукции проходит в три этапа и представляет собой расчет:

- себестоимости всей произведенной продукции;
- фактической себестоимости каждого вида продукции;
- себестоимости единицы продукции [3].

Но здесь следует подчеркнуть, что эти этапы являются весьма условными. На практике же процесс калькулирования себестоимости продукции является достаточно сложным и постоянно чередуется с процессом учета затрат. В особенности данный процесс усложняется после того, как определены первичные затраты и начинается процесс калькулирования себестоимости продукции вспомогательных производств.

Наиболее оптимальный метод решения в системе управления затратами на производство и реализацию продукции, на мой взгляд, предлагает Н.В. Киреева, согласно мнению которой «...решение полного перечня управленческих задач возможно двумя способами: построение на предприятиях нескольких систем информации на основе разных подходов к калькулированию себестоимости продукции. При этом часть информации в разных системах будет дублироваться, и затраты на создание такого множества систем могут превысить положительный эффект от их функционирования. Второй способ – синтезировать новый метод калькулирования, сохранив при этом достоинства и доработав элементы существующих методов до уровня, позволяющего решать актуальные управленческие задачи» [2].

Современное калькулирование лежит в основе оценки выполнения плана, принятого предприятием или центром ответственности. Оно необходимо для анализа причин отклонений от плановых заданий по себестоимости. Данные фактических калькуляций используются для последующего планирования себестоимости, для обоснования экономической эффективности внедрения новой техники, выбора современных технологических процессов, проведения мероприятий по повышению качества продукции, проверки проектов строительства и реконструкции предприятий.

По результатам калькулирования можно принять решение о проведении ремонта самостоятельно или с использованием услуг сторонних организаций. Наконец, калькулирование является основой трансфертного ценообразования.

Трансфертная (внутренняя) цена применяется при коммерческих операциях между подразделениями одного и того же предприятия.

Рассмотрим калькулирование себестоимости озимой пшеницы, для этого рассчитаем фактическую себестоимость зерна и зерноотходов озимой пшеницы в ООО «Аспект» за 2015 г., представленную в табл. 1.

Таблица 1

Исчисление себестоимости озимой пшеницы в ООО «Аспект», 2015 г.

Вид продукции	Количество, ц	Коэффициент перевода в условную продукцию	Количество условной продукции, ц	Доля, %	Фактическая себестоимость, руб.	
					всего, руб.	1 ц, руб.
Зерно	86778,7	1	86778,7	97,9	47467949,0	547,0
Зерноотходы	2228,0	0,85	1893,8	2,1	1018581,0	465,0
Солома	262,5	х	х	х	17327,0	х
Итого	х	х	8867,25	100,0	48503857,0	х

По данным табл. 1 видно, что на выращивание озимой пшеницы в 2015 г. было израсходовано 48503857 руб. Рефакция зерна составила 85 %. С помощью условных коэффициентов было вычислено, что затраты на производство зерна составили 47467949 руб., а на зерноотходы – 1018581 руб. Солома приходится по плановой себестоимости, которая составила 17327 руб. Фактическая себестоимость 1 ц зерна составила 547 руб., а зерноотходов 465 руб.

После определения фактической себестоимости продукции необходимо рассчитать калькуляционную разницу путем сравнения фактической себестоимости с плановой и отразить перерасход или экономию затрат методом дополнительной записи или «красное сторно».

Рассмотрим расчет калькуляционной разницы зерна и зерноотходов озимой пшеницы урожаем 2015 г. (табл. 2).

Таблица 2

Определение калькуляционной разницы зерна и зерноотходов озимой пшеницы в ООО «Аспект», 2015 г.

Вид продукции	Количество, ц	Плановая себестоимость, руб.		Фактическая себестоимость, руб.		Калькуляционная разница, руб.	
		всего	на 1 ц	всего	на 1 ц	Всего	на 1 ц
Зерно	86778,7	43389350,0	500,0	47467949,0	547,0	4078599,0	47,0
Зерноотходы	2228,0	445600,0	200,0	1018581,0	465,0	572981,0	265,0
Итого	х	43834950,0	х	48503857,0	х	4651580,0	х

Из представленных результатов табл. 2 видно, что фактические затраты зерна больше плановых на 4078599 руб., в том числе больше на единицу продукции на 47 руб., следовательно, можно сделать вывод о перерасходе затрат. Фактические затраты зерноотходов превысили плановые затраты на 572981 руб., в том числе больше на единицу зерноотходов на 265 руб.

Рассмотрим распределение калькуляционной разницы по каналам движения зерна и зерноотходов озимой пшеницы урожаем 2015 г. в ООО «Аспект», представленное в таблице 3.

По данным табл. 3 видно, что корректировка по доведению плановой себестоимости до фактической осуществлялась методом дополнительной записи, что означает перерасход затрат.

Распределение по зерну и зерноотходам осуществлялось следующим образом:

- на реализацию на 3799818 руб.;
- на производство комбикорма на 215861 руб.;
- на остаток готовой продукции на 632522 руб.;
- на прочие расходы по непригодной к продаже продукции на 3379 руб.

Таблица 3

Распределение калькуляционной разницы по каналам движения зерна и зерноотходов озимой пшеницы в ООО «Аспект», 2015 г.

Распределение корректировки	Вид продукции					
	Зерно		Зерноотходы		Итого	
	количество, ц	сумма, руб.	количество, ц	сумма, руб.	количество, ц	сумма, руб.
На реализацию	76592,6	3599854	1452,3	199964	78044,9	3799818
На производство комбикорма	47,8	122046	46,2	93815	94,0	215861
На остаток готовой продукции	5868,9	353320	729,5	279202	6598,4	632522
На прочие расходы	88,7	3379	х	х	88,7	3379
Всего	х	4078599	х	572981	х	4651580

Таким образом, в ООО «Аспект» общие фактические затраты на производство озимых зерновых превысили плановые затраты.

Снижение затрат на единицу товарной продукции достигается повышением производительности труда и качества продукции, улучшением использования производственных ресурсов, опережающим ростом товарной продукции по сравнению с затратами.

Таким образом, производственный учет и калькулирование является основными элементами системы управления не только себестоимостью продукции, но и производством в целом.

Для обеспечения эффективности управления производственными затратами на предприятии необходимо проводить расчеты целесообразности собственного производства, учитывать расходы каждого вида работы и каждого вида продукции, проводить детальный анализ их прибыльности, осуществлять оценку динамики показателей себестоимости продукции субъекта хозяйствования.

Предложенные меры и их применение на практике помогут в улучшении процесса калькулирования себестоимости продукции и минимизации производственных затрат, а предприятию помогут быть более конкурентоспособным и более финансово устойчивым в современных условиях хозяйствования.

Библиографический список

1. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. пособие / М.: Национальное образование, 2013. 672 с.

2. Ерохина О.С., Федорович Т.В. Обоснование метода учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции в системе управления затратами // Проблемы учета и финансов. № 2. 2012. С. 51.
3. Киреева, Н. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / М.: Социальные отношения, 2007. 505 с.
4. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг): учеб.-практ. пособие / Ю. А. Бабаев и др.; под ред. Ю. А. Бабаева. 2-е изд., испр. и доп. М.: Вузовский учебник, 2011. 190 с.

УДК 659.18

Е.М. Кондюхова

студентка кафедры информационных технологий предпринимательства

Л. В. Рудакова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

В современном мире реклама играет важную роль – она определяет наш образ и стиль жизни. Трудно представить ситуации, когда, выходя на улицу или включая телевизор, мы не обнаружим многообразия рекламного карнавала. Реклама будто диктует человеку, как и что ему делать в его повседневной жизни. В настоящее время она приобрела статус социально-общественного проводника. Рекламный российский рынок можно назвать поздним рынком наряду с другими рынками коммуникационного типа. Здесь для создания качественного рекламного продукта требуется больше аспектов, чем обычное участие высокоодаренных творческих личностей. В рассматриваемой отрасли конкурентирование осуществляется именно на основе таланта, умение работать на пределе психофизических возможностей.

В настоящее время особое место в России занимает электронная реклама. Компьютер, Интернет, социальные сети уже достаточно прочно вошли в жизнь современного человека. И размещение рекламного продукта в них поднимает имидж компании и вызывает интерес целевой аудитории, которая внимательно и постоянно изучает компьютерное пространство. Рекламные услуги, представленные сегодня электронной рекламой, достаточно разнообразны. Рекламодателям могут быть предложены размещение баннеров и текстовой рекламы, гиперссылок, спонсорская реклама, реклама в поисковой системе, реклама в списках рассылки и т.д. [1]. Несмотря на такое многообразие видов электронной рекламы, в России на данный момент существует ряд проблем, связанных с ней. Рассмотрим их более подробно.

1. Информационная закрытость общества. Несмотря на перемены в жизни общества, ему в значительной степени все еще присущ определенный консерватизм. Большая часть населения России оторвано от современных средств массовой коммуникации – спутникового телевидения и Интернета, через которые распространяется электронная реклама [2]. Для того чтобы преодолеть данную проблему, необходимо: увеличить число рекламных площадей, развивать рекламу в регионах, осуществлять привлечение людей с помощью механизма связи с общественностью.

2. Финансовые проблемы. Финансовая проблема, в настоящее время, является наиболее яркой, так как отсутствие денег или их нехватка ведет к ошибкам и некачественной рекламной деятельности. Фирмы страдают от недоступности финансовых средств, что следует из несовершенства законодательной системы по предоставлению субсидий фирмам для создания достойной рекламной кампании с целью продвижения продукции и улучшения финансовых результатов. Так же причиной является несогласие банков выдавать кредиты, увеличивать сроки креди-

тования и уменьшать процентные ставки фирмам для их деятельности, что ведет за собой недоступность свободных денежных средств и неспособность организаций выделять достаточное их количество на рекламу.

3. Проблема этики в рекламе. Различный уровень культуры, значительные расхождения в понимании этических норм между рекламистами, рекламодателями и потребителями рекламы являются одним из основных элементов, определяющих современные тенденции во взаимоотношениях рекламы и этики. Российская культура многонациональна и многоконфессиональна. Следовательно, налицо определенное расслоение нашего общества в части понятий морали и этики. Однако большинство участников рекламного процесса не хотят признавать, что та или иная реклама является неэтичной, ссылаясь на фактор субъективности в оценке потребителей. При этом не учитываются ни российский менталитет, ни религиозные чувства верующих, ни морально-нравственные ценности, присущие старшему поколению, ни отрицательное воздействие на воспитание внутренней духовной культуры у детей и молодежи. Главное, чем руководствуются очень многие рекламисты, – привлечь внимание к рекламируемому товару или услуге, т.е. достигнуть рекламного эффекта любым способом. В рекламе должны соблюдаться морально-этические принципы. Рекламисты должны придерживаться золотой середины при создании рекламы, не переходить грани морали и культуры.

4. Проблема кадров. В современной электронной рекламе все чаще прослеживается отсутствие грамотности, вкуса и знаний, что следует из нехватки квалифицированных специалистов. А ведь между уровнем квалификации рекламистов и качеством создаваемой ими продукции существует непосредственная зависимость. Рекламным агентствам следует тщательнее подходить к выбору сотрудников. Не допускать некомпетентных людей к созданию электронной рекламы.

Исходя из вышеприведенного анализа, можно сказать, что, несмотря на существующие проблемы, электронная реклама предоставляет рекламистам невидимые ранее возможности для предоставления и продвижения любого товара или услуги на рынок. При этом даже небольшие фирмы при грамотном проведении рекламной кампании посредством электронной рекламы могут достичь значительных результатов, а повышение объемов продаж любой фирмы зависит от комплексного подхода к преодолению вышеуказанных проблем.

Библиографический список

1. *Калужский М.Л.* Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. М.: Экономика, 2014. 328 с.
2. *Успенский И.В.* Интернет-маркетинг: учебник / СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. 120 с.

УДК 336.52

А.В. Коноваленко

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

Я.О. Сумбарова

(доц., канд. экон. наук) – научный руководитель

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Государственные расходы на здравоохранение в Российской Федерации малы по сравнению с другими странами: они практически вдвое меньше расходов Японии, США, Канады Великобритании и Франции, которые тратят на данную сферу 7,1-7,9% ВВП. В 2014 г. государственные расходы на здравоохранение составили 2,5 трлн. рублей (в среднем 3,5% ВВП), что является

крайне низким показателем, ведь даже страны Восточной Европы расходуют в 1,5 раза больше, несмотря на то, что имеют близкий к России ВВП на душу населения [1]. Например, в Польше, Эстонии, Болгарии и Венгрии государственные расходы составляют 3,7 – 6 % ВВП.

Уровень финансирования сферы здравоохранения РФ так и не достиг минимальных стандартов Всемирной организации здравоохранения. На сегодняшний день по оценке ВОЗ Россия стоит на 70-м месте в мире по уровню финансирования и на 130-м по эффективности здравоохранения [2].

В большинстве развитых стран финансирование расходов на здравоохранение осуществляется преимущественно за счет средств государства, а в отдельных субъектах имеет место только бюджетное финансирование, причем даже в США с развитой системой частного медицинского страхования и платной медициной государственные расходы на реализацию целевых программ, в соответствии с которыми оказывается медицинская помощь бедным, а также пожилым гражданам, превышают частные расходы. Однако в России в структуре расходов на здравоохранение существенное значение имеет бюджет ФОМС. В ближайшие годы он будет расти. Доходы ФОМС выросли с 1 трлн руб. в 2013 г. до 1,2 трлн руб. в 2014 г. Увеличение доходов фонда произошло за счет пересмотра тарифа страхового взноса с 3,1 до 5,1 % [3].

Не менее серьезным пороком российской системы здравоохранения является неэффективность механизма распределения средств бюджетов публично-правовых образований и государственных внебюджетных фондов. Зачастую средства не доходят до своих получателей, либо используются не по целевому назначению. Система здравоохранения, наряду со сферой образования, по мнению экономических аналитиков, являются самыми коррумпированными [4].

Основными проблемами Российской системы здравоохранения являются:

1. Недостаток финансирования сферы здравоохранения. Недостаточное финансирование является причиной низкой оплаты труда медицинского персонала, недостаточного обеспечения бесплатными лекарствами населения, невозможности соблюдения стандартов современного лечения, а также обеспечения медицинских учреждений современным высококвалифицированным оборудованием.

2. Дефицит и структура медицинских кадров. Наиболее сильно это явление ощущается на пропускной способности исследуемой сферы. Обеспеченность врачами в Российской Федерации в два раза ниже, чем требуют нормы Всемирной организации здравоохранения. В дальнейшем, по экспертному мнению, будет наблюдаться значительный дефицит медицинских кадров в стране в связи с недостаточной заработной платой медперсонала – примерно на 20% ниже общероссийского показателя. В сравнении с уровнем заработной платы зарубежных коллег российские врачи получают в 1,5-2 раза меньше.

Также причиной дефицита медицинского персонала в будущем является большая доля врачей пенсионного и предпенсионного возраста (около 50%), а также демографический кризис – причина уменьшения количества выпускников вузов.

4. Несоответствие нормативных объемов медицинской помощи по Программе государственных гарантий потребностям населения РФ. В результате этого возникают очереди в поликлиниках и больницах, низкая доступность лекарственных препаратов, обследования и лечения с помощью современной медицинской техники. Нормативы объемов медицинской помощи по Программе государственных гарантий в период с 2000 по 2011 г. не изменились или даже уменьшились по некоторым видам помощи, в то время, как заболеваемость населения выросла за этот период примерно в 1,5 раза.

В развитых странах все нуждающиеся получают лекарственные средства за счет государства. Население РФ недостаточно обеспечено бесплатными лекарствами, предоставляемыми по рецепту врача в амбулаторных условиях и поликлиниках, даже инвалиды (а это примерно 13 млн чел.) и граждане, имеющие право на бесплатные лекарственные средства, не всегда могут получить их,

5. Низкие объемы высокотехнологичной медицинской помощи. В «новых» странах ЕС численность операций по восстановлению проходимости сосудов сердца (реvascularизация) в 5 раз выше, чем в России, гемодиализа – в 4 раза выше, операций эндопротезирования коленного и тазобедренного сустава – в 6,5 раза выше. Это говорит о том, что объемы высокотехнологичной медпомощи по России необходимо увеличить как минимум в 3 раза.

6. Низкая эффективность управления сферой здравоохранения на всех уровнях. В свою очередь, можно отметить следующие причины неэффективности. Это отсутствие стратегического планирования и ответственности руководителей за достижение результатов (например, ежегодные отчеты) по показателям, которые приняты в развитых странах, например показатели качества медицинской помощи и ее безопасности. Это нерациональное распределение государственных средств. Так, в государственных программах делается акцент на плохо контролируемые, инвестиционные расходы (например, строительство и закупка дорогостоящего оборудования) вместо развития кадрового потенциала, квалификации медицинских кадров и профилактики населения. Это недостаточное использование таких инструментов управления, как конкуренция по критериям качества при закупках оборудования для медицинской помощи у поставщиков, составление рейтингов лечебно-профилактических учреждений, экономическое стимулирование для достижения поставленных целей.

Итак, отрицательными факторами и условиями развития сферы здравоохранения следует считать несовершенство системы управления, недостаток системы планирования; острая нехватка бюджетных ассигнований; не оправдавшиеся надежды на введенное обязательное медицинское страхование; несовершенная инфраструктура медицинской помощи, недостаток функционирования основных ее звеньев.

Эффективность управления сферой здравоохранения проявляется в снижении заболеваемости и смертности населения в соответствии с целевыми показателями, т. е. с сохранением человеческого ресурса страны. Согласно экспертному мнению эффективное здравоохранение может сохранить до 6% ВВП ежегодно благодаря повышению ожидаемой продолжительности жизни населения минимум на 5 лет, что позволит повысить пенсионный возраст в стране [5]. Таким образом, решение социально-экономических проблем здравоохранения должно являться одним из приоритетных направлений в управлении экономикой страны.

Библиографический список

1. Bloomberg: Рейтинг стран мира по эффективности систем здравоохранения в 2014 году. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2014/09/22/6887>
2. Банин С.А. Здравоохранение: вопросы финансирования и пути решения. М.: Экономика, № 3(19). 2012. 117 с.
3. Статистический сборник: здравоохранение в России, 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139919134734
4. Система здравоохранения Российской Федерации: итоги, проблемы, вызовы и пути решения// Журнал «Вестник Росздравнадзора» №2 2012г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.remedium.ru/section/detail.php?ID=52541>
5. Улумбекова Г.Э. Здравоохранение России. Что надо делать: научное обоснование Стратегии развития здравоохранения РФ до 2020 года. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2010. 592 с.

УДК 331.1

С.А. Колчак, А.Н. Ларин

студенты кафедры менеджмента наукоемких производств

С.В. Дмитриева

(канд. экон. наук, доц.) – научный руководитель

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ВУЗОВ

Опыт использования средств и методов мотивации, накопленный руководителями в иностранных организациях, не удается внедрить в российских, так как работник, для которого предназначены эти стимулы, реагирует на них не так однозначно, как принято за границей. Вследствие этого на предприятиях в России можно встретить такие стратегии влияния менеджеров на подчиненных, как использование положения, убеждения или же стратегию подталкивания (кнута). Сотрудники, прошедшие через неудачный опыт работодателей в нескольких фирмах, часто создают сильное сопротивление в новых организациях. Слух о внедрении новой системы оплаты труда и мотивации сотрудников может создать стрессовую ситуацию и привести к оттоку кадров. В данной работе предпринята попытка проанализировать существующие средства мотивации сотрудников, а также студентов 3,4-го курса ГУАП и Saxion University of Applied Sciences аналогичных курсов.

Условия среды проживания различных этносов способствовали формированию особых видов хозяйственной деятельности, что повлияло на стереотипичные черты поведения, создававшиеся многовековой однотипной деятельностью. Вследствие этого можно выделить основные черты, присущие этносам Восточной и Западной Европы: импульсивность, коллективизм и аттрактивность – для восточных и последовательность, индивидуализм и рациональность – для западных.

Так как основная наша деятельность проводится на территории России, актуально более широко рассмотреть черты восточных этносов, параллельно давая характеристику западным.

Собранные вместе черты российского работника являются довольно большой преградой для предпринимателя, готового внедрить новые технологии мотивации в организации. Это связано с тем, что проверенные в западной культуре индивидуалистические стимулы не мотивируют российского работника к самоответственности, а наоборот, влекут его к проявлению смекалки и отказу от установленного рабочего процесса. В случае же с российским работником стоит подойти с другой стороны проблемы и попробовать приспособить рабочие стимулы.

Для характеристики нашего работника стоит дать более подробное описание такой черте как аттрактивность. Аттрактивность (притяжение), т.е. влечение к результату, не воспринимая цель как рациональную, без оценки ресурсов и способов достижения цели. Одно из лучших высказываний, характеризующее аттрактивность, присущую российскому работнику, именуется принципом Наполеона: «Сначала ввяжемся в бой, а потом посмотрим, что из этого получится.» Также подходит фраза: «Мы и подумать не могли» и истинно русское «авось», являющееся мотивацией к надежде, что пронесет, а беда обойдет за сто верст.

В европейском обществе в большинстве своем работают рациональные стимулы. Работник может определить для себя количество выполняемой работы, сопоставимое со своими силами, «не гонясь за наживой». Индивидуалистические черты характеризуют его, как самоответственного за процесс и результат своей деятельности. Такой тип поведения на работе можно было бы изобразить как линейный график без резких импульсов.

Из исследований, проводимых в работах [1,2], на основе социологических опросов и анализа данных консалтингового опыта по этой проблеме получены научно обоснованные выводы:

- Чувство гордости российского работника за собственное предприятие влияет на конструктивное отношение к рабочему месту.
- Обратная зависимость отношения «гордости» к «воровству», т.е. где меньше воруют, там больше испытывают гордость и приобщенность к собственному месту работы.
- Чувство гордости своим предприятием определяется наличием льгот для работников.
- Различия в заработной плате на разных предприятиях вполне могут компенсироваться предоставляемыми льготами.

Также установлены ключевые льготы, вызывающие у работника чувство гордости своим предприятием и являющиеся фундаментом мотивации:

- Пользование продукцией предприятия, либо приобретение по льготной цене.
- Возможность пользования специализированными техническими средствами в собственных целях.
- Индивидуальный подход к личным просьбам работника.

Нами же было проведено небольшое исследование на сравнение отношений к различным льготам, значимыми аспектами работы и источниками мотивации между студентами ГУАП и зарубежными студентами. В опросе принимало участие равное количество студентов с двух сторон аналогичных курсов обучения.

Так, при исследовании отношения к получаемым льготам среди студентов ГУАП выделились премии (с серьезным отрывом по количеству голосов), льготные путевки к месту отдыха и оплата проезда до/от работы. Среди зарубежных же студентов – обучение языкам/программам на ПК, благодарность/похвала и премии.

Следующий опрос заключался в выборе аспектов работы в порядке уменьшения значимости для респондента. Для нашего студента большую значимость имели такие аспекты, как размер заработной платы, перспектива карьерного роста и условия труда на рабочем месте. Для европейских студентов – условия труда, перспектива карьерного роста и возможность влияния на эффективность работы подразделения. При этом размер заработной платы не имел столь большой значимости и занимал седьмое место из двенадцати предложенных аспектов.

Последнее тестирование заключалось в определении источников мотивации путем тестирования и выявления коэффициента.

Выделялись следующие источники мотивации:

- Внутренние процессы: желание получать удовольствие от процессов деятельности.
- Инструментальная мотивация: желание осязаемых внешних вознаграждений, таких как плата, премии и т. п.
- Внешняя концепция Я: желание принятия и поддержания своих черт, компетентности и ценностей со стороны других индивидуумов или референтной группы.
- Внутренняя концепция Я: желание отвечать собственным стандартам черт, компетентности и ценностей.
- Интернализация цели: желание достигать целей, соответствующих интернализированным (присвоенным, ставшими внутренними) ценностям

Результаты тестирования приведены в следующей таблице.

Таблица

Источники мотивации студентов

Источники мотивации	ГУАП	Зарубежный ВУЗ
Внутренние процессы	1,31	1,79
Инструментальная мотивация	1,5	0,63
Внешняя концепция Я	0,38	0,18
Внутренняя концепция Я	1,36	1,74
Интернализация цели	0,47	0,68

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

- Существуют различия в аспектах мотивации студентов Петербургского и зарубежного вузов, что в свою очередь предполагает большую вероятность непринятия заимствованных подходов мотивирования работников на потенциальном месте работы.
- Заимствованный метод неизбежно вызовет сопротивление и недопонимание у персонала.
- Приспособление или разработка собственных подходов к мотивированию – ключ к совершенствованию рабочей среды в организации.

Библиографический список

1. Захаров Н. Л., Кузнецов А.Л. Управление социальным развитием организации. М.: Инфра-М, 2010. 263 с.
2. Захаров Н. Л. «Загадка русской души», или Особенности мотивации труда российского персонала // Управление персоналом. 2005. № 2. С. 7–12.

УДК 339.138

Д.В. Корбан

Магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА 1С: ПРЕДПРИЯТИЕ

В современном мире эффективное управление любым предприятием невозможно без применения компьютерных технологий. Для достижения максимальных успехов в своей деятельности необходимо точно понимать свои затраты, прибыли, ресурсы и многое другое. В связи с этим большинство развивающихся компаний используют автоматические средства, позволяющие эффективно хранить, обрабатывать и распределять накопленные данные. Одним из таких средств является автоматизированная информационная система, которая способствует контролю и анализу деятельности на предприятии

Основное преимущество автоматизации – это сокращение избыточности хранимых данных, а следовательно, экономия объема используемой памяти, уменьшение затрат на многократные операции обновления избыточных копий; увеличение степени достоверности информации и увеличение скорости обработки информации и т.д. Таким образом, задача компании заключается в создании и внедрении комплексных систем управления, которые обеспечат работу в едином информационном пространстве и предоставят необходимую информацию для планирования и прогнозирования, анализа и принятия управленческих решений.

Это послужило основанием для создания программного продукта, удовлетворяющего основным требованиям новейших компьютерных технологий, для автоматизации оперативного учета на отдельно взятом малом предприятии ООО «Кислород Сервис Фарм».

Целью является создание автоматизированной информационной системы учета и анализа движения товаров на предприятии. Эта система позволит хранить, обрабатывать и отображать информацию о товарах, состоянии заказов на предприятии, о заказах, реализованных покупателям, оптимально рассчитать выпуск продукции по наименованиям с целью максимизации прибыли.

Программа будет поддерживать не только возможность хранения, обработки данных, но и наличие дружественного интерфейса понятного пользователю. Интерфейсная часть программы будет понятной и удобной в использовании.

Для создания программы была выбрана среда программирования «1С:Предприятие».

«1С» – это фирма, которая выпустила систему программ «1С:Предприятие». Фирма «1С» основана в 1991 г. Борисом Нуралиевым. **1С:Предприятие** – это система программ для автоматизации учета на предприятии. Данная система используется для автоматизации более чем миллиона предприятий по всему миру. Наибольшее распространение 1С:Предприятие получила на территории России и СНГ.

Система программ «1С:Предприятие» предоставляет широкие возможности ведения автоматизированного учета на предприятиях, в организациях и учреждениях, независимо от их вида деятельности и формы собственности, с различным уровнем сложности учета, позволяет организовать эффективный бухгалтерский, кадровый, оперативный торговый, складской и производственный учет, а также расчет заработной платы.

1С:Предприятие является универсальной системой автоматизации деятельности предприятия. За счет своей универсальности эта система может быть использована для автоматизации самых разных участков экономической деятельности предприятия: учета товарных и материальных средств, взаиморасчетов с контрагентами, расчета заработной платы, расчета амортизации основных средств, бухгалтерского учета по любым разделам и т.д.

Основной особенностью системы 1С:Предприятия является ее конфигурируемость. Собственно система 1С:Предприятие представляет собой совокупность механизмов, предназначенных для манипулирования различными типами объектов предметной области. Конкретный набор объектов, структуры информационных массивов, алгоритмы обработки информации определяет конкретная конфигурация. Вместе с конфигурацией система 1С:Предприятие выступает в качестве уже готового к использованию программного продукта, ориентированного на определенные типы предприятий и классы решаемых задач.

Функционирование системы делится на два процесса – конфигурирование (описание модели предметной области средствами системы) и исполнение (обработку данных предметной области).

Результатом конфигурирования является конфигурация, которая представляет собой модель предметной области. На этапе конфигурирования система оперирует такими универсальными понятиями (объектами), как «Справочник», «Документ», «Журнал документов», «Константа», «Регистр», «Отчет» и другие. Совокупность этих понятий определяет концепцию системы. В процессе исполнения система уже оперирует конкретными понятиями, описанными на этапе конфигурирования (справочниками товаров и организаций, счетами, накладными и т.д.). При работе пользователя в режиме исполнения конфигурации обработка информации выполняется как штатными средствами системы, так и с использованием алгоритмов, созданных на этапе конфигурирования.

Создать автоматизированную информационную систему учета и анализа движения товаров на предприятии ООО «Кислород Сервис Фарм» на базе платформы 1С:Предприятие. Можно реализовать следующие документы: «Приход товара», «Расход товара», «Списание товара», «Приходный кассовый ордер», «Расходный кассовый ордер», «Товарный чек», «Путевой лист». А также сформировать такие отчеты как «Цены закупки», «Прайс-лист», «Остатки товаров», «Движение товаров», «Движение наличности», «Поступление товаров за период», «Реализация товаров за период», «Рейтинг клиентов».

Любые торговые и финансовые операции предприятия должны быть зафиксированы путем оформления и проведения соответствующих документов. Они играют центральную роль для основных механизмов, реализуемых компонентами системы.

В системе 1С:Предприятие документ является основной учетной единицей. Каждый документ содержит информацию о конкретной хозяйственной операции и характеризуется своим номером, датой и временем. Дата и время – наиболее важные характеристики документов, так как позволяют устанавливать строгую временную последовательность совершения операций.

Несомненно, каждый документ имеет свое специфическое строение. Но многие документы в конфигурации обладают схожей диалоговой формой и общие правила их заполнения и структура достаточно типичны.

Для удобства в конфигурации имеются журналы, предназначенные для хранения документов. Журнал документов – это электронный аналог бумажной папки, который на экране выглядит как Таблица, строки которой являются документами.

Журналы документов предназначены для просмотра документов. Каждый вид документа может быть отнесен к определенному журналу. Сам журнал документов не добавляет новых данных в систему, а служит только как средство просмотра списка документов одного или нескольких видов. В программе также имеется отчет «Рейтинг клиентов», который выводит информацию в виде диаграммы. Он показывает каков доход от продажи товаров каждому из клиентов за все время работы предприятия.

Библиографический список

1. *Кашаев С.* 1С:Предприятие 8.1. Разработка прикладных решений, «Диалектика/Вильямс», 2009. 368 стр.
2. *Радченко М.* 1С:Предприятие 8.1. Практическое пособие разработчика.
3. Питер, 1С-Пабблишинг, 2007. 512 с.
4. *Куликов Е.И.* Прикладной статистический анализ: учеб. пособие. Горячая линия – Телеком, 2008. 464 с.
5. *Дежурко Л.Ф.* Эконометрика: учеб.-метод. пособие для студентов всех специальностей, Минск-БГУ, 2009. 41 с.

УДК 339.138

А.А. Корикова

студентка кафедры информационных технологий предпринимательства

Л. В. Рудакова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

ПРОБЛЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В деятельности любого предприятия особая роль принадлежит работникам, реализующим производственный процесс, персоналу. Основная особенность персонала заключается в том, что помимо выполнения основных функций работники предприятия являются активной составляющей производственного процесса, они могут активно способствовать росту производства, а могут относиться безразлично к деятельности предприятия, на котором они работают и противостоять нововведениям. Поэтому перед руководством предприятия часто встает задача создания условий, обеспечивающих оптимальное использование человеческих ресурсов в объеме сбалансированных потребностей и интересов предприятия и каждого работника. Достижение этой сбалансированности может быть достигнуто за счёт внедрения на предприятии внутреннего маркетинга.

Основной проблемой организации внутреннего маркетинга является отсутствие единой концепции и единого понимания, чт. е. внутренний маркетинг и, как следствие, трудности практического внедрения концепций внутреннего маркетинга на предприятиях. Существует три основные концепции

внутреннего маркетинга: концепция Л. Берри, концепция К. Гренрооса и концепция П. Ахмеда и М. Рафика [1].

Концепция внутреннего маркетинга впервые появилась в литературе, посвященной маркетингу услуг. Термин был предложен в 1983 г. Л. Берри: «Внутренний маркетинг – это привлечение, развитие, мотивация и удержание квалифицированного персонала предлагаемой работой, удовлетворяющей их потребности» [1]. Этот термин получил широкое распространение, и внутренний маркетинг стал предметом пристального изучения и различных исследований. Основная идея данной концепции заключается в том, что внутренний маркетинг – это система взаимоотношений предприятия с персоналом. Недостатком данной концепции является то, что всё внимание фокусируется на персонале предприятия и его удовлетворённости, а конечный потребитель, влияние мероприятий внутреннего маркетинга – на его отношение к предприятию, уровень его удовлетворённости не рассматриваются.

Концепция К. Гренрооса гласит: «Идея внутреннего маркетинга заключается в том, что сотрудники организации должны быть мотивированы на осмысленное обслуживание клиентов, клиентоориентированность и заинтересованность в результатах работы с помощью активного применения маркетингового подхода к внутриорганизационному рынку сотрудников» [2]. Основная идея данной концепции заключается в том, что внутренний маркетинг – это философия рыночной ориентации компании. Недостатком данной концепции является то, что в качестве конечной цели выступает удовлетворение клиентов, а не персонала.

П. Ахмед и М. Рафик предложили свою концепцию внутреннего маркетинга, основанную на концепциях Л. Берри и К. Гренрооса: «Внутренний маркетинг – это планомерные действия по преодолению сопротивления персонала изменениям, мотивация и интеграция сотрудников с целью эффективной реализации корпоративных и функциональных стратегий» [2]. Основная идея данной концепции заключается в том, что внутренний маркетинг – это способ реализации стратегии и формирования единых ценностей предприятия. Достоинством данной концепции является то, что внешние клиенты рассматриваются, как первичный и наиважнейший рынок для предприятия, но при этом признается ключевая роль работников и важность удовлетворения их потребностей.

Большинство концепций внутреннего маркетинга, отличаясь в деталях, но сводится к единой мысли, заключающейся в том, что внутренний маркетинг – это использование маркетингового подхода применительно к сотрудникам, это выстраивание, стимулирование, координирование и интегрирование персонала для эффективного применения корпоративных и функциональных стратегий с целью удовлетворения потребителя через процесс взаимодействия с мотивированным и клиентоориентированным персоналом.

Немаловажной проблемой организации внутреннего маркетинга является и то, что на большинстве предприятий используются лишь отдельные инструменты маркетинга вместо внедрения внутреннего маркетинга как интегрированной системы.

По аналогии с традиционным маркетингом и моделью «4P» можно выделить следующие инструменты в системе внутреннего маркетинга: внутренний продукт (работа, предлагаемая предприятием сотруднику); цена внутреннего продукта (высокий уровень мотивации персонала); место (способ доведения внутреннего продукта до сотрудников, т.е. организационная структура); продвижение внутреннего продукта (создание системы эффективных взаимоотношений между сотрудниками); развитие внутренних коммуникаций и др.

Подсистема реализации внутреннего маркетинга – процесс осуществления мероприятий, направленных на управление степенью удовлетворенности контактного персонала, а также на увеличение уровня профессионализма сотрудников. Элементами подсистемы внутреннего маркетинга являются: постоянная поддержка со стороны менеджеров всех уровней, обучение, коммуникации, управление персоналом, ориентация на клиента, организационная культура.

Таким образом, внутренний маркетинг представляет собой систему целенаправленных управленческих действий по развитию клиентоориентированности предприятия на внутреннем рынке, по

повышению лояльности работников к предприятию через элементы подсистем реализации и позиционирования внутреннего маркетинга, а также по организации сотрудничества всех ее подразделений для достижения поставленных целей и осуществления стратегии предприятия.

В настоящее время актуальной проблемой организации внутреннего маркетинга является вопрос оценки эффективности. В зависимости от подхода к определению понятия внутреннего маркетинга и его целей методики оценки эффективности внутреннего маркетинга значительно отличаются. Для концепции Л. Берри в качестве методов оценки эффективности внутреннего маркетинга используются данные об удовлетворенности потребителей и качестве товаров/услуг. Наиболее распространенными методами являются: анализ «важность-исполнение», наблюдение, опрос покупателей, метод «тайный» покупатель [1]. Для концепции К. Гренрооса в качестве методов оценки эффективности внутреннего маркетинга используются данные об удовлетворенности сотрудников компании. Наиболее распространенным методом оценки является анализ «важность-исполнение». Для концепции П. Ахмеда и М. Рафика в качестве метода оценки эффективности используется многоуровневая система взаимосвязанных показателей [2].

Для определения эффективности внутреннего маркетинга требуется рассмотрение целой системы показателей и определение взаимного влияния данных показателей. При этом главная цель оценки эффективности заключается в том, чтобы выявить сферы, которые в наибольшей степени повлияют на результативность деятельности предприятия, что позволит оптимальным образом вкладывать имеющиеся ресурсы для достижения его конечных целей.

В качестве примера не четко организованного внутреннего маркетинга можно рассмотреть ресторан быстрого обслуживания Jason's Deli. В ресторане посетителям не разрешалось пользоваться служебным телефоном, хотя телефонов, предназначенных специально для клиентов, в помещениях не было. Но как-то вечером один человек, на которого напали недалеко от ресторана, попросил разрешения воспользоваться телефоном. Служащие отказали ему в этом. Инструкция предписывала не разрешать посетителям пользоваться телефоном. В прессе эта история была представлена как яркий пример безразличного отношения бизнеса к человеку. В результате ресторан получил отрицательную рекламу [3]. Из данной ситуации можно сделать вывод о том, что направленность общей культуры обслуживания ресторана приучила служащих действовать строго в соответствии с инструкцией. Они оказались неспособны к принятию неординарного решения, которое шло вразрез с указаниями руководства компании, что привело к негативным последствиям.

В качестве примера хорошо организованного внутреннего маркетинга можно рассмотреть сеть отелей La Quinta Motor Inns. Данная компания собирает служащих своих отелей из каждого из 18 регионов в головную контору для специальных сессий. Цель этих сессий: высказать признательность служащим, подчеркнуть, что все служащие уполномочены делать все необходимое, чтобы оправдать ожидания гостя [3]. Когда предприятие уполномочивает персонал на самостоятельные решения в пользу потребителя, это перемещает полномочия и ответственность при принятии решения от различного рода начальников к рядовым служащим.

В заключение данной статьи хотелось бы отметить, что для успешной организации внутреннего маркетинга на предприятии необходимо решать проблемы, связанные с пониманием сущности внутреннего маркетинга, оценками эффективности внутреннего маркетинга и с внедрением внутреннего маркетинга как системы. Формирование системы внутреннего маркетинга на предприятии в настоящее время является необходимым условием его успешного развития. Эффективно работающая система внутреннего маркетинга позволит максимально удовлетворить потребности сотрудников предприятия и значительно увеличить уровень их квалификации, что в свою очередь повысит удовлетворенность внешних потребителей, а в современной рыночной ситуации это является одним из наиболее значимых конкурентных преимуществ.

Библиографический список

1. Берри Л. В поисках души сервиса. 9 факторов стабильного успеха в бизнесе / СПб.: Companion Group, 2008. 304 с.

2. Гренроос К. Маркетинг и менеджмент услуг / М.: Прогресс, 2008. 179 с.
3. Мушкетова Н. Система внутреннего маркетинга: цели, задачи, элементы // Известия ВолгГТУ. 2012. № 14. С. 142–146.

УДК 336.64

Н. Н. Королев

студент кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э. И. Крылов

(д-р экон. наук) – научный руководитель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТРИЦЫ АНСОФФА В ПЛАНИРОВАНИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА

Рассмотрена матрица Ансоффа и стратегии развития по данной матрице. Выявлена взаимосвязь каждой из стратегии с формированием источников капитала на реализацию выбранной стратегии.

На сегодняшний день существует множество стратегических инструментов управления. Многие из них существенно влияют на систему бюджетирования. Но предметом дальнейшего рассмотрения данной статьи является матрица Ансоффа и её использование при планировании структуры капитала на предприятии.

Матрица Ансоффа (рисунок) является важным стратегическим инструментом, применение которого позволяет предприятию определить рыночную и продуктовую стратегии [1].

Товар / Рынок	Старый товар	Новый товар
Старый рынок	Проникновение на рынок	Развитие товара
Новый рынок	Развитие рынка	Диверсификация

Рис. Матрица Ансоффа

Суть матрицы состоит в том, что она предлагает выбрать одну из четырех возможных стратегий развития организации, используя при этом две характеристики: рынок, на котором компания планирует осуществлять свою деятельность, и товар (услуга), который компания планирует предлагать на рынке [1].

Под понятием «рынок» в матрице обозначается отдельный сегмент потребителей компании (целевая аудитория). При этом рынки делятся на 2 вида:

Существующий рынок – это рынок, на котором компания уже ведет определенную деятельность, соответственно – это определенная целевая аудитория потребителей, с которой на данный момент взаимодействует компания.

Новый рынок – это потенциально возможный для выхода рынок – группа потребителей, с которыми сейчас компания не работает. Сюда также включаются потребители существующего рынка, но представляющего другой сегмент.

По аналогии с рынками, продукты делятся на два вида:

– Существующий продукт – товар или услуга, входящие в портфель активов компании, имеющие свою известность на рынке и историю продаж.

– Новый продукт – товар или услуга, которых на данный момент нет в ассортиментном портфеле компании, но которые компания планирует реализовать для охвата новой целевой аудитории или расширения уже существующей группы потребителей [3].

Рассмотрев элементы матрицы, перейдём к описанию возможных стратегий, получаемых при пересечении осей. Так получаются четыре базовые стратегии, которые может принять для себя организация.

Стратегия проникновения на рынок (пересечение «старый товар» / «старый рынок»). Использование данной стратегии подразумевает, что фирма уже присутствует на существующем рынке с каким-то существующим товаром. Цель стратегии – увеличение объёма продаж на существующих рынках с помощью уже существующих продуктов. В данном случае формирование структуры капитала, как правило, опирается на внутренние источники финансирования при минимальном привлечении внешних источников финансирования, т. е. структура капитала в организации в первую очередь должна состоять из разного вида собственного капитала.

Стратегия развития рынка (пересечение «старый товар» / «новый рынок»). Данная стратегия предлагает организации осваивать новые рынки для уже существующих товаров или услуг, т. е. открыть новые сегменты потребителей или создать филиалы в других регионах. За счёт привлечения новых потребителей, компания способна увеличить свою прибыль в долгосрочном периоде. В связи с тем, что данная стратегия призвана на освоение новых рынков, при планировании структуры капитала следует учесть определённое дополнительное финансирование, например на маркетинговые и коммерческие мероприятия. Следовательно, потребуются денежные вложения собственников бизнеса, кредитование в известных для организации банках и другие методы финансирования.

Стратегия развития товара (пересечение «новый товар» / «старый рынок»). Стратегия подразумевает под собой разработку новых товаров для существующих рынков, где товар обладает новыми более привлекательными и современными характеристиками. Здесь важную роль играет НИОКР, развитие продукта, изменение и улучшение производственных процессов, т. е. при планировании структуры капитала делается упор на венчурное финансирование.

Стратегия диверсификации (пересечение «новый товар» / «новый рынок»). Данный вид стратегии является самой рискованной, но и потенциально самой эффективной. Диверсификация – это развитие организации с помощью новых продуктов и новых рынков. В тех случаях, когда происходит перенасыщение рынка и жизненный цикл продукта измеряется коротким промежутком времени, диверсификация становится неплохой альтернативой для предприятия. Следует отметить, что данный вид стратегии является самой рискованной, но и потенциально эффективной, поэтому при планировании структуры капитала предприятию необходимо привлекать внешнее финансирование в формах кредитования, венчурного капитала, акционирования [2].

Закончив рассмотрение стратегий, важно рассмотреть распределение затрат фирмы и вероятность успеха по стратегиям матрицы Ансоффа (таблица).

Распределение затрат

Стратегии по матрице Ансоффа	Увеличение затрат	Вероятность успеха
<i>Проникновение на рынок</i>	-	50%
<i>Расширение рынка</i>	в 4 раза	20%
<i>Развитие товара</i>	в 8 раз	33%
<i>Диверсификация</i>	в 12-16 раз	5%

Таким образом, можно сделать вывод, что стратегия проникновения на рынок – самая экономичная и наименее рискованная стратегия. По другим стратегиям увеличение затрат происходит пропорционально. Использование стратегии диверсификации существенно увеличивает затраты предприятия, но при этом в случае успешной её реализации предприятие получит гораздо больший размер прибыли.

Итак, в данной статье была рассмотрена матрица Ансоффа и четыре возможные стратегии, которые получаются при пересечении осей данной матрицы. Использование одной из четырёх стратегий позволяет по-разному взглянуть на планирование структуры капитала в организации. Так, используя стратегию проникновения на рынок, предприятие полностью ориентируется на внутренние источники финансирования при минимальном привлечении внешних; при использовании стратегии развития рынка предприятию следует опираться на внешние источники финансирования в форме кредитования; стратегия развития товара в большей степени ориентирована на использование венчурного капитала и наконец, стратегия диверсификации включает в себя множество известных источников внешнего финансирования.

Библиографический список

1. Агеева Е. Матрица Ансоффа // Финансовый директор. 2015. № 24. С. 32–34.
2. Галяутдинов Р.Р. Матрица Ансоффа: пример, построение и стратегии // Сайт преподавателя экономики. [2015]. URL: <http://galyautdinov.ru/post/matrica-ansoffa> (дата обращения: 12.04.2016).
3. Калинина О.В., Марюхта А.П. Алгоритм использования матрицы Ансоффа как метод системного выбора необходимой стратегии развития компании // Инновационная наука. 2015. №8-1 С.18–22.

УДК 336.67

Н. Н. Королев

студент кафедры экономики высокотехнологичных производств

В. М. Власова

(заведующий кафедрой, д-р экон. наук) – научный руководитель

ФОРМИРОВАНИЕ НАБОРА ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОПЕРАТИВНОГО ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Предложена методика формирования системы сигнальных финансовых показателей для принятия управленческих решений на примере металлоторгующей организации. Описаны этапы разработки системы показателей и сформирован набор финансовых показателей.

На сегодняшний день многим организациям необходимо мгновенно реагировать на основные изменения и тенденции внешней среды, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке. И при этом руководству организации важно получать оперативную информацию для принятия решений. Этого можно добиться путём всестороннего изучения финансового состояния компании, но данный процесс очень трудоёмкий и требует больших временных затрат. Поэтому, чтобы облегчить процесс принятия решений, в организации следует создать систему сигнальных финансовых показателей.

Суть данной системы заключается в том, что в организации финансовым директором создаётся набор коэффициентов и показателей, которые не требуют серьёзных усилий на подготовку и позволяют оперативно отслеживать текущую ситуацию в организации и принимать управленческие решения. Для примера, подобная система сигнальных показателей будет использоваться в небольшой металлоторгующей организации.

Разрабатывая систему сигнальных показателей, необходимо пройти три этапа:

1. Определить сферы бизнеса.
2. Установить временные ограничения.
3. Определить набор показателей.

На первом этапе финансовому директору организации требуется определить сферы бизнеса, которые требуют повышенного внимания. Для металлоторгующей организации важно следить за объёмом реализации, состоянием дебиторской и кредиторской задолженности, товарными остатками.

На втором этапе необходимо определиться с частотой отслеживания показателей – ежедневно, еженедельно или ежемесячно. Но следует понимать, что ежедневно отслеживать показатели крайне сложно, поэтому лучшим решением становится отслеживание показателей еженедельно или ежемесячно.

На завершающем этапе определяются наборы показателей, которые будут отражать текущее положение дел в организации. Это самый сложный этап, так как универсальных рецептов формирования показателей не существует. Всё зависит от специфики бизнеса, финансового состояния компании и рынка.

Итак, перейдём к разработке сигнальных финансовых показателей для металлоторгующей организации. Данные показатели будут контролироваться еженедельно.

Продажи. Состав показателей по данному пункту будет зависеть от изменения ценовой политики в организации. Если ценовая политика остается единой и не меняется, то достаточно отслеживать выручку и ее прирост (падение) в динамике. Сравнение показателей прироста (падения) по выручке и объема продаж в натуральном исчислении, а также средней цены реализации поможет протестировать различные ценовые стратегии и изучить эластичность спроса на товар.¹

Дебиторская задолженность. Для металлоторгующей организации важно следить за объёмом дебиторской задолженности, так как высокий уровень задолженности снижает возможность осуществлять новые закупки товара для последующей реализации и, следовательно, снижает прибыль. Поэтому еженедельно контролируются общий объем дебиторской задолженности, доля просроченной, изменение резерва по сомнительным долгам, а также суммы погашения за прошедшую неделю. Естественно, ведется детализация показателя на погашенную в срок и просроченную задолженности (на 30, 60, 90, 180 дней). С недавнего времени в организации перешли с ежемесячного расчета резерва по сомнительным долгам на еженедельный. Этот показатель служит хорошим индикатором качества дебиторской задолженности. Например, его рост показывает, что ситуация с возвратом долгов ухудшилась. А падение резерва одновременно с увеличением доли просроченной задолженности говорит о возвращении старых долгов, но возникают проблемы с новыми долгами.

Товарные остатки. Товарные остатки в натуральном выражении отслеживаются по рознице, складу и сравниваются в динамике с объемом продаж. Включить данный показатель в систему сигнальных финансовых показателей необходимо по той причине, что стоимость продукции металлоторгующих организаций высокая и соответственно стоимость хранения нереализованных остатков возрастает, так как возникает необходимость в мероприятиях по контролю качества товара. Анализ товарных остатков позволяет выявить риск затоваривания (если товарные остатки растут, транзит сохраняется в прежнем объеме, а продажи падают) или недостаточного обеспечения каналов сбыта товарами (риск дефицита). Это может привести к потере прибыли в организации.

Таким образом, для металлоторгующей организации определены три сигнальных финансовых показателя. Далее следует свести их в таблицу.

¹ Покалюхин Д. Система финансовых показателей// Финансовый директор.2015. №23. С. 25-33.

Набор еженедельных сигнальных финансовых показателей

Показатель	Расчёт	Источник данных
Продажи		
Выручка за отчётный период в сравнении с планом, %	$(\text{Выручка в денежном выражении по факту} - \text{План}) / \text{План} \times 100\%$	Аналитический отчёт по продажам за период или оборотно-сальдовая ведомость по счёту 90
Прирост (падение) выручки, %	Выручка за отчётную неделю: Выручка за прошлую неделю $\times 100\% - 100\%$	Аналитический отчёт по продажам за период или оборотно-сальдовая ведомость по счёту 90
Дебиторская задолженность		
Общая сумма дебиторской задолженности, руб.	В абсолютном выражении по факту, анализируется в динамике	Оборотно-сальдовая ведомость по счёту 62 или данным аналитического учёта
Доля просроченной задолженности, %	Сумма просроченной задолженности: $\text{Общая сумма дебиторской задолженности} \times 100\%$	По данным аналитического учёта
Увеличение (сокращение) резерва по сомнительным долгам	Резерв на конец отчётного периода – резерв на начало отчётного периода	По данным управленческого учёта
Дебиторская задолженность		
Сумма погашения дебиторской задолженности, руб.	В абсолютном выражении по факту и в сравнении с предыдущей неделей.	Поступление денежных средств: 50-е счета бухгалтерского учета (касса, банк, деньги в транзите), кредит по счёту 62
Товарные остатки		
Остатки товара, шт.	Фактическое значение в разрезе мест нахождения (склад), а также в динамике	Оборотно-сальдовая ведомость счёта 41, по данным аналитического учёта

Таким образом, табличное представление сигнальных финансовых показателей позволяет провести расчёты и наглядно отследить необходимую информацию для принятия управленческих решений в металлоторгующей организации.

Контролируя данные показатели, руководство предприятия может оперативно принимать управленческие решения. По показателю «продажи» можно анализировать выручку и принимать решения по установке цены или выбора нового сегмента рынка; по состоянию дебиторской задолженности можно установить, стоит ли закупать новую продукцию для реализации, если имеется высокая задолженность дебиторов; отслеживание товарных остатков позволяет оперативно реагировать на возможность изменения политики продаж в сторону уменьшения товарных остатков на складе для снижения затрат на хранение.

УДК 004

К. А. Кравцова

магистрант кафедры информационных технологий предпринимательства

Н. В. Макарова

(профессор, д-р пед. наук, канд. техн. наук) – научный руководитель

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ РАСЧЕТА ПОТЕРЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Приведен анализ основных методов расчета потерь в сфере ИТ. Описаны их особенности и отличительные черты.

Ключевые слова: метод, проект, управление рисками, ИТ, риск, расчет

Управление рисками является одним из важнейших процессов управления проектами, поэтому, однако, зачастую уделяется недостаточно внимания.

В соответствии с определением американского стандарта в области управления проектами РМВоК, риск проекта – это неопределенное событие или условие, которое в случае возникновения имеет позитивное или негативное воздействие, по меньшей мере, на одну из целей проекта, например, сроки, стоимость, содержание или качество [1].

Целью статьи является анализ существующих инструментов для учёта рисков в проектах, разрабатываемых в сфере информационных технологий.

Управление рисками, или риск-менеджмент, включает в себя последовательное выполнение пяти функций, таких как идентификация, анализ рисков (качественная и количественная оценка), разработка мероприятий реагирования на рисковые события, контроль и мониторинг рисков.

В статье будут рассмотрены методы, применяемые на этапе идентификации и качественной оценки рисков ввиду следующих факторов, учитывающих специфику ИТ:

- ограниченные временные ресурсы, отведенные на этап планирования (использование количественных методов требует значительных трудозатрат);
- философия гибкой разработки *Agile Manifesto*, в которой люди и их взаимодействие важнее, чем процессы и инструменты. Следовательно, использование качественных методов во всех процедурах управления рисками увеличивает взаимодействие, доверие и коммуникации между участниками проектной команды;
- определение понятия «проект», суть которого заключается в том, что каждый реализуемый ИТ-проект является уникальным, что в свою очередь накладывает ограничения на возможность применения количественных методов;
- итеративная реализация ИТ-проекта требует быстрого и гибкого процесса исполнения всех основных процедур управления рисками.

На сегодняшний день имеется достаточно большое количество методов, помогающих в управлении рисками. Применение тех или иных методов зачастую зависит от направленности и размера проекта. Однако можно выделить ряд базовых методов:

- Диаграмма Исикавы;
- Мышление в формате АЗ;
- Матрица вероятности и воздействия;
- Диаграмма Парето.

Ниже приводится обобщенная характеристика этих методов.

• Диаграмма Исикавы – причинно-следственная диаграмма, с помощью которой выявляются факторы, воздействующие на результат проекта, её также называют «рыбий скелет» (рис. 1).

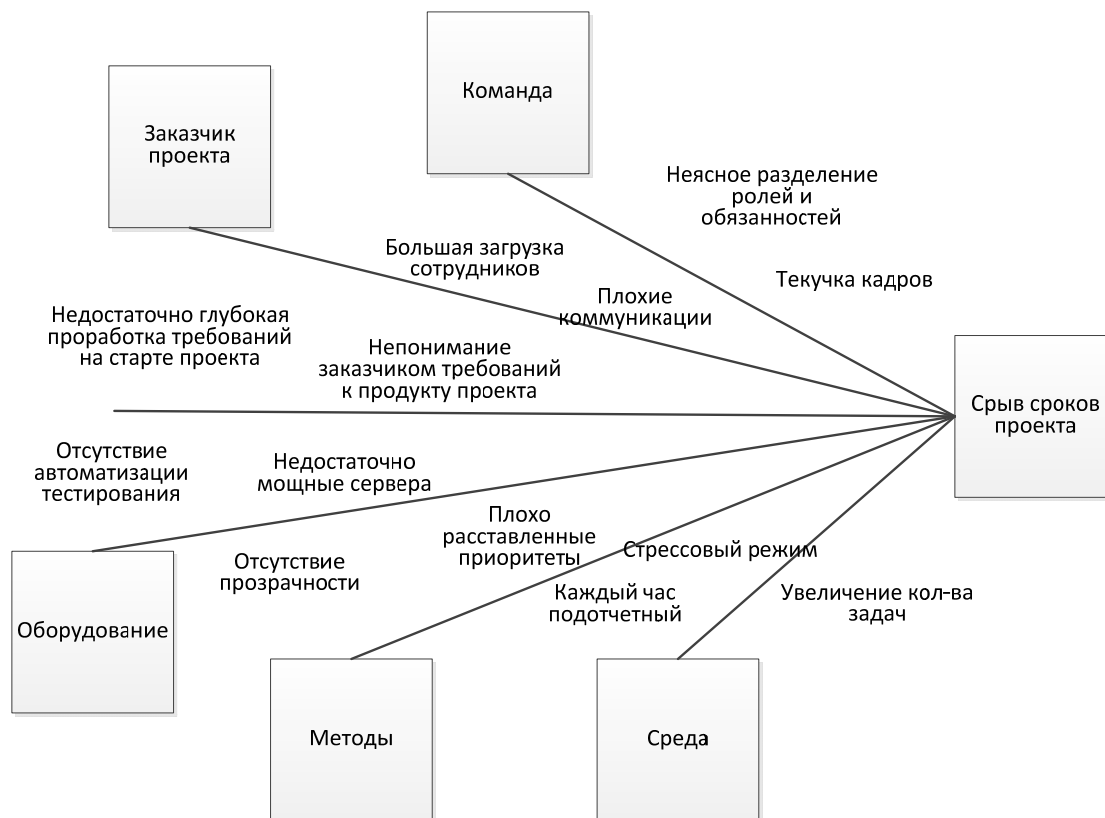


Рис. 1. Диаграмма Исикавы

Изучаемый возможный исход неопределенности на диаграмме – это «голова рыбьего скелета». Слева от неё наносят основные категории, которые имеют отношение к рассматриваемой проблеме. Они изображаются наклонными стрелками-«костями». Все возможные риски обычно распределяют по категориям по принципу «5М»:

- *Man* – причины, связанные с человеческим фактором;
- *Machines* – причины, связанные с оборудованием;
- *Materials* – причины, связанные с материалами;
- *Methods* – причины, связанные с технологией работы, с организацией процессов;
- *Measurements* – причины, связанные с методами измерения.

Немаловажным является и тот факт, что при разработке ИТ-проектов добавляется такая категория, как информационная безопасность. Её можно представить как часть *Methods*, однако лучше рассматривать её отдельно, так как это очень важная и обширная область, которая вмиг может поставить проект под угрозу [2]. Основные категории распределяют в нисходящем порядке, начиная с той категории, которая имеет наибольшую вероятность.

Данный метод позволяет группировать и структурировать факторы риска, что дает возможность наглядно представить «узкие места» проекта, а также упрощает дальнейший анализ.

• Мышление в формате АЗ – это подход, при котором знания, полученные в ходе каждой «сессии» по решению проблем, условно фиксируются на листах АЗ.

Первым делом при применении «АЗ-подхода» определяется проблема – все, что угодно, что вас беспокоит – и записывается. Далее прослеживается её «движение по восходящей», чтобы оценить «очевидный урон», который наносит эта проблема. Потом отслеживается её движение в обратном направлении, чтобы выявить первопричины, определить и выделить порочные циклы. Вышеуказанные шаги повторяются несколько раз, чтобы скорректировать диаграмму. И в итоге,

определяется, решением каких из первопричин необходимо заняться и какие контрмеры можно принять. Если они не сработали, то диаграмма обновляется с поправками на полученные знания и применяются другие решения.

На выходе получается причинно-следственная диаграмма, которая хороша своей интуитивностью и отсутствием необходимости в дополнительных разъяснениях (рис. 2).

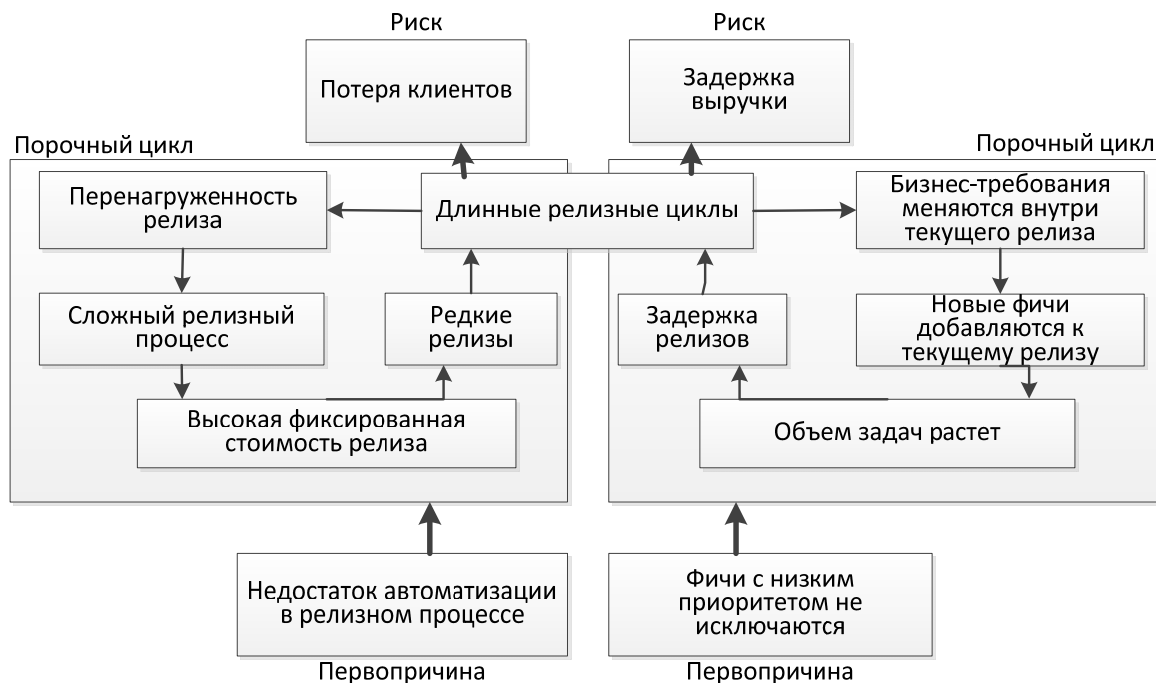


Рис. 2. Причинно-следственная диаграмма

Стоит также отметить, что иногда рассматриваемые риски в ходе анализа оказываются лишь симптомами, за которыми прячется настоящая проблема. Графически это можно увидеть по стрелкам, входящим в блок. Проблемы, в основном, имеют только входы, а первопричины, соответственно, – выходы. Также признаком того, что перед вами первопричина, может служить ощущение того, что с этого момента копать глубже нет смысла, и ячейка «имеет решение», которое, возможно, окажет позитивное влияние на проблему.

В отличие от диаграммы Исикавы мышление в формате А3 позволяет одновременно рассматривать несколько взаимосвязанных рисков и находить их первопричины.

Матрица вероятности и воздействия содержит комбинации значений вероятности и воздействия, при помощи которых рискам присваивается определенный ранг: низкий, средний или высший. Матрица может содержать описательные термины или цифровые обозначения и строится на основании шкал оценки вероятности и оценки степени влияния возможного риска (табл. 1). Риски, имеющие очень высокую вероятность, но незначительные последствия, а также риски, имеющие низкую вероятность и незначительные последствия, считаются рисками, не оказывающими воздействия [3]. Риски с очень большими последствиями, но малой вероятностью, как и риски с незначительными последствиями и высокой вероятностью, имеют среднее воздействие на проект. Данные риски подлежат дальнейшему мониторингу, однако не рассматриваются при количественном анализе и не требуют незамедлительных контрмер.

Основное преимущество данного метода кроме общей наглядности и простоты, состоит в том, что его применение позволяет получить подробное представление о негативных ситуациях и последствиях, возможных в будущем. При этом информация о вероятности возникновения и величине потерь от возможного проявления, которая имеется по каждому идентифицированному риску, комбинируется в специальной матрице, что наглядно показывает степень воздействия каждого риска на ход реализации проекта и его уровень [4].

Таблица 1

Матрица вероятности и воздействия

Риск (причина-риск-эффект)	Вероятность (0,1-0,9)	Последствия (0,05-0,8)	Важность
Тестовый сервер недостаточно мощный. Результаты перформанс тестирования на нашем оборудовании могут серьезно отличаться от продакшна – потратим лишнее время на поиск и починку проблем перформанса, которые не воспроизведутся на серверах заказчика	0,9	0,8	0,72
Текущая версия продукта уже на продакшне. Срочные изменения, приходящие со стороны конечных пользователей, могут повлиять на текущие планы – опоздаем с разработкой новой фазы	0,7	0,4	0,28
Ручное тестирование проекта становится все более временно затратным с каждой фазой – со временем регрешн тестирования может занимать недели ручного труда, задержки в сдаче проекта, потенциальные проблемы с качеством	0,7	0,8	0,56
В работе над проектом также участвуют разработчики со стороны заказчика. Они могут вносить существенные изменения в код и архитектуру проекта, не предупреждая команду – потратим время на разбирательства и откаты на предыдущие версии	0,3	0,2	0,06
Высокие временные затраты на сборку и выкладывание билдов. Можем опоздать с разработкой, поскольку девелоперы будут тратить время на конфигурацию – потеряем время	0,3	0,1	0,03

• Диаграмма Парето применяется для анализа и ранжирования факторов, влияющих на ту или иную характеристику продукции или процесса, разделяя их на немногочисленные важные и многочисленные несущественные, что позволяет сконцентрироваться на решении проблемы. Рассмотрим её применение на примере сдвигов срока сдачи проекта.

Для начала была собрана информация при помощи контрольных листов, из них следовало, что перерасход времени в основном пришелся на выполнение задач и исправление багов. Для анализа потребовалось выгрузить из багтрекинговой системы следующую информацию: список сделанных фич и закрытых багов. А также отдельно выделить задачи, по которым был перерасход времени и определить его причины. После выделения факторов, было подсчитано количество фактов нарушения и перерасход времени по каждому приведенному факту. Количество фактов показывает частоту возникновения, затраты времени – степень влияния. Поэтому объединяем оба значения и определяем перерасход по времени с учетом количества факторов. Далее определяем воздействие факторов. Для этого считаем процентное соотношение перерасхода времени с учетом количества факторов по отношению к общему количеству этих факторов. Сортируем колонку по убыванию. Потом определяем суммарное воздействие факторов. Для первого фактора с максимальным значением будет его же значение, для каждого последующего – предыдущий плюс он сам. Таким образом, получаем данные для построения диаграммы. По последним двум столбцам строим диаграмму Парето (рис. 3).

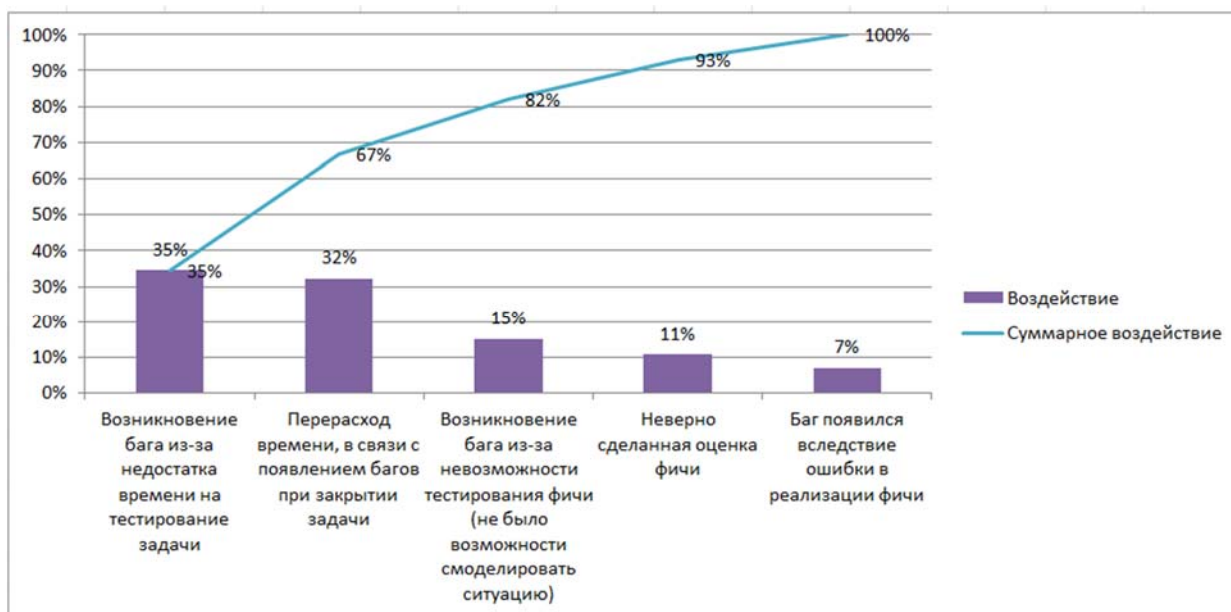


Рис. 3. Диаграмма Парето

График наглядно показывает степень воздействия каждой причины на результат. Анализ был проведен пост-фактум. В приведенном примере сдвиг сроков был вызван 3 причинами.

Соответственно, при реализации следующего проекта будет учтен временной резерв, необходимый для тестирования, что поможет избежать аналогичных проблем.

Изучив особенности методов расчета рисков, можно представить их преимущества и недостатки, что поможет определиться с выбором методов (табл. 2).

Таблица 2

Характеристика методов расчета рисков

Метод	Преимущества	Недостатки
Диаграмма Исикавы	Хорошая основа для дискуссии, наглядность, позволяет группировать причины рисков в отдельные категории, легок в освоении и применении	Слишком громоздкий и объемный, нет охвата причин в их взаимодействии и временной зависимости, отсутствует правило проверки в обратном направлении от первопричины к результату
Мышление в стиле АЗ	Простота и наглядность, возможность иллюстрировать повторяющиеся порочные циклы, возможность рассматривать проблемы комплексно, простота использования в больших группах, предусматривается системный подход к проблемам	Есть риск «загрузить» диаграмму и сделать её нечитаемой
Диаграмма Парето	Простота использования, быстрота расчета и отсутствие необходимости использовать какое-либо дополнительное ПО, возможность обработки данных «задним числом», наглядность полученных данных	При построении сложной, не всегда четко структурированной диаграммы возможны неправильные выводы
Матрица вероятности и воздействия	Очень просто и наглядно позволяет наблюдать за миграцией рисков во время хода проекта, осуществлять контроль над его рангом и взаимосвязанными с этой трансформацией связями	Трудоемкость получения большого количества оценок и корректной их обработки

Проанализировав данные методы, можно сделать вывод касательно их применения. Так, диаграмма Исикавы и «А3-подход» больше подходят для обнаружения первопричин и наглядности представления существующих рисков. Матрица вероятности и воздействия и диаграмма Парето позволяют выявить наиболее важные из рисков, определив порог важности и выделить критичные риски.

Также стоит отметить, что в России практика управления рисками в разработке ИТ-проектов не столь востребована, однако добросовестное ведение реестра рисков, точные формулировки, выделение приоритетных рисков и их расчет помогли бы минимизировать ошибки на всех стадиях жизненного цикла проекта, и способствовали бы увеличению количества законченных проектов.

Библиографический список

1. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК). Пятое издание. PMI, 2013. 587 с.
2. Брукс П. Метрики для управления ИТ-услугами. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 288 с.
3. ДеМарко Т., Листер Т. Вальсируя с медведями: управление рисками в проектах по разработке программного обеспечения. М.: Компания р.т.Office, 2005. 196 с.
4. Селиховкин И. Управление ИТ-проектом. Эффективная система «с нуля» в любой организации. СПб., 2010. URL: <http://pmlead.ru/ITPM-Selikhovkin.pdf> (13.03.2015).

УДК 336.748

В.А. Краснолобов, А.Е. Шунько

магистранты кафедры менеджмента наукоемких производств

М.Л. Кричевский

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ С ПОМОЩЬЮ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ

Впервые термин нечеткая логика был введен американским профессором азербайджанского происхождения Л.Заде в 1965 г. в работе «Нечеткие множества» в журнале «Информатика и управление».

Нечеткая логика основана на теории нечетких множеств и отличается от классической теории четких множеств [1]. Если для четких множеств результатом вычисления характеристической функции могут быть только два значения – 0 или 1, то для нечетких множеств это количество бесконечно, но ограничено диапазоном от нуля до единицы. В начале 1920-х гг. польский математик Я. Лукашевич трудился над принципами многозначной математической логики, в которой значениями предикатов могли быть не только «истина» или «ложь».

В 1937 г. американский ученый М. Блэк в своей статье в журнале «Философия науки» впервые применил многозначную логику Я. Лукашевича к спискам как множествам объектов и назвал такие множества неопределенными. И только почти через 30 лет после этой работы Л. Заде на основе логики Лукашевича построил полноценную алгебраическую систему. Спустя 10 лет теоретическая алгебра Л.Заде благодаря И.Мамдани из Лондонского колледжа королевы Марии была использована в системных командах. Именно И.Мамдани в 1975 г. спроектировал первый функционирующий контроллер, управляющий паровой турбиной.

Для нечеткой логики нашлись столь четко очерченные области применения, что стало возможным создание мощных инструментальных средств, позволяющих спрятать множество нетри-

виальных низкоуровневых математических операций за удобными пользовательскими интерфейсами и выразительными проблемно-ориентированными графическими метафорами. Фундаментальные математические операции нечеткой логики настолько четко определены, что они давно и успешно реализованы «в железе» (точнее, в системах команд), т. е. серийно выпускаемых микроконтроллерах [2].

Для качественного анализа эффективности необходимо построить правильную модель. Моделирование – исследование объектов познания на их моделях; построение и изучение моделей реально существующих предметов, процессов или явлений с целью получения объяснений этих явлений, а также для предсказания явлений, интересующих исследователя [3]. Модель – объект произвольной природы, который отражает главные, с точки зрения решаемой задачи, свойства объекта моделирования.

В силу многозначности понятия «модель» в науке и технике не существует единой классификации видов моделирования: классификацию можно проводить по характеру моделей, по характеру моделируемых объектов, по сферам приложения моделирования.

Процесс моделирования включает три элемента:

- субъект (исследователь);
- объект исследования;
- модель, определяющую отношения познающего субъекта и познаваемого объекта [4].

Первый этап построения модели предполагает наличие некоторых знаний об объекте-оригинале. Познавательные возможности модели обуславливаются тем, что модель отображает (воспроизводит, имитирует) какие-либо существенные черты объекта-оригинала. Вопрос о необходимой и достаточной мере сходства оригинала и модели требует конкретного анализа. Очевидно, модель утрачивает свой смысл как в случае тождества с оригиналом (тогда она перестает быть моделью), так и в случае чрезмерного во всех существенных отношениях отличия от оригинала. Таким образом, изучение одних сторон моделируемого объекта осуществляется ценой отказа от исследования других сторон. Следовательно, любая модель замещает оригинал лишь в строго ограниченном смысле. Из этого следует, что для одного объекта может быть построено несколько «специализированных» моделей, концентрирующих внимание на определенных сторонах исследуемого объекта или же характеризующих объект с разной степенью детализации.

На втором этапе модель выступает как самостоятельный объект исследования. Одной из форм такого исследования является проведение «модельных» экспериментов, при которых сознательно изменяются условия функционирования модели и систематизируются данные о ее «поведении». Конечным результатом этого этапа является множество знаний о модели.

На третьем этапе осуществляется перенос знаний с модели на оригинал – формирование множества знаний. Одновременно происходит переход с «языка» модели на «язык» оригинала. Процесс переноса знаний проводится по определенным правилам. Знания о модели должны быть скорректированы с учетом тех свойств объекта-оригинала, которые не нашли отражения или были изменены при построении модели.

Четвертый этап – практическая проверка получаемых с помощью моделей знаний и их использование для построения обобщающей теории объекта, его преобразования или управления им.

Моделирование – циклический процесс. Это означает, что за первым четырехэтапным циклом может последовать второй, третий и т.д. При этом знания об исследуемом объекте расширяются и уточняются, а исходная модель постепенно совершенствуется. Недостатки, которые обнаружатся после первого цикла моделирования, обусловленные малым знанием объекта или ошибками в построении модели, можно исправить в последующих циклах [5].

В данной работе, используя программу Matlab 8, построена модель нечеткой логики для выявления эффективности управления денежными потоками. За вводимые данные взяты показатели доходов, расходов, инвестиций и непредвиденных затрат. Задавая им границы значений и точки перехода из одного состояния в другое, создаем основу для определения базы правил, на

которых система будет обучаться и понимать вводимую информацию для построения выводов и выдачи оценки.

База правил – выстраивание системы взаимоотношений показателей и их градации для определения влияния на выводы. В дальнейшем показатели можно расширять, увеличить степени градаций, добавить новые показатели, выстроить большее число правил для качественного вычисления итогов и более точных выводов.

Несмотря на сложность системы нечеткой логики, она удобна для использования программного обеспечения, способного распознавать все вводимые данные и структурировать их, этот метод анализа становится доступным и упрощенным для человеческого понимания. Специалисту достаточно просто выстроить правильную модель и поддерживать ее актуальность и работоспособность.

Таким образом, нечеткая логика сегодня является мощным инструментом для построения систем, способных к анализу, прогнозированию, самообучению и упрощению работы специалистов и организации в целом. Работа системы изначально задумывалась как определение работы и поэтому является гибкой и понятной, что делает ее привлекательной для различных структур и вопросов, которые можно решить с помощью нее.

Библиографический список

1. Заде Л.А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений. М.: Мир, 1976. 166 с.
2. Круглов В.В., Дли М.И. Интеллектуальные информационные системы: компьютерная поддержка систем нечеткой логики и нечеткого вывода. М.: Физматлит, 2002. 198 с.
3. Кричевский М.Л. Методы исследований в менеджменте. М.: Кнорус, 2016. 296 с.
4. Леоленков А.В. Нечеткое моделирование в среде MATLAB и fuzzyTECH. СПб, 2003. 719 с.
5. Самарский А.А., Михайлов А.П. Математическое моделирование: идеи, методы, примеры. М.: Наука, 1997. 320 с.

УДК 004.05

А.А. Кудакеев

магистрант кафедры информационных технологий предпринимательства

Н. В. Макарова

(профессор, д-р пед. наук, кандидат техн. наук) – научный руководитель

СТАНДАРТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ИТ-ПРОЕКТА

Приведен краткий обзор основных международных стандартов для процессов в области управления качеством ИТ-проектов. Описываются их основные особенности, а также схожие черты.

Ключевые слова: стандарт, проект, управление проектами, управление качеством, область знаний в управлении проектами, процесс

С началом высокотехнологичной деятельности человека вопрос управления качеством любого проекта стал становиться всё актуальнее. Причиной данной актуальности является высокая цена ошибки, допущенной на любой стадии проекта, мерой этой цены в разных отраслях являются, как огромные материальные издержки, так и человеческие жизни. Примером подобной ошибки может являться серия несчастных случаев с аппаратом лучевой терапии Терак-25, который из-за

программной ошибки, при определённых условиях, облучал пациентов огромной дозой радиации [1]. После инцидентов, комиссией по расследованию были сделаны некоторые выводы, которые привели к изменениям в процессе разработки программного обеспечения для медицинского оборудования, а также самого оборудования, появлению новых стандартов в отрасли [2].

Таким образом, стандарты в управлении качеством ИТ проекта, независимо от прикладной отрасли, содержат огромный опыт в этой сфере, являются основой для построения зрелого процесса разработки программного обеспечения, отражают системную картину области менеджмента качества программного обеспечения, а также представляют базу для развития методологий разработки ПО.

В современном мире информационные технологии проникли во все сферы деятельности человека. Тем или иным образом программные средства автоматизируют и упрощают работу и жизнь практически каждого человека. А это значит, что вопрос управления качеством программного обеспечения является крайне актуальной темой.

На сегодняшний день разработано достаточно большое количество стандартов, имеющих отношение к управлению качеством ИТ проектов. Из широко известных и применяющихся:

- ISO (International Standardization Organization) 9001. Разработчик – Международная организация по стандартизации. Является фундаментальным стандартом;
- ISO (International Standardization Organization) 12207 «Информационная технология. Процессы жизненного цикла программных средств»;
- CMM SW (Capability Maturity Model for Software) разработан Институтом проектирования программного обеспечения.

Перед началом анализа того, как осуществляется контроль качества в ИТ-проектах, стоит обозначить понятие качества и управления качеством. Программное обеспечение является продукцией, которую создаёт индустрия информационных технологий. Исходя из этого, можно определить понятие качества, используя Большую Советскую Энциклопедию: «Качество продукции – совокупность свойств продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением» [3]. Стандарт ISO 9001, в версиях 2005 и 2011 гг., определяет качество, как степень соответствия совокупности присущих характеристик требованиям [4].

Под требованиями к качеству подразумевается выражение определенных потребностей или их перевод в набор количественно или качественно установленных требований к характеристикам объекта, дающий возможность реализации и проверки объекта [5].

Приведённые выше определения прекрасно раскрывают понятие слова «качество», но осталось нераскрытым понятие управления качеством. Согласно ISO 8402:1994, термин «управление качеством» касается средств оперативного характера для выполнения требований к проекту [5].

Разобравшись в основных терминах можно перейти к краткому обзору основных международных стандартов, а также попытаться выяснить, какой из стандартов лучше использовать.

ISO 9001 – это серия универсальных стандартов, которые используются для регламентации организации управления качеством. Универсальность стандартов проявляется в применимости к любым предприятиям в независимости от сферы деятельности и размеров.

Стандарты основываются на восьми принципах всеобщего управления качеством – TQM (Total Quality Management): ориентация организации на потребителя, лидерство, вовлечение персонала, процессный подход, системный подход к административному управлению, непрерывное совершенствование, основанный на фактах подход к принятию решений, взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Согласно стандарту система управления качеством поддерживается следующей обязательной документацией: заявление о политике и целях в области качества, руководство по качеству, документированные процедуры, документы необходимые для обеспечения эффективного планирования, записи о качестве.

Заявление о политике и целях в области качества представляет собой небольшой документ на два-три листа, в котором указаны: общие намерения и направления деятельности организации, указаны чёткие цели и приоритеты.

В руководстве по качеству содержится описание и характеристика системы качества организации. Документированные процедуры описывают различные процессы внутри компании. Специфика предприятия учитывается в записях о качестве. Это значит, что предприятие само определяет формат, сроки и периодичность создания таких записей, а также процедуры для их создания.

Согласно стандарту, объектом управления является следующая цепочка: требования заказчика – создание продукции и/или оказание услуги – выпуск продукции и/или услуги.

Адекватное управление, обоснованное в стандарте, для данной цепочки состоит из следующих пунктов:

- Контроль выпускаемой продукции в соответствии с требованиями заказчика.
- Контроль всегда проводится на основе измерения количественных показателей определённых руководством метрик, по итогу делается анализ и даются рекомендации.
- При выполнении данных пунктов подключается руководство, которое должно грамотно управлять ресурсами для достижения результата.

Подобная цепочка и управление ею, согласно ISO 9001, работает постоянно и непрерывно.

Как можно заметить, универсальность стандарта ISO 9001 в отношении областей применения очень большая. Этот стандарт хорошо применяется в управлении качеством ИТ проектов, но на очень высоком уровне погружения. Для более глубокого и детального управления используется стандарт ISO 12207.

ISO (International Standardization Organization) 12207. В данном стандарте подробно описываются процессы качества программного обеспечения.

Основная структура стандарта состоит из следующих процессов: процесс обеспечения качества, процесс верификации, процесс аттестации, процесс совершенствования.

Процесс обеспечения качества. Его главной целью является обеспечение гарантий того, что процессы жизненного цикла проекта и разрабатываемый программный продукт соответствуют установленным требованиям, а также разработанным планам.

Процесс верификации – это процесс целью которого является определение того, что программные продукты функционируют согласно подготовленным требованиям. Процесс чаще всего включает в себя анализ, проверку и испытание продукта. Шаг испытания продукта чаще всего представляет из себя тестирование различными методами.

Процесс верификации состоит из следующих работ:

- Подготовка процесса.
- Верификация.

Подготовка процесса верификации состоит из пяти этапов. Первый, определяется необходимостью верификации, производится анализ критичности проектных требований. На втором этапе происходит установление процесса верификации, необходимость которого закреплена в документальной форме. Третий этап представляет собой определение работ и программных продуктов, которые нуждаются в верификации. На четвёртом этапе производится разработка плана верификации на основе существующих задач верификации. И на заключительном, пятом, этапе производится выполнение плана верификации.

Работа по верификации состоит из верификации договора по критериям, конкретного процесса по критериям, требований по критериям, верификация проекта по критериям, верификации программы по критериям, верификации конкретной сборки ПО по критериям, а также верификации документации по критериям [6].

Процесс аттестации определяет полноту установленных требований для созданного программного обеспечения к их функциональному назначению. Процесс может выполняться исполнителями с различной степенью независимости от компании исполнителя.

Процесс состоит из работ:

- Подготовка процесса
- Аттестация

При выполнении подготовки процесса происходит определение необходимости аттестации и степень независимости работников, которые будут её производить. Параллельно с этим происходит определение задач аттестации и закрепление необходимости аттестации в документальном виде. В конце данного процесса происходит разработка плана аттестации и его выполнение.

Основными задачами при аттестации является подготовка требований к тестированию, обеспечение соответствия требований и контрольных примеров к объектам испытания, проведение испытаний программного обеспечения. [6]

Заключительным является процесс усовершенствования. Данный процесс относится ко всем процессам жизненного цикла, которые оценивают и измеряют другой процесс, для его улучшения.

Процесс состоит из трёх основных частей: создание процесса, оценка процесса и усовершенствование процесса.

Создание процесса усовершенствования состоит из одной задачи:

- Определить набор организационных процессов для всех процессов жизненного цикла в соответствии с имеющимся практическим опытом.

Оценка процесса, который мы улучшаем, состоит из следующих задач:

- Должна быть разработана, документально оформлена и применена процедура оценки процесса. Должны сохраняться и обновляться отчеты о выполненных оценках процесса.
- Оценка и анализ улучшаемых процессов должны планироваться и выполняться в установленные сроки

Усовершенствование выполняемых процессов включает:

- По результатам анализа и оценки внести соответствующие улучшения в выполняемый процесс, при этом должны быть внесены соответствующие изменения в документацию выполняемого процесса.
- Для выявления сильных и слабых сторон выполняемых процессов должны быть собраны и проанализированы архивные, технические и оценочные данные. Результаты анализов должны быть использованы для усовершенствования данных процессов.
- Для усовершенствования организационных процессов административной деятельности должны быть собраны, обновлены и использованы данные о расходах [6].

CMM SW – Capability Maturity Model for Software – это североамериканский стандарт качества программного обеспечения, который был разработан SEI (Software Engineering Institute) по заказу вооружённых сил Соединённых Штатов Америки. Первое появление стандарта произошло в 1993 году, после этого стандарт быстро получил признание в широких профессиональных кругах.

Основными достоинствами являются:

- Стандарт предназначен только для разработки программного обеспечения, в отличие от ISO 9001.
- Детальное описание управления качеством, в сравнении с другими стандартами.

У стандарта имеется модель технологической зрелости. Модель технологической зрелости – это описание стадий эволюции, которые проходят организации-разработчики по мере того, как они (организации) определяют, реализуют, измеряют, контролируют и совершенствуют процессы создания ПО. Согласно этой модели, чем более установленными и описанными являются процессы компании, тем более зрелой её можно считать.

Основу это модели составляют такие понятия как: процесс, продуктивность процесса, производительность процесса.

Процесс – упорядоченный набор шагов, который осуществляют с заданной целью.

Продуктивность процесса – диапазон результатов, которые можно ожидать от организации, соблюдающей данный технологический процесс.

Производительность процесса – фактические результаты, достигнутые организацией, соблюдающей данную технологию/процесс.

Зрелость технологии – степень определенности, управляемости, наблюдаемости, контролируемости и эффективности процесса, технологии. Фактически, это индикатор полноты технологии и степени последовательности (настойчивости) организации в ее применении на всех проектах. [7] Согласно стандарту, существуют пять уровней зрелости: начальный, повторяемый, определённый, управляемый уровень и оптимизируемый уровень

Основную идею Capability Maturity Model for Software, можно выразить в следующих тезисах:

1) Зрелость организации можно определить, как фактор, позволяющий выполнять сложные проекты. Этот фактор формируется через зрелость технологических процессов компании.

2) Зрелость ранжируется на пять уровней согласно модели зрелости. Модель зрелости описывается ключевыми процессами, целями и практиками. Каждый уровень зрелости достигается согласно определённому критерию: удовлетворённость ключевых процессов, достижение целей, выполнение практик. [8]

Проводя анализ рассматриваемых стандартов, нужно сравнивать CMM SW с стандартами от международной организации по стандартизации именно, как со связкой стандартов ISO9001 и ISO12207, поскольку первый является фундаментальным для второго.

Можно заметить, что CMM SW с ISO имеют достаточно много общих черт. Они на примерно одинаковом уровне описывают процессы, которые должны быть выстроены в компании. Также идеальным, с точки зрения идеологии этих стандартов, является наличие процесса непрерывного улучшения внутренних процессов компании. Все стандарты требуют обозначенных метрик, целей и планов для старта и поддержки технологических процессов.

Стоит заметить, что CMM SW является стандартом, который имеет более широкий охват в области разработки программного обеспечения, чем стандарт ISO 12207. Но в тексте ISO12207 встречаются ссылки на другие стандарты от ISO, которые могут расширить и углубить охват стандарта в области управления качеством ИТ проектов.

Если говорить об оптимизации процессов внутри своей организации или проекта, то имеет смысл сочетать оба стандарта, особенно учитывая степень их совпадения. Однако, если проект или организация достаточно малы и процессы хаотичны, то для начала работы стоит выбрать стандарт ISO.

Библиографический список

1. *Ниязова Ж. М.* О культуре безопасности в радиологических центрах страны // Альманах клинической медицины – Московский областной научно-исследовательский клинический институт им. М. Ф. Владимирского, 2006. С. 91-91. ISSN 2072-0505
2. *Nancy Leveson.* Medical Devices: The Therac-25. Addison-Wesley (1995).
3. Советская энциклопедия, 1976. – (Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров ; 1969–1978, т. 23).
4. Межгосударственный стандарт ISO 9000:2011. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.
5. Международный стандарт ISO 8402:1994 «Управление качеством и обеспечение качества – Словарь» М.: ВНИИС
6. ГОСТ Р ISO/МЭК 12207.
7. *Назаренко Ю.А.* Технологическая зрелость ИТ-организаций, URL: <http://www.interface.ru/fset.asp?Url=/misc/teho.htm>
8. (дата обращения: 04.12.2015)

9. Паулк М., Куртис Б. Модель зрелости процессов разработки программного обеспечения – Capability Maturity Model for Software, 2000.

УДК 338.512

К. А. Лачина

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

В. М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Важным направлением в деятельности предприятия является формирование и реализация инвестиционной политики. Инвестиционная политика – часть общей финансовой стратегии, которая определяет выбор и способ реализации наиболее рациональных путей рассмотрения и обновления его производственного и экономического потенциала. Эффективность инвестиционных проектов оказывает влияние на развитие предприятия и его финансовое состояние.

При оценке эффективности инвестиционного проекта в целом рассчитываются показатели: общественной эффективности инвестиционного проекта; коммерческой эффективности инвестиционного проекта.

Показатели общественной эффективности должны учитывать социально-экономические показатели инвестиционного проекта.

Показатели коммерческой эффективности инвестиционного проекта учитывают финансовые последствия его реализации у участника, который предположительно должен осуществлять финансирование проекта.

Сам же инвестиционный процесс состоит из трех этапов:

1. Определение цели и направления инвестирования, (принимается решение об инвестировании).
2. Непосредственно инвестирование в проект.
3. Стадия окупаемости проекта и обеспечение плановой нормы доходности инвестору.

В современной экономике существует множество разных методов оценки инвестиционных проектов, из которых наиболее эффективными считаются: статические, динамические, альтернативные.

Каждый метод обладает своими преимуществами и недостатками. Статистический метод характеризуется простотой расчётов и наглядностью. Предназначен для определения влияния инвестиционных проектов на изменение эффективности хозяйственной деятельности предприятия, обусловленное их реализацией. Этот метод не учитывает доходность проекта за пределами срока окупаемости и поэтому не может применяться при сравнении проектов с одинаковым сроком окупаемости, но с различными сроками реализации проекта. Кроме того этим методом нельзя оценивать инновационные проекты, связанные с созданием новых продуктов. При расчете данного метода применяются такие показатели, как чистый доход, срок окупаемости, индекс доходности затрат, индекс доходности инвестиций [1].

$$NI = \sum_m Du_i - \sum_m K_i, \quad (1)$$

где NI – чистый доход; Du_i – сумма чистой прибыли и амортизации на i -м шаге или i -м году; K_i – капитальные вложения;

$$T = -\sum K_i + \sum Du \geq 0, \quad (2)$$

где T – срок окупаемости; K_j – капитальные вложения; Du – инвестиционный доход за жизненный цикл ИП, состоящий из суммы чистой прибыли и амортизации;

$$CPI = \frac{\sum_m RP_i + \sum_m DK_i - \sum_m PK_i}{\sum_m C_i + \sum_m K_i},$$

где CPI – индекс доходности затрат; RP_i – стоимость произведенной или реализованной продукции за срок реализации; DK_i – денежный доход от реализации; K_j – капитальные вложения; C_j – сумма затрат за весь срок использования; PK_j – сумма процентов за кредит, полученный от реализации;

$$IRI = \frac{\sum_m Du_i}{\sum_m K_i}, \quad (4)$$

где IRI – индекс доходности инвестиций; Du_i – чистая прибыль и амортизация на i -м шаге или i -м году; K_j – капитальные вложения.

Динамические (дисконтированные) методы основаны на концепции временной стоимости денег. В отечественной и зарубежной практике принятия инвестиционных решений получили распространение следующие, ставшие классическими, дисконтированные методы оценки эффективности инвестиционных проектов, основанные на расчете показателей: чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности, индекс доходности дисконтированных затрат.

$$NPV = \sum_m (Du_i - PK_i)Kd_i - \sum_m K_j Kd_i + \sum_m DK_i Kd_i, \quad (5)$$

где NPV – чистый дисконтированный доход; Du_i – сумма чистой прибыли и амортизации; PK_i – сумма процентов за кредит, полученный от реализации; Kd_i – значение коэффициента дисконтирования i -м году; K_j – капитальные вложения; DK_i – денежный доход от реализации;

$$\sum_{t=1}^T \frac{K_j}{(1+IRR)^{t-t_p}} - \sum_{t=1}^T \frac{D_i}{(1+IRR)^{t-t_p}} = 0, \quad (6)$$

где K_j – первоначальные затраты на реализацию инвестиционного проекта; D_i – инвестиционный доход от реализации инвестиционного проекта; IRR – внутренняя норма доходности; t – номер года использования инвестиционного проекта; T – общее количество лет реализации инвестиционного проекта.

$$Idd = \frac{\sum_m Du_i Kd_i}{\sum_m K_j Kd_i} \geq 1, \quad (7)$$

где Idd – индекс доходности дисконтированных затрат; Du_i – сумма чистой прибыли и амортизации; Kd_i – значение коэффициента дисконтирования i -м году; K_j – капитальные вложения;

На практике существуют сложности в методах определения нормы дохода, что связано со сложностью расчётов, которые носят в основном технический характер (вычисления могут быть отрицательными, что будет являться особенностью вычисления). Слабо разработан вопрос корректности использования чистого дисконтного дохода при оценке эффективности проектов, например, если чистый дисконтный доход положителен, неважно насколько он низкий, проект всегда считается эффективным [1].

Альтернативные методы оценки инвестиционных проектов:

- метод скорректированной приведённой стоимости;
- метод добавленной стоимости;
- метод реальных опционов.

При использовании метода скорректированной приведённой стоимости весь денежный поток делится на несколько составляющих, и рассматривается в отдельности, при этом он учитывает стоимость страхования рисков. Этим методом особенно удобно оценивать проекты с различными источниками финансирования и нестандартным налогообложением. Недостатком этого метода является то, что для оценки требуется подготовка большого количества дополнительной информации.

Метод добавленной стоимости основан на том, что доходность инвестиций должна превышать средневзвешенную стоимость капитала. Преимущество модели в том, что она позволяет выявить неэффективное использование средств в инвестиционных проектах. При этом модель не учитывает прогнозных данных денежных потоков. Существует опасность некорректности расчёта некоторых показателей для проектов со сложными денежными потоками, в которых учитывается временной фактор, и стоимость денег в реальном времени, представляющая собой разность двух величин – стоимости реализованной готовой продукции и стоимости продуктов, затраченных на её производство [1].

Метод реальных опционов является одним из самых гибких методов, предполагающий возможность создать или приобрести активы в течение некоторого времени. Данный метод позволяет оценить всю ценность проекта и рассчитывается следующим образом:

$$C = \frac{IC}{(1+r)^t} (PI - 1), \quad (8)$$

где IC – инвестированный капитал; r – ставка дисконта; t – срок действия опциона; PI – ожидаемое значение индекса прибыльности [3,5].

Все методы имеют свои преимущества и недостатки, поэтому не гарантируют эффективность принятых решений. Любой инвестиционный проект связан с рисками.

Существует несколько видов рисков в инвестиционных проектах: экономические, политические, финансовые, социальные, экологические, законодательные, криминальные, природно-климатические.

При анализе инвестиционных проектов необходимо выявить внешние факторы, которые могут повлиять на эффективность инвестиционного проекта, количество возможных отклонений в финансовых показателях, определить факторы, которые способны вызвать отклонения от эффективности инвестиционного проекта. Всё это позволит сократить возможные риски и при реализации инвестиционного проекта избежать потерь.

После выбора метода оценки инвестиционного проекта стоит обратить внимание и на сам инвестиционный процесс. Любой инвестиционный процесс имеет две составляющие, это расход денежных средств (отток) и извлечение полезного эффекта от инвестирования (приток) [3,4].

Таким образом, правильный выбор метода оценки инвестиционного проекта позволит наиболее точно оценить эффективность проекта, что позволит руководству предприятия и инвесторам объективно взглянуть на доходность и успешность его реализации.

Библиографический список

1. *Кувшинов М. С., Комарова Н. С.* Анализ и прогноз эффективности инвестиционных проектов промышленных предприятий / *Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент.* 2013. № 2. С.74–79.
2. *Матвеев Д. М., Макарова Ю. Ю.* Современное состояние и перспективные направления развития сельского хозяйства в условиях вступления в ВТО // *Молодой учёный.* 2013. № 7. С. 210–213.
3. *Калугин В. А., Титова И. Н.* Моделирование инвестиционного процесса в условиях неопределённости // *Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика.* 2009. № 12–1.

4. *Матвеев Д. М., Стадник А. Т., Крохта М. Г.* Повышение эффективности государственной поддержки технического переоснащения сельского хозяйства // Вестник НГАУ. 2012. Т. 3. № 24. С. 132–136.
5. *Букреева А. А.* Учет инвестиционного риска при использовании метода реальных опционов для целей антикризисной инвестиционной политики // Вестник ТГУ. 2011. № 2.

УДК 338.512

К. А. Лачина

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э. И. Крылов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Эффективное функционирование железнодорожного транспорта Российской Федерации способствует созданию условий для обеспечения лидерства России в мировой экономической системе. Российские железные дороги являются второй по величине транспортной системой мира. По протяженности электрифицированных магистралей российские железные дороги занимают первое место в мире. Российская Федерация в настоящее время осуществляет более 20 % грузооборота и 10 % пассажирооборота всех железных дорог мира. По своему географическому положению российские железные дороги являются неотъемлемой частью евразийской железнодорожной сети, они непосредственно связаны с железнодорожными системами Европы и Восточной Азии.

Реализация мер по реформированию российских железных дорог была начата Правительством Российской Федерации в 1998 году. Однако, несмотря на успехи структурной реформы железнодорожного транспорта в Российской Федерации, ее мероприятия и результаты оказались недостаточны для того, чтобы в короткие сроки создать эффективные источники развития, позволяющие обеспечить масштабное привлечение средств в развитие отрасли и ее модернизацию, сформировать условия для ее долговременного устойчивого роста и повышения конкурентоспособности на мировом рынке [1].

Целью Стратегии является формирование условий для устойчивого социально-экономического развития России, возрастания мобильности населения и оптимизации товародвижения, укрепления экономического суверенитета, национальной безопасности и обороноспособности страны, снижения совокупных транспортных издержек экономики, повышения конкурентоспособности национальной экономики и обеспечения лидирующих позиций России на основе опережающего и инновационного развития железнодорожного транспорта. Стратегия включает в себя 2 этапа:

Этап модернизации железнодорожного транспорта (2008 – 2015 гг.) предусматривает обеспечение необходимых пропускных способностей на основных направлениях перевозок, коренную модернизацию существующих объектов инфраструктуры, обеспечение перевозок подвижным составом с исключением парков с истекшим сроком службы, разработку новых технических требований к технике и технологии, начало проектно-изыскательских работ и строительство новых железнодорожных линий, а также строительство первоочередных железнодорожных линий [1].

Этап динамичного расширения железнодорожной сети (2016 – 2030 гг.) предусматривает создание инфраструктурных условий для развития новых точек экономического роста в стране и выход на мировой уровень технологического и технического развития железнодорожного транспорта.

Приняты два варианта развития железнодорожного транспорта до 2030 года: минимальный и максимальный. Максимальный вариант ориентирован на достижение инновационного сценария развития Российской Федерации.

Максимальный вариант основан на инновационном сценарии развития России и характеризуется значительной концентрацией усилий на тех научно-технологических направлениях, которые позволят резко расширить применение отечественных разработок и улучшить позиции России на мировом рынке. Особенностью инновационного сценария развития является изменение структуры валового внутреннего продукта в сторону производства высокотехнологичной продукции. В данном варианте предусматриваются полная ликвидация ограничений в провозных способностях на железнодорожном транспорте общего пользования и создание соответствующего мировому уровню инфраструктурного базиса для развития новых точек экономического роста в стране, обеспечение современного уровня развития инфраструктуры. Реализация максимального варианта приведет к кардинальным изменениям в мировых торговых связях Евро-Азиатского, Азиатско-Тихоокеанского и Северо-Американского регионов, качественно усилив транзитную роль железнодорожного транспорта России. По максимальному варианту погрузка к 2030 г. возрастет в 1,6 раза и достигнет 2150 млн тонн.

Минимальный вариант основан на энергосырьевом сценарии развития экономики. В рамках данного варианта предусматривается полная модернизация железнодорожной инфраструктуры и развитие необходимых провозных способностей на основных направлениях грузопотоков в соответствии с потребностями экономики и населения в перевозках. По минимальному варианту погрузка в 2030 г. прогнозируется в объеме 1970 млн тонн с ростом в 1,47 раза.

На основе оценки перспектив развития российской экономики и с учетом развития других видов транспорта спрогнозированы основные объемные показатели работы железнодорожного транспорта – погрузка грузов, грузооборот, пассажирооборот [3].

В соответствии с максимальным вариантом к 2030 г. необходимо построить 20730 км новых железнодорожных линий. Строительство новых и реконструкция действующих железнодорожных линий распределены по этапам исходя из приоритетности введения в эксплуатацию указанных линий.

Развитие скоростных и высокоскоростных железнодорожных перевозок обеспечит улучшение транспортных связей, создаст более привлекательные условия для пассажиров, повысит комфортность и безопасность пассажирских перевозок, сократит время в пути. Предусматриваются три комплекса системных программных мероприятий, направленных на повышение скоростей движения на железнодорожном транспорте: а) повышение маршрутных скоростей дальних пассажирских поездов, следующих на расстояния более 700 км. Обслуживание будет осуществляться пассажирскими вагонами со спальными местами; б) организация скоростного железнодорожного движения после реконструкции действующих линий между крупными региональными центрами скоростными поездами с максимальной скоростью до 160 – 200 км/ч. Общая протяженность скоростного полигона железных дорог России составит около 11 тыс. км. При этом на некоторых направлениях скоростного движения предусматривается строительство дополнительных главных путей с их специализацией для обеспечения движения обычных грузовых, пассажирских, пригородных поездов и выделением специализированных путей для пропуска скоростных поездов; в) строительство следующих высокоскоростных железнодорожных магистралей, на которых обеспечивается движение со скоростями до 350 км/час:

Повышение весовых норм является одним из приоритетных направлений, позволяющих обеспечить возрастающие объемы перевозок грузов, повысить эффективность работы железных дорог [4].

Участки и направления железных дорог, включенные в перспективный полигон обращения поездов повышенного веса и длины, играют важную роль в осуществлении перевозок грузов. В перспективе решающее значение этих направлений для обеспечения перевозок грузов еще более

возрастет, что будет связано как с увеличением перевозок экспортных грузов в направлении портов Северо-Западного и Южного регионов, так и с ростом внутренних перевозок.

Одним из приоритетных направлений транспортной политики Российской Федерации является создание эффективных, безопасных и надежных наземных международных транспортных коридоров, обеспечивающих устойчивый экономический рост и потребности общества в перевозке пассажиров, движении товаров и услуг, повышение конкурентоспособности транспортной системы страны.

Задачи развития железнодорожного транспорта на период до 2030 г. будут решены во многом за счет обеспечения отрасли достаточным количеством высокопрофессиональных специалистов в области государственного управления и железнодорожного транспорта. Железнодорожный транспорт общего пользования будет обслуживать 80 из 83 субъектов Российской Федерации. Плотность железнодорожной сети к 2030 г. будет увеличена на 24 % при полной ликвидации ограничения пропускной и провозной способности. Будут обеспечены потребности экономики страны в перевозках с одновременным доведением их качества до мирового уровня. Грузооборот увеличится в 1,6 раза. Скорость доставки грузов в среднем возрастет более чем на 23 %, при этом по контейнерным отправкам, требующим ускоренной доставки, – в 3,5 раза. Повышение скорости и надежности доставки грузов будет способствовать снижению потребностей товаропроизводителей в оборотном капитале и, следовательно, удешевлению производства и сбыта товаров, повышению конкурентоспособности российской экономики.

Будет решена задача использования уникального географического положения России в качестве трансконтинентального транспортного моста. Железнодорожный транспорт будет органично интегрирован в мировую транспортную систему. Экспорт транспортных услуг за счет роста транзитных перевозок возрастет более чем в 2,8 раза [2].

В результате реализации Стратегии будут существенно улучшены возможности граждан в передвижении. При росте пассажирооборота на 33 % будут существенно улучшены качественные показатели пассажирских перевозок. Участковая скорость пассажирских поездов в дальнем следовании возрастет на основных направлениях до 72 км/ч. Предлагается существенное повышение безопасности, экологичности и экономичности железнодорожного транспорта, а также обеспечение безаварийного движения. Объемы вредных выбросов будут снижены более чем в 3 раза.

На основе повышения эффективности работы модернизированного железнодорожного транспорта при динамичном росте объемов перевозок транспортная емкость внутреннего валового продукта на железнодорожном транспорте будет сокращена в 1,8 раза, что позволит высвободить к 2030 г. финансовые ресурсы в размере 2 трлн руб. по сравнению с 2006 г. по максимальному варианту и 1 трлн руб. – по минимальному варианту. За период реализации Стратегии с учетом сроков окупаемости проектов мультипликативный эффект для всей экономики Российской Федерации составит около 40 трлн руб. Будет сформирована система обеспечения безопасности объектов железнодорожной инфраструктуры. Вероятность предотвращения актов незаконного вмешательства в функционирование объектов железнодорожного транспорта возрастет до 92 %, риск совершения актов противоправного вмешательства снизится на 16–17 %.

Таким образом, в результате реализации Стратегии будут созданы транспортные условия для обеспечения динамичного развития экономики страны, роста внутреннего валового продукта в 4,5 раза и промышленного производства в 3,3 раза, а также для оптимизации структуры экономики и освоения новых промышленных районов.

Библиографический список

1. [<http://doc.rzd.ru/doc/public/>]: Распоряжение Правительства РФ от 17.06.2008 № 877-р// РЖД. 30.03.2011.
2. [<http://www.rg.ru/2008/07/18/strategiya-anons.html>]: Российская газета. 2011
3. [<http://rzd.ru/>]: Официальный сайт ОАО «РЖД» – 2016

4. [http://mk-transmash.ru/news/news_1216302183.shtml]: Стратегия развития железнодорожного транспорта до 2030 г. 2011.

УДК 336.14

М.А. Ложкина

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р. экон.наук, профессор) – научный руководитель

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) ЗАДАНИЯ

В бюджетном послании президента РФ Федеральному собранию «О бюджетной политике» начиная с 1998 г. практически ежегодно отмечалась проблема обеспечения эффективности расходования средств бюджетов как одно из приоритетных направлений бюджетной политики Российской Федерации. Так, в одном из последних бюджетных посланий Президента Российской Федерации «О бюджетной политике в 2013 – 2015 годах» эффективность бюджетных расходов отнесена к ряду нерешенных проблем. К сожалению, данная тенденция сохранила свою актуальность и в настоящее время [1].

Органами государственной власти предпринимаются меры по обеспечению эффективности расходования бюджетных средств: к основным результатам реализации бюджетной политики относят обеспечение долгосрочной сбалансированности и устойчивости бюджетной системы Российской Федерации, оптимизацию расходов федерального бюджета, формирование федерального бюджета на основе государственных программ, переход к формированию государственных заданий на оказание государственных (муниципальных) услуг физическим и юридическим лицам, в то же время к задачам относят и доработку методик оценки эффективности государственных программ и введение обязательной корректировки государственных программ, имеющих низкие оценки эффективности по итогам отчетного года, с целью повышения эффективности оказания государственных (муниципальных) услуг [1].

В связи с этим актуальность темы исследования обусловлена необходимостью поиска и рассмотрению существующих методик оценивания эффективности исполнения государственного (муниципального) задания.

Однако, методика оценки эффективности государственного (муниципального) задания законодательно не закреплена. Следовательно, учреждение вправе разработать методику оценки и утвердить ее своим нормативно-правовым актом или внутренним распорядительным документом. Разумеется, при выполнении данной задачи преследуется цель наиболее объективного оценивания для достижения наилучших результатов в дальнейшем.

По мнению И.А. Серковой и А.В. Карпова, введение государственного (муниципального) задания в бюджетный процесс было произведено не только с целью повышения качества планирования объемов субсидий для перечисления учреждениям. По их мнению, это обуславливалось первую очередь необходимостью создания стимула учреждениям лучше выполнять свои функции. Учреждение должно быть заинтересовано в предоставлении большего объема услуг и тем самым реализовывать принцип результативности и эффективности своей деятельности. При применении сметного финансирования, т. е. жестко закрепленных учредителем направлений расходов «по потребности», у учреждения отсутствует мотивация для развития. При финансировании за оказанные услуги и выполненные работы стимул у учреждения появляется. При использовании возможности стимулирования в полной мере, открывается множество дополнительных инструментов для справедливого перераспределения средств между учреждениями. При применении подхода,

предусматривающего принцип распределения бюджетных средств, ориентированный на результат (т. е. на оказание конкретной услуги потребителю, выполнение работы), чем больше учреждение оказывает услуг в части натуральных показателей, тем больше должен быть объем финансирования. Однако чтобы исключить гонку только за количеством, в государственном (муниципальном) задании как сдерживающий фактор присутствуют показатели качества, которым необходимо уделять особое внимание. Анализ и практика показывают, что у большинства главных распорядителей бюджетных средств (ГРБС) на данный момент отсутствует объективная и прозрачная схема оценки качества оказания услуг, в связи с чем, показатели качества никак не влияют на объемы бюджетного финансирования учреждений [2].

Проблема заключается в том, что очень трудно дать объективную оценку результатам выполнения задания. Поскольку, в задании в одно и то же время присутствуют три вида показателей, которые на первый взгляд находятся в слабой зависимости друг от друга, а именно: количественные, качественные и стоимостные [3].

К сожалению, в практике чаще всего исполнительные органы власти руководствуются только оценкой количественных показателей, игнорируя оценку выполнения задания целиком. Такой подход не позволяет представить реальную картину деятельности учреждения по оказанию услуг и выполнению работ. И ведь действительно, если учреждение перевыполнило план по количественному показателю, то это на первый взгляд говорит о его эффективной работе. Но с другой стороны оно не выполнило полностью или частично показатели качества. Тут уже появляется необходимость оценивать степень этого невыполнения. Допустим, степень невыполнения вполне существенная. После анализа фактических затрат учреждения на предоставление услуги может оказаться, что фактическая стоимость ее оказания на единицу количественного показателя ниже запланированной. Следовательно, учреждение могло снизить свои затраты за счет снижения качества предоставления услуги (выполнения работы). В то же время невыполнение или перевыполнение определенных показателей может быть связано с другими факторами. Также степень выполнения показателей может существенно различаться даже в рамках одного их вида (количественного, качественного, стоимостного). Таким образом, для объективной оценки результатов выполнения задания необходимо анализировать не только три разных вида множественных показателей, но и их влияние друг на друга [2].

На начальном этапе, при определении эффективности выполнения задания, с необходимо оценить степень достижения всех трех видов показателей исполнения задания. При этом стоит учитывать, что в рамках одного вида, может быть несколько показателей. Далее необходимо проанализировать их влияние друг на друга и вывести интегральную оценку выполнения раздела государственного (муниципального) задания по каждой услуге и работе [2]. Для этого необходимо тщательно рассмотреть задания всех учреждений и принять решение о равнозначности или неравнозначности видов показателей.

На следующем этапе необходимо свести интегральные оценки задания в интегральную оценку предоставления услуг и выполнения работ учреждением. При этом следует иметь в виду, что не все оказываемые услуги и выполняемые работы в рамках одного учреждения равнозначны. Есть услуги (работы), которые учреждение выполняет, осуществляя свою основную деятельность, и именно для их предоставления оно и создано. В связи с чем, на этом этапе необходимо выявить значимость каждой услуги в функционировании учреждения. К тому же он приводит к существенному росту нагрузки на специалистов главных распорядителей бюджетных средств (ГРБС) и учреждений по сбору дополнительной информации. Лучше определять вес услуги (работы) с учетом объема натуральных показателей или суммы субсидии на выполнение конкретной услуги (работы). В случае если затраты на содержание недвижимого и особо ценного движимого имущества входят в стоимость оказания услуги (выполнения работы), результатом всех этих вычислений и будет интегральная оценка эффективности деятельности учреждения по реализации государ-

ственного (муниципального) задания. В противном случае необходимо учесть еще и эффективность использования субсидии в части затрат на содержание недвижимого и особо ценного движимого имущества.

В случае, если полученное значение равно 100%, эффективность учреждения находится в рамках запланированной. Значение может быть и выше 100%, если учреждение в целом перевыполнило задание.

Подводя итоги, предлагается следующая общая формула расчета эффективности учреждения по реализации государственного (муниципального) задания:

$$ЭфУч = \sum_1^y ВУ (СДНП + ЭфФ + СДПК)$$

где ЭфУч – эффективность учреждения; СДНП – полнота предоставления услуги (работы); ЭфФ – эффективность расходования средств на оказание услуги (работы); СДПК – степень достижения показателей качества оказания услуги (работы); ВУ – вес услуги (работы); у – количество услуг и работ [2].

Библиографический список

1. Поветкина Н.А. Эффективность расходования бюджетных средств: проблемы правовой квалификации // Финансовое право. 2015. № 3. С. 37-39.
2. Серкова И.А., Карпов А.В. Государственные и муниципальные задания: оценка эффективности // Бюджет. 2015. № 5. С. 17-20.
3. Запольский С.В. Финансовое право: учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. 792 с.

УДК 65.012.123

А.А. Ломовский, К.С. Позднякова

магистранты кафедры информационных технологий предпринимательства

Н.В. Макарова

(профессор, д-р пед.наук) – научный руководитель

ПРИМЕНЕНИЕ OLAP-ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ MICROSOFT PROJECT И MICROSOFT EXCEL

Описаны основные понятия OLAP-технологии, алгоритмы получения OLAP-отчетности в Microsoft (MS) Excel и приведены практические примеры по работе с OLAP-отчетностью в программных продуктах MS Project и MS Excel.

Управление проектами – это область менеджмента, развивающаяся в настоящее время довольно динамично. Применение технологий управления проектами является необходимым не только для экономического процветания, но и для выживания любого предприятия, независимо от сферы его деятельности. Без тщательно продуманной организации проектного менеджмента невозможно рассчитывать на эффективное решение многих задач планирования.

Особенно важным процессом в управлении проектами является анализ. Процессы анализа позволяют определить соответствие плана и исполнения проекта критериям успеха и поставленным целям, а также принять решения о необходимости применения корректирующих воздействий [1]. В процессе поиска решений, анализа данных часто возникает необходимость в построении зависимостей между различными параметрами. Причем число этих параметров может варьи-

роваться в широких пределах. Именно поэтому необходимо особое внимание уделять инструментам многомерного анализа, которые осуществляют поддержку аналитической деятельности произвольных запросов пользователей-аналитиков и производят количественную оценку. Такую возможность предоставляет OLAP (Online Analytical Processing).

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью применения технологий оперативной аналитической обработки информации для повышения эффективности управления проектами.

Термин OLAP был введен Эдгаром Коддом. OLAP – технология оперативной аналитической обработки данных, заключающаяся в подготовке суммарной (агрегированной) информации на основе больших массивов данных, структурированных по многомерному принципу [2]. Полученная информация может быть проанализирована и впоследствии служить основой для принятия решений.

Согласно Э. Кодду [2], многомерное концептуальное представление (multi-dimensional conceptual view) – это множественная перспектива в виде куба (рис. 1), состоящая из нескольких независимых измерений, вдоль которых могут быть проанализированы определенные совокупности данных.

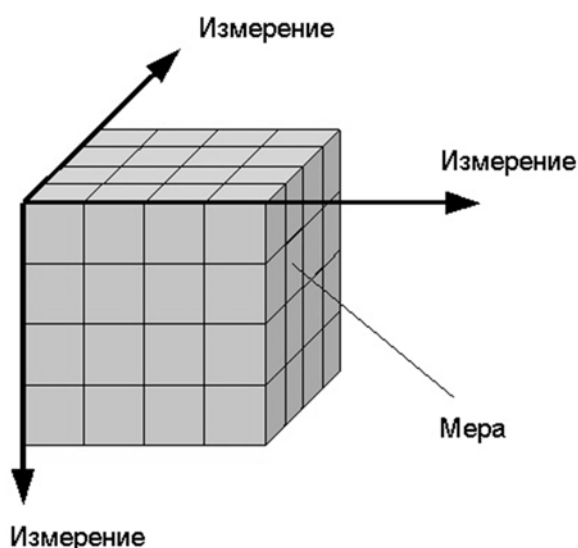


Рис. 1. Представление данных в виде гиперкуба

Каждая ось куба носит название измерения. Измерение представляет собой множество объектов как одного, так и нескольких типов, которые организованы в виде иерархической структуры. На пересечении всех измерений находится мера – это числовая величина, количественно характеризующая анализируемые факты, располагающаяся в ячейках гиперкуба и соответствующая полному набору конкретных значений измерений.

Объекты, формирующие измерения, называются членами измерений. Члены измерений визуализируются как участки, откладываемые на осях гиперкуба.

Иерархия представляет собой группировку детальных объектов одного измерения в объекты более высокого уровня, которые также могут объединяться в объекты следующего уровня.

Пользователь-аналитик может осуществлять различные манипуляции над OLAP-кубом:

- Срез (slice-and-dice) – данная операция заключается в формировании подмножества многомерного массива данных, соответствующего единственному значению одного или нескольких элементов измерений, не входящих в это подмножество.

- Вращение (rotation) – данная операция заключается в изменении расположения измерений, представленных на отображаемой странице или в отчете.

– Консолидация (drill-up) и детализация (drill-down) – данные операции заключаются в переходе от детализированного представления данных к агрегированному и наоборот.

В случае, когда стоит задача анализа данных по проекту или портфелю проектов, наиболее важным критерием является гибкость построения отчетов и удобность их анализа. В большинстве случаев задачу такого рода можно решить с помощью программных продуктов, предоставляемых Microsoft, которые имеют возможность формирования OLAP-кубов.

MS Office Project, начиная с версии 2007, предоставляет своим пользователям несколько предварительно настроенных OLAP-кубов, используемых для анализа сведений о проекте или портфеле проектов в целом. Эти OLAP-кубы формируются на основе таблиц, которые содержит в себе MS Office Project. Переходя к практическому примеру реализации построения OLAP-отчетности, следует упомянуть о том, какие данные о проекте, хранящиеся в Таблицах MS Office Project, требуют многомерного анализа: различные виды затрат, трудозатрат, стоимость, ресурсы, время или задачи. Также имеется возможность отслеживания тренда и текущего состояния проекта или портфеля проектов.

Кубы оперативной аналитической обработки OLAP в MS Office Project – это мощное инструментальное средство для составления отчетов и проведения анализа. Оно позволяет комплексно исследовать данные проекта, которые доступны для анализа в виде сводной таблицы MS Office Excel. Это один из самых простых способов работы с OLAP-данными.

Вся информация по проекту на дату анализа выгружается в предварительно сформированный локальный OLAP-куб, после чего возможность его просмотра и анализа предоставляется с помощью сводной таблицы в MS Office Excel, которая может быть сформирована двумя путями:

1. С использованием информации, полученной от специально спроектированных OLAP-серверов. Одним из примеров реализации является MS Office Project Server, который хранит данные по всем проектам в виде одного OLAP-куба. В случае необходимости их анализа, MS Office Project Server самостоятельно производит необходимые вычисления и обобщение данных по имеющимся проектам, предоставляет доступ к ним программе-клиенту. В качестве такой программы чаще всего выступает MS Office Excel, в котором настраивается доступ к OLAP-кубу и происходит формирование сводной таблицы на основе полученных данных [3]. Одним из наиболее значительных плюсов подобной реализации (рис. 2) является возможность получения и анализа только тех данных, которые необходимы аналитику в конкретный момент времени, а требуемые дополнительные данные загружаются в MS Office Excel по мере необходимости. Так обеспечивается возможность анализа практически неограниченного объема данных большого количества проектов, так как все вычисления производятся на стороне OLAP-сервера.

2. С использованием информации, полученной из обычных баз данных. Примером реализации может служить MS Office Project, который хранит всю информацию по текущему проекту в Таблицах обычной базы данных. При необходимости составления OLAP-отчетности по текущему проекту, формируется локальный OLAP-куб на основе информации из внутренних таблиц этой базы данных, который передается в MS Office Excel. Далее, на основе полученной информации из OLAP-куба MS Office Excel формирует сводную таблицу и предоставляет аналитику интерфейс для анализа имеющихся данных по проекту [4]. Так как в локальном OLAP-кубе данные о проекте предоставляются с момента начала проекта и до момента формирования куба, возникает необходимость формирования нового локального OLAP-куба каждый раз, когда необходимо проанализировать данные за период времени, прошедший с даты предыдущего анализа (рис. 3).

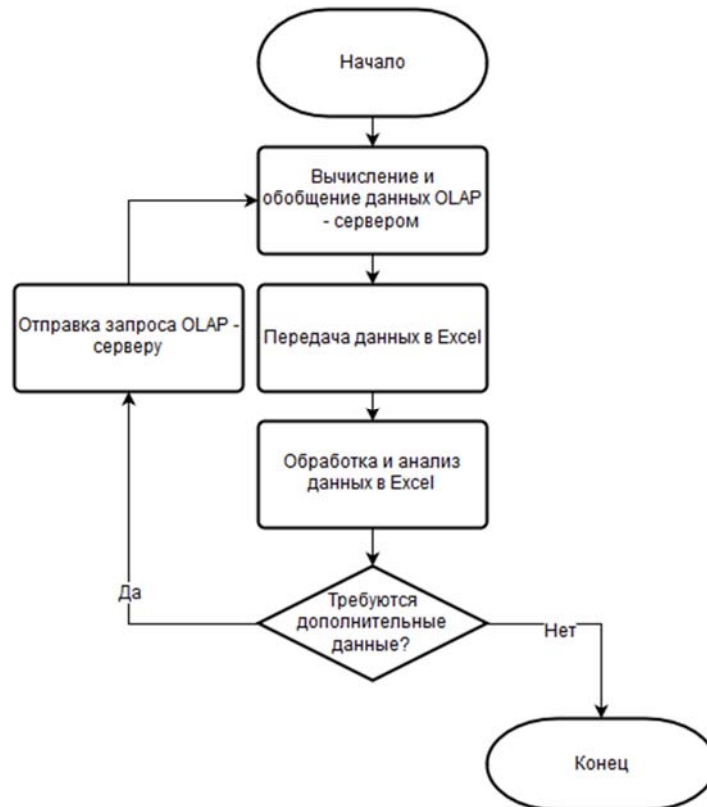


Рис. 2. Алгоритм работы с OLAP базами данных

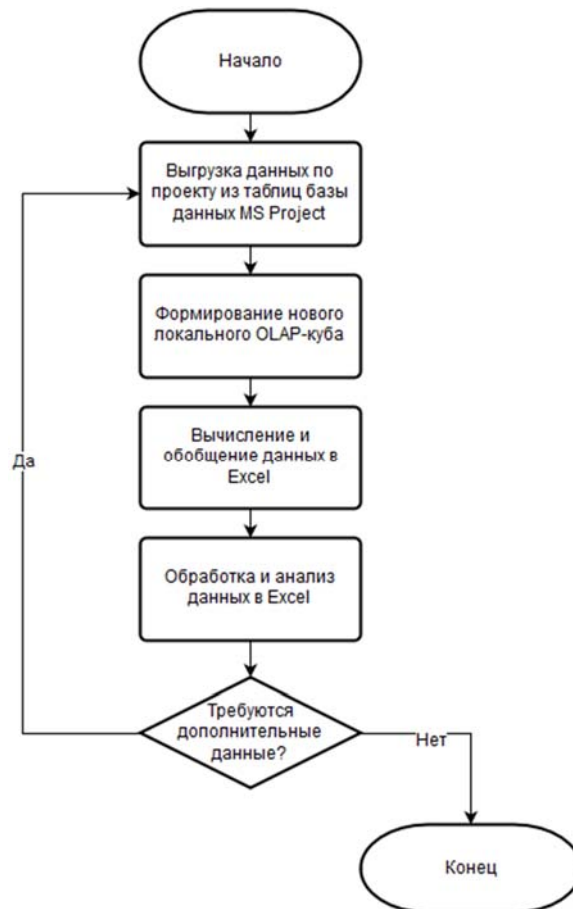


Рис. 3. Алгоритм работы с обычными базами данных

Для построения OLAP-отчетности по проекту в MS Office Project необходимо в меню «Отчёт» выбрать подменю «Наглядные отчёты». Далее, создать новый шаблон на основе данных из таблицы «Использование назначений» и выбрать MS Office Excel в качестве программного продукта для анализа полученных данных. После нажатия «ОК» произойдет формирование OLAP-куба и открытие MS Office Excel с готовым шаблоном сводной таблицы.

В полях строк и столбцов MS Office Excel предоставляет возможность поместить данные о задачах и ресурсах проекта. Фильтрация по времени позволяет аналитику провести анализ проекта по конкретным промежуткам времени от начала проекта и до момента формирования OLAP-отчета. В поле значений могут быть помещены следующие значения по проекту: базовые затраты, базовые трудозатраты, план бюджета трудозатрат, бюджетная стоимость, бюджетные трудозатраты, затраты, обычные трудозатраты, фактические сверхурочные работы, совокупные затраты, совокупные трудозатраты, трудозатраты, сверхурочные трудозатраты, фактические затраты, фактические трудозатраты.

Ниже представлена сводная Таблица с OLAP-отчетностью по проекту разработки мобильного приложения (рис. 4). В полях строк находятся ресурсы проекта, в полях столбцов – задачи проекта, в полях значений – затраты по проекту. В качестве фильтра выбрано время. На основании анализа данного среза OLAP-куба аналитик может получить подробную информацию о том, сколько было затрачено денежных средств и какие использовались ресурсы по конкретным работам за 46-ю неделю 2015 г.

по неделям	Все								
Затраты	Задача	Задача 1	Задача 2	Задача 3	Задача 4	Задача 5	Задача 6	Задача 7	Задача 8
	msproj11								
	Разработка мобильного приложения								
Ресурсы	Разработка моб	Начало пр	Составл	Разработка пользовательского инт	Разра	Разраб	Разраб	Разра	Разраб
Затраты задачи					7306				
Не назначен		0							
UI - дизайнер					18648				
UX - дизайнер						19008		15840	
Страший дизайнер			14656	7328					
Помощник руководителя проекта			20000						
Разработчик интерфейсов							35000		
Старший Android - разработчик				13344					
Младший Android - разработчик							3328		
Java - разработчик									
Старший тестировщик									
Младший тестировщик									
Чернила				920	920	920			
Бумага				185	185	185			
Ручки				20					
Карандаши					25	25			
Линейки					7	7			
Ластики					15	15			
Машинное время ПК			288	264	144	168	48	120	
Машинное время МФУ			32	56	48				
Амортизация Эмулятора						504	144	360	
Амортизация Microsoft Office			32						
Амортизация системы прототипирования				616	528	616		440	
Аренда	571084,47								
Интернет	7440,84								
Общий итог	578525,31	0	49477	35370	20880	36288	3520	16760	

Рис. 4. Сводная Таблица OLAP-отчета по проекту в MS Office Excel

В заключении, можно сказать, что OLAP во всех его проявлениях – совокупность концепций, требований и принципов, которые лежат в основе программных продуктов, облегчающих аналитикам доступ к требуемым для анализа данным. OLAP-технологии широко применяются во многих сферах деятельности человека, включая управление проектами. Данный подход к организации просмотра отчетности обеспечивает большое количество возможных комбинаций (срезов) для того, чтобы аналитик мог всесторонне оценивать состояние проекта.

Использование возможностей пакета MS Office для управления проектами и дальнейшего анализа проектной информации позволяет без дополнительных затрат на покупку специализированного программного обеспечения анализировать данные по портфелю проектов или отдельному проекту.

Библиографический список

1. *Балашов А. И., Рогова Е. М., Тихонова М. В.* и др. Управление проектами: учебник / под ред. Е. М. Роговой. М.: Издательство Юрайт, 2013. 383 с
2. *Голенда Л.К., Говядинова Н.Н.* Корпоративные информационные системы: пособие для студ. / Минск : БГЭУ, 2011. 291 с.
3. Поддержка Office : Установка и управление кубами OLAP для службы «Анализ портфеля». URL : <https://support.office.com/ru-ru/article>.
4. Поддержка Office : Создание наглядного отчета по данным приложения Project в Excel или в Visio. URL : <https://support.office.com/ru-ru/article>.

УДК 379.85

А.Н. Лохова

студентка кафедры информационных технологий предпринимательства

Л. В. Рудакова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ БАНКРОТСТВА ТУРАГЕНТСТВ В РОССИИ

2014 год в туристической индустрии был, значительно хуже, чем кризисный 2009 год, когда снижение выездного турпотока составило 15-20%. В 2014 г. падение спроса на туристические поездки достигло 30-50%, а после первых банкротств турагентств, продажи туров практически остановились. Анализируя банкротства российских туроператоров можно сказать, что первым 16 июля 2014 г. обанкротился туроператор «Нева»; к середине сентября 2014 г. приостановили свою деятельность: «Роза ветров Мир», «Экспо-тур», «Идеал Тур», «Лабиринт», «Солвекс-Турне», «Южный крест», «Верса». В среднем интервал между банкротствами составлял 5 дней, что усложнило выявление степени ответственности за случившееся [1]. В данной статье проанализируем различные внешние и внутренние причины банкротств более подробно.

1. Девальвация. Основной причиной банкротства туристических компаний эксперты называют экономический спад, одновременно с которым началась девальвация российской валюты. Туристы при покупке тура в туристическом агентстве, расплачиваются за него рублями, турфирма перечисляет туроператору сумму, указанную в счете, тоже в рублях. А вот туроператор вынужден рассчитываться с партнерами – отелями, авиакомпаниями и прочими фирмами, непосредственно оказывающими услуги за рубежом, иностранной валютой. И если туристическое агентство накануне перечислило 100 долл. по цене 45 руб., а доллар на следующий день вырос на 1,5-2 руб., то туроператор вынужден платить курсовую разницу поставщику из своих денежных средств. И речь идет не о 100 долларах, а о миллионах долларов. Отсюда вытекают и первые потери.

2. Уменьшение потока туристов. Обострившаяся в последнее время ситуация со странами Запада повлияла на сознание людей. Многие из них отказались покупать билеты в страны, которые ввели санкции против России или присоединились к ним. США, ЕС, Канада и другие государства заявили о блокировке счетов, запрете на сделки, банковское обслуживание, а это – большой удар по крупным компаниям. Сокращение доходов россиян на 30% тоже негативно отразилось на туристической отрасли. Владельцы туристических фирм также ссылаются на то, что сегодня многие туристы путешествуют «своим ходом». Сейчас без труда можно разработать маршрут самостоятельно, решить все вопросы, касающиеся трансфера, проживания, питания и т. п.

3. Мировая нестабильность. 2014-2015 г. были очень сложные с точки зрения политической ситуации. Ситуация на Ближнем Востоке, война в Сирии, террористическая угроза, эпидемии сделали многие туристические направления неблагоприятными. Туристы боятся ехать туда, где стреляют, убивают и грабят. Поэтому спрос на туры в такие страны стремительно падает. Если туроператор работает сразу по нескольким крупным направлениям, он справится с потерей одного из них. А вот более мелкие фирмы, ориентированные на 2-3 массовых направления, не смогут пережить потерю и, скорее всего, объявят о своей несостоятельности.

4. Неосмотрительность туристических компаний. Туроператоры еще не научились соотносить риски и доходность. В погоне за большим заработком туристические компании игнорируют «опасные» туры и направления и тем самым губят сами себя. Туроператоры скупают максимальное количество авиабилетов, бронируют места в отелях, создают ажиотаж, чтобы перепродать туристические путёвки дороже, но в итоге из-за отсутствия клиентов вынуждены платить неустойки. Критическую роль в финансовой дестабилизации турфирм сыграли и неверные управленческие решения, слабый контроль рисков и неоднозначный долговой портфель, который в условиях ужесточения требований банков не позволяет быстро и безболезненно перекредитоваться [2].

5. Занижение реальной стоимости туров. Еще одна возможная причина банкротства некоторых туроператоров – борьба за клиента. Напряженная ситуация между Россией и некоторыми странами привела к тому, что цены на турпутевки стали снижаться. Возможно, были и другие причины демпинга. Однако граждане страны не стали активнее раскупать путевки. При этом множество забронированных мест в отелях, самолетах, и автобусах остались пустыми. Горящие туры – это пропавшая для туроператоров. Что такое горящий тур – это авиабилеты, выкупленные ранее у авиакомпании и не проданные по рыночной стоимости в составе тура, которые накануне вылета турфирма решает продать по цене ниже себестоимости, чтобы вернуть хоть какую-то часть затраченных средств. Если горящие туры появляются у турфирмы только изредка, то они, собственно, не наносят вреда всей финансовой системе, но если билеты остаются регулярно, и туроператор вынужден постоянно снижать цены, то убытки и банкротство ему гарантированы.

6. Мошенничество. Как стало известно, туристические компании осуществляли деятельность по принципу финансовой пирамиды. Деньги, которые вкладывал турист, бронируя тур, шли на оплату не его отдыха, а отдыха тех, кто отправлялся в путешествие здесь и сейчас. Нестабильная ситуация на рынке сделала свое дело. У компаний не хватило денег на оплату многочисленных туров, в результате чего им пришлось спешно сворачивать свою деятельность. Многие компании открывали туристический сезон с многомиллионными долгами. Этого вовсе не должно было быть. Все это говорит о халатности управленцев и жажде наживы. Следственным комитетом России также были выявлены факты прямого хищения сбережений в размере нескольких миллионов рублей.

Для того чтобы избежать последующих банкротств туристических компаний, можно применить несколько рыночных механизмов:

1. Туроператор должен заключать только прямые договора и с перевозчиком, и соответственно с гостиницей (сегодня работает механизм посредников: все деньги остаются или в офшоре, или у посредников).

2. Туристический агент должен отвечать перед туроператором о своей деятельности и наоборот, а также перед клиентом (так как клиент не знает оплатил ли туроператор путевку или нет) т.е. ввести ответственность туристического агента перед туроператором.

3. На данный момент туризм в РФ относится к Министерству культуры, но никак не отдельно. Поэтому, необходимо создать отдельный государственный орган, занимающийся конкретно туризмом, который сможет контролировать деятельность туроператоров, проводить различные мониторинги качества и ценовой политики туристских предприятий.

4. Если же всё-таки банкротство произошло, должна быть установлена на законодательном уровне система, позволяющая минимизировать его последствия. В настоящее время отсутствует доверие к страховщикам, которые обязаны страховать ответственность туроператоров. Необходимо на законодательном уровне установить ценз страховщиков. Ведь мало того, что клиенты не получают деньги от туроператора, они не могут вернуть их от страховщиков. Если в стране будет четкий список проверенных страховщиков, которые будут страховать деятельность туроператоров, тогда можно рассчитывать хоть на какую-то компенсацию.

Подводя итог вышеописанного материала можно сказать, что банкротство туристических компаний, в основном, стало возможным из-за совокупности всех перечисленных выше причин. Винить в этом только законодательство нельзя. Можно надеяться только на то, что туристический бизнес в стране начнет очищаться и на рынке останутся совестливые игроки, которые будут думать о туристах.

Библиографический список

1. Дехтярь Г.М. Индустрия туризма. Правовые основы социально-культурного сервиса и туризма / М.: Финансы и статистика, 2014. 415 с.
2. Мусеева Н.К. Маркетинг и турбизнес / М.: Финансы и статистика, 2009. 494 с.

УДК 65.012.2

М.А.Макарова

магистрант кафедры информационных технологий предпринимательства

Н.В. Макарова

(профессор, д-р пед. наук, кандидат техн. наук) – научный руководитель

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ELMA

Описан программный продукт ELMA, предназначенный для моделирования и исполнения бизнес-процессов компании. Перечислены его основные компоненты и основные функциональные возможности каждого из них.

Ключевые слова: Бизнес-процесс, показатели деятельности предприятия, управление проектами, управление показателями, электронный документооборот, управление клиентами, организационная структура, задача.

Любая компания состоит из множества бизнес-процессов: начиная от стратегического и финансового управления, до детального планирования производственных процессов и управления качеством производимых товаров/услуг. Компаниям необходимо решение для повышения качества взаимодействия внутри них, нужна система, которая бы предлагала решения для организации документооборота и одновременно давала возможность реализовать уникальные бизнес-процессы, содержала стандартные процессы документооборота и помогала наладить движение документов и операционную деятельность компании. Всем этим требованиям соответствует система ELMA, о которой и пойдет речь в данной статье.

ELMA – система управления компанией, позволяющая построить эффективное взаимодействие сотрудников компании и контролировать их деятельность с целью повышения качества работы всей компании. Система состоит из набора приложений для управления компанией, которые могут быть приобретены и функционировать как отдельные приложения, так и вместе в едином информационном пространстве:

- BPM – управление бизнес-процессами компании;
- ECM+ – электронный документооборот;
- CRM+ – управление клиентами;
- Проекты+ – управление проектами;
- KPI – управление показателями. [1]

Приложение BPM

Системы управления бизнес процессам пришли в Россию с Запада, где этот класс программ называется BPMS (Business Process Management System) или BPM-системы [2].

ELMA позволяет не только построить бизнес процессы, распределив ответственность за выполнение функций между сотрудниками, но и в реальном времени исполнять построенные процессы, что позволяет в любой момент времени видеть статус выполнения любой функции.

ELMA содержит ряд стандартных компонентов, которые соответствуют стадиям жизненного цикла (Деминга) процесса PDCA (Plan, Do, Check, Act):

Проектирование (моделирование)

Проектирование – это построение модели бизнес процессов. Для этого предусмотрена программа Дизайнер, где моделируются бизнес процессы, при использовании новейшего мирового стандарта для их описания – языка BPMN.

Моделирование бизнес процессов предполагает определение участников процесса, набора их действий и назначение исполнителей. Кроме того, нужно указать, какие информационные поля (атрибуты) обязательны к заполнению при выполнении каждой операции.

Исполнение

После создания графической модели бизнес-процесс публикуется на сервере ELMA, после чего он становится доступным для исполнения. Ключевой элемент системы – это список задач, которые должен выполнить сотрудник. Сервер автоматически формирует этот список для каждого работника в соответствии с моделями процессов, где он задействован.

Контроль и Мониторинг

В меню «Мои процессы» каждый сотрудник может просмотреть все процессы, которые непосредственно к нему относятся, все запущенные процессы, процессы, в которых он является инициатором или исполнителем. Более того, любой сотрудник может отследить стадию процесса с помощью наглядной схемы Карты процесса.

Улучшение процессов

Процессы в ELMA можно непрерывно улучшать без остановки исполнения, таким образом есть возможность учитывать все особенности организации. Можно вернуться к более ранним версиям и просмотреть историю улучшений бизнес-процесса – система хранит все версии. Вносить изменения в процессы можно даже после внедрения этих процессов в работу.

Помимо всего этого хотелось бы отметить дополнительные особенности приложения BPM. В системе ELMA предусмотрены различные операции, например: Сценарий, Оповещение, Генерация электронного документа, Создание документа в 1С (интеграция с 1С). Кроме того, система позволяет создавать собственные операции, что расширяет возможность моделирования процессов, наиболее точно отражающие специфику бизнеса.

Приложение ЕСМ+.

ELMA ЕСМ+ – современное решение для повышения качества взаимодействия внутри компании. Система предлагает решения для организации документооборота и одновременно дает возможность реализовать уникальные бизнес-процессы.

Внедрение системы электронного документооборота – это перевод обращения документов из бумажной формы в электронную.

ЕСМ+ содержит ряд функций, необходимых для быстрой реализации электронного документооборота в компании: штрих-кодирование, электронно-цифровая подпись, поиск / полнотекстовый поиск. Одной из важных функций ЕСМ+ является возможность гибкой подстройки под процессы компании, в которой ЕСМ+ внедряется. Дополнительными особенностями этого приложения являются внешние приложения (мобильные приложения, ELMA Agent, MS Outlook plug-in).

Приложение ELMA CRM+

Любой компании, которая занимается продажами, необходима помощь в организации процесса продаж. При этом сами процессы, конечно, разнятся от компании к компании.

ELMA CRM+ полезна для автоматизации типовых операций при взаимодействии с потенциальными клиентами и клиентами компании.

Функции CRM+: Звонки / Встречи / Письма, Потенциальные клиенты, База контрагентов, Контакты, Сделки, Планирование поступлений, Воронка продаж, Анализ динамики продаж, Маркетинг, IP-Телефония, Интеграция с 1С, Бизнес-процессы, Задачи / Календарь / Лента / Компания.

ELMA CRM+ полезна при постановке процесса обслуживания клиентов и построения центров обслуживания клиентов. Механизм бизнес-процессов в ELMA CRM+ позволяет сформировать и быстро автоматизировать регламент по оказанию типовых услуг.

Приложение Проекты+

Приложение ELMA Проекты+ представляет собой удобное комплексное средство, предназначенное для контроля выполнения проектов, управления имеющимися ресурсами (временными, финансовыми, человеческими) и организации взаимодействия между участниками проектов.

Основные функции приложения ELMA Проекты+ позволяют эффективно решать следующие задачи:

- Управление сроками выполнения проекта;
- Организация единого информационного пространства по проекту;
- Коммуникации между участниками проекта;
- Управление бюджетом проекта;
- Информирование участников проекта о ходе его выполнения;
- Управление рисками проекта.

Приложение ELMA KPI

Для реализации и отслеживания финансовых и не финансовых показателей достижения стратегических целей обычно используют систему сбалансированных показателей (Balanced ScoreCard, BSC), которая в свою очередь использует набор показателей KPI для измерения результатов деятельности и степени достижения поставленных целей.

Система ELMA KPI решает задачи повышения результативности деятельности компании через четкий контроль ключевых показателей и объективную оценку работы сотрудников.

ELMA KPI дает инструмент, позволяющий провести термин «эффективность» через всю компанию, вплоть до каждого сотрудника. Задать как шаблонные параметры для групп, так и уникальные – для ключевых сотрудников, получив необходимую гибкость и прозрачность системы мотивации. Система KPI предлагает решение, которое позволит соотносить оперативные действия на всех уровнях с целями компании и построить систему мониторинга прогресса и коррекции целей.

Для получения максимальной пользы от построенной системы ключевых показателей ELMA KPI дает возможность отслеживать выполнение показателей, оперативно связываться с ответственными, своевременно принимать решения.

При всем этом система ELMA KPI является конструктором KPI-решений. На входе – чистый лист, который можно наполнить терминами конкретной компании.

Поэтому система максимально четко повторяет принципы управления в компании на текущий момент и способна развиваться вместе с компанией при появлении новых целей или изменении организационной структуры компании.

Объединяя все выше сказанное можно сделать выводы о том, что внедрив ELMA для своего предприятия, можно добиться того, что сотрудники компании будут более ответственно подходить к своим обязанностям. Кроме того, система обеспечивает эффективный контроль выполнения задач со стороны руководства. Также повысится эффективность работы сотрудников при решении «типовых» задач благодаря четкой регламентации процессов в компании и повышению дисциплины, сократится время на поиск нужного документа, сотрудники будут оперативно получать необходимую информацию и смогут самостоятельно принимать решения благодаря быстрому доступу к документам и четкому пониманию своей зоны ответственности в рамках каждого бизнес-процесса, снизится процент потери информации при передаче задач от одного сотрудника к другому, уменьшится объем бумажного документооборота, увеличится общая скорость выполнения процесса.

Возможности данного программного обеспечения способны решить значительную часть работ, связанную с контролем и автоматизацией деятельности предприятия. Стоимость программы на 10 рабочих мест (а это – минимум, при котором имеет смысл работать с подобными системами) составляет около 150 тыс. руб., что является адекватной ценой за предложенную функциональность. Также существует бесплатная версия ELMA на 5 рабочих мест.

Библиографический список

1. ELMA – система управления бизнес-процессами и эффективностью. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elma-bpm.ru>.
2. Графический язык моделирования бизнес- процессов BPMN Версия 2.0. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elma-bpm.ru/bpmn2/>

УДК (571.6)

Д.А. Малинко

студент кафедры международного предпринимательства

В.Л. Хейфец

(д-р ист. наук, доцент) – научный руководитель

ГЕОПОЛИТИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Дальний Восток, административно – Дальневосточный федеральный округ Российской Федерации (ДФО) – занимает особое место в России и Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР). Роль Дальнего Востока России в международной деятельности характеризуется тем, что он является связующим звеном между Россией и АТР или же стратегическим ключом России к воротам Северо-Восточной Азии.

Дальний Восток представляет собой уникальный субконтинент Евразийского материка, омываемый с севера и востока морями Северного Ледовитого и Тихого океанов. В состав ДФО входят



Амурская, Магаданская и Сахалинская области, Еврейская автономная область, Камчатский, Приморский и Хабаровский края, Чукотский автономный округ и Республика Саха (Якутия). Это крупнейший по размерам территории федеральный округ, его площадь составляет 36,4% территории России. Протяженность с севера на юг – 4800 км, с запада на восток – 3000 км (5 часовых поясов). Регион находится на сухопутных и морских путях стран Тихоокеанского и Индийского бассейнов, имеет 2000-километровую границу с Китаем, на 60 км простирается граница с КНДР; в 35 км от Чукотки через Берингов пролив начинается Америка (Аляска); 43-километровый пролив Лаперуза отделяет остров Сахалин от Японии.

Положение Дальнего Востока в геополитической структуре современной России определяют два наиболее важных фактора. Это:

1) уникальное экономико-географическое положение Дальневосточного региона.

Важнейшей особенностью и основным признаком уникальности геополитического положения Дальнего Востока являются огромные размеры (36,4% территории России – 6 169 329 км²), большая удаленность от центральных районов страны (на 9 тыс. км Дальний Восток удален от европейского центра России) и в то же время – непосредственное соседство с крупнейшими странами АТР. Такое положение Дальнего Востока формирует потенциал России как крупной геополитической державы, присутствующее, в том числе, и в Азиатско-Тихоокеанском регионе, и как своего рода моста, связывающего АТР с Европой. Как считает директор Дальневосточного отделения РАН П.Я.Бакланов, Дальний Восток «вполне правомерно называть Тихоокеанским регионом России, или Тихоокеанской Россией, подчеркивая тем самым не удаленное от европейской России, а притихоокеанское географическое положение» [3]. Регион выходит к сухопутным и морским государственным границам четырех стран: КНР, КНДР, Японии и США; причем Китай, США и Япония – крупнейшие страны не только АТР, но и мира. Сегодня именно эти три державы – и на глобальном уровне, и на макрорегиональном, – оказывают основное влияние на международную политику и интересы России в области безопасности и международных отношений.

2) мощный природно-ресурсный потенциал.

Геополитическая роль Дальнего Востока обусловлена и наличием уникальных, имеющих мировое значение минерально-сырьевых, топливно-энергетических, лесных и морских биологических ресурсов. Как отмечается в Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года, «природные ресурсы общемирового значения привлекают к Дальнему Востоку и Байкальскому региону внимание всех государств, особенно стран Азиатско-Тихоокеанского региона» [4].

Здесь расположены крупнейшие месторождения углеводородов, золота, алмазов, черных, цветных и редких металлов, олова, угля и других рудных и нерудных полезных ископаемых. Для нашей страны Дальний Восток, прежде всего, алмазный край – по разведанным запасам алмазов

Россия стоит на первом месте в мире. В регионе сосредоточено 98% запасов натуральных алмазов (основная часть в Западной Якутии), 50% золота, 80% олова, 30% древесины.

На Дальнем Востоке самые большие в России запасы пресных речных вод, термальных вод, гидроэнергетических ресурсов, уникальных рекреационных ресурсов. Рыбохозяйственный комплекс Дальнего Востока является крупнейшим в России, он обеспечивает 68% от общероссийского объема экспортных поставок рыбной продукции. Пушной промысел Дальнего Востока оценивается более чем в 30% России. Причем, как отмечается экспертами, прогнозируемые запасы природных энергетических, минеральных и биологических ресурсов Дальнего Востока, в несколько раз превышают их разведанные размеры [6].

Геополитическое положение российского Дальнего Востока

Уникальное геополитическое положение Дальнего Востока выражается в следующем:

- Дальний Восток – зона глобальных контактных структур: стык крупнейшего макрорегиона – Северо-Востока Евразии с Тихим океаном; непосредственное соседство России с крупнейшими странами мира: США, Китаем, Японией;
- Дальний Восток – зона крупных трансграничных регионов: бассейны морей: Берингова, Охотского, Японского; бассейны рек – Амура, Уссури, Туманной; бассейн крупного озера Ханки; макрорегион в целом входит в Тихоокеанское трансграничное пространство;
- Дальний Восток – зона трансконтинентальных (начало и окончание трансевроазиатских) транспортных магистралей и портово-железнодорожных комплексов, обеспечивающих выполнение регионом контактных функций на глобальном уровне;
- Дальний Восток – зона уникального по разнообразию природно-ресурсного потенциала (в том числе возобновляемых природных ресурсов морей и суши) – важной составляющей геополитического потенциала макрорегиона и страны;
- Дальний Восток – зона пересечения геополитических интересов ведущих стран мира и одновременно – крупнейших морских держав с мощными военными и гражданскими флотами;
- Дальний Восток – зона со значительным весом морских составляющих в её геополитическом потенциале, в том числе размещенных в прибрежной зоне и в морской 200-мильной экономической зоне.

Дальний Восток, являясь частью Северо-Восточной Азии (СВА), испытывает воздействие уникальности этого крупного макрорегиона и геополитических отношений в нем:

- 1) Северо-Восток Евразии – стык большого числа мировых цивилизаций, в том числе крупнейших и древнейших: палеоазиатской, китайской, японской, корейской, европейской;
- 2) Северо-Восток Евразии – макрорегион мира с большим числом геополитических точек напряжения, – районов, где, так или иначе, выражены геополитические проблемы, связанные с неурегулированностью вопросов государственных границ, принадлежности территорий и акваторий. По оценкам специалистов, сегодня в зоне АТР насчитывается около двух десятков таких спорных ситуаций, за каждой из которых стоят конкретные интересы, страны и силы [2]. Например, Корейский полуостров (противоречия и неурегулированность геополитических отношений между КНДР и Республикой Корея); Южно-Курильские острова (геополитические противоречия в этом районе и отсутствие мирного договора между Россией и Японией); острова Токто (или Такэсима) в Японском море (между Японией и Республикой Корея).

Таким образом, геополитические особенности Дальнего Востока определяются его расположением в уникальном макрорегионе мира – в зоне контакта глобальных структур Евразии и Тихого океана, в непосредственном соседстве и в зоне пересечения геополитических интересов крупнейших мировых «центров силы» и морских держав: Китая, Северной Кореи и Южной Кореи; Японии; США. Соотношение геополитических потенциалов России и этих крупнейших «центров силы», включая и их «морскую составляющую», во многом определяет геополитическое положение России в этом макрорегионе мира, уровень ее взаимодействия с другими странами АТР. В данной

ситуации проявляется стратегическая важность Дальнего Востока, постепенная интеграция которого в АТР происходит наряду с необходимостью обеспечения геополитической безопасности Российской Федерации.

***Безопасность российского Дальнего Востока
в контексте его геополитического положения***

Дальний Восток исторически рассматривался как территория, исключительно уязвимая с точки зрения геополитической безопасности. Причин для этого было достаточно – неудовлетворенность Китая результатами пограничного размежевания 1860 года; неразрешенный территориальный спор (сначала вокруг Сахалина, а после Второй мировой войны – Курильских островов) и борьба за влияние на материке с Японией, только за первую половину XX века несколько раз перераставшие в войны и вооруженные конфликты; «холодная война» с многотысячным военным контингентом США и сражениями вблизи дальневосточных границ СССР (Корея, Вьетнам); конфликт на острове Даманский и затяжная идеологическая война с Китаем.

В тихоокеанской политике России всегда присутствовали два вектора: внутренний (управление собственными дальневосточными владениями) и внешний (отношения с государствами АТР и участие в региональных процессах).

Современная обстановка в АТР характеризуется сложным переплетением различных позитивных и негативных факторов и тенденций, важнейшими из которых, являются:

- пересечение в этой части мира интересов России, США, Китая, Японии, сопровождающееся нарастающим соперничеством США и Китая;
- нарастание неравномерности экономического развития стран этого региона, которое усугубляется последствиями глобализации экономики;
- расширение сотрудничества между государствами с чисто рыночной экономикой (США, Япония, страны АСЕАН) и государствами, сохраняющими приверженность ее модернизированной социалистической модели (Китай, Вьетнам);
- сохранение здесь ряда серьезных очагов напряженности, порожденных в одних случаях межгосударственным политическим противостоянием (Корейский п-ов, Тайвань), в других – территориальных споров (территориальный спор между Японией, Россией, Китаем и Кореей, спор вокруг островов в Южно-Китайском море между Китаем, Вьетнамом, Филиппинами, Малайзией, Брунеем);
- расширение экономического доминирования США, использующих глобализацию и международные экономические финансовые организации для продвижения своих интересов;
- свертывание военного присутствия России в Тихом океане и резкое одностороннее сокращение ВМФ и других видов Вооруженных Сил РФ на Дальнем Востоке. Так, группировка войск и численность плавсостава Тихоокеанского флота сократились вдвое (боевой потенциал ТОФ в настоящее время уступает в 3 раза морским силам Японии и в 20 раз – ВМС США в АТР). Сегодня Россию по величине военного бюджета превосходят: Япония (в 5 раз), Китай (в 3 раза), Республика Корея (в 2 раза). Наш военный бюджет меньше тайваньского. В результате вооруженные силы многих государств, даже взятые отдельно, сопоставимы или начинают преобладать над группировкой Вооруженных Сил РФ на Дальнем Востоке. Следует отметить, что значительный потенциал военной организации Китая представит серьезную военную опасность для любой сопредельной страны. По оценкам ЦРУ, к 2025 г. Китай, возможно, станет главной военной державой в регионе [1].

Охрана государственной границы, внутренних морских вод, территориального моря, континентального шельфа, исключительной экономической зоны Российской Федерации и их природных ресурсов является основой обеспечения пограничной безопасности.

Следует подчеркнуть, что береговая и прибрежная зоны Дальневосточного региона в целом являются не только важнейшим природным ресурсом многоцелевого назначения, но и опорной базой в стратегическом отношении, в том числе в последующем освоении Мирового океана, а

также – Северного морского пути – как новой трансконтинентальной магистрали. В этой связи прибрежная и 200-мильная морская зоны Дальневосточного региона существенно дополняют геополитический потенциал России в целом. Возросла роль дальневосточных районов в России в выполнении ими особых контактных функций в связях России со странами АТР. В перспективе развития экономических связей районов Урала, Сибири со странами АТР наиболее эффективным может быть через Дальний Восток. По мнению зарубежных экспертов, «российский Дальний Восток стоит на важном перепутье будущих производственных структур» [7].

В настоящее время резко возросла роль простых ресурсов – земли, воды, дикой природы, а потенциал простых ресурсов таких бурно развивающихся стран АТР, как Китай, Индия, Южная Корея и Сингапур практически исчерпан. Сегодня, цена жизненного пространства растет гораздо быстрее добываемого сырья. По этой причине из-за чистой воды и чистого воздуха ожидаются главные войны XXI века. В этих условиях потенциал минерально-сырьевых ресурсов при наличии эффективной стратегии их использования может стать ключевым фактором изменения геополитического значения восточной части России.

Сегодня для российского Дальнего Востока актуальны следующие проблемы:

1) сокращение численности населения.

В регионах Дальнего Востока России, объединенных в ДФО, проживает около 6195 тыс. человек (для сравнения – это половина населения Москвы). В конце восьмидесятых годов XX века дальневосточников было больше – 7950 тыс. человек. На Дальнем Востоке самая низкая плотность населения – чуть более одного человека на 1 кв. км (для сравнения: по стране этот показатель равен 8,5 чел. на кв. км). Основной причиной демографических потерь на Дальнем Востоке (наряду с общими причинами демографического кризиса – сокращением рождаемости, средней продолжительности жизни, высокой смертностью населения) является миграционный отток населения в западную часть России, что создает угрозу национальной безопасности, особенно на фоне возрастающего влияния Китая с его практически неограниченными людскими ресурсами. Основная причина миграционного оттока (в котором регион теряет, прежде всего, трудоспособное население – 60% приходится на группу от 20-40 лет) – низкий уровень жизни населения. Согласно прогнозам, при неизменности демографической ситуации, численность населения Дальнего Востока к 2026 г. сократится более чем втрое, а к 2050 г., на его территории будет проживать только около 4 миллионов граждан (рисунок 1).

2) преобладание сырьевых отраслей в экономике Дальнего Востока.

В экономике ДФО непропорционально велика доля сырьевых отраслей: добыча полезных ископаемых составляет 24,7%, обрабатывающая промышленность – 5,6% (для сравнения: по РФ в целом добыча полезных ископаемых составляет 10,9% ВВП, обрабатывающей промышленности – 14,9%).

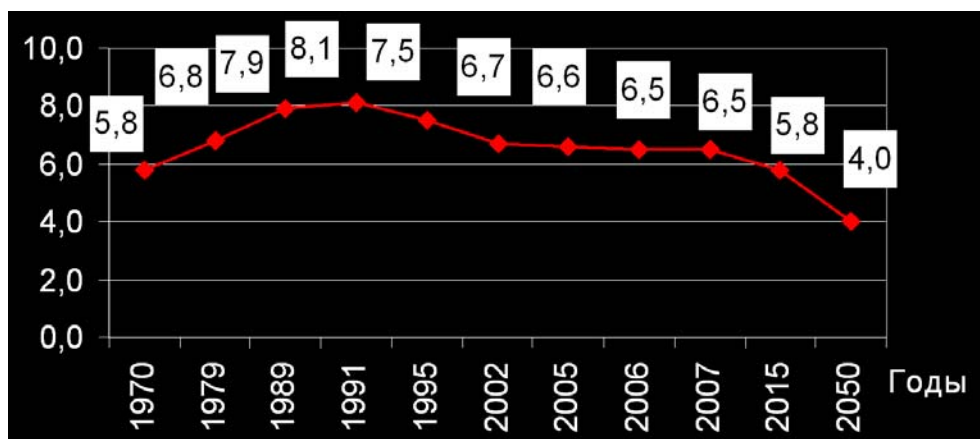


Рис. 1. Прогнозы динамики численности населения Дальнего Востока

Объективно ситуация обусловлена тем, что регион, богатый природными ресурсами, имеет низкую плотность населения. Однако следствием ее является своего рода «замкнутый круг»: отсутствие потребности в высококвалифицированных специалистах делает регион малопривлекательным с точки зрения миграции, что приводит к оттоку населения, который, в свою очередь, затрудняет развитие наукоемких и трудоемких отраслей экономики.

3) низкая транспортная доступность.

На данный момент европейскую часть страны с её отдаленными восточными территориями связывает евразийский транспортный коридор Транссиб, который состоит из железной дороги от Москвы до Владивостока, построенной в 1891 г. Байкало-Амурской магистрали, а также федеральной трассы М58 Чита–Хабаровск (рисунок 2). Следствием низкой транспортной доступности Дальнего Востока является высокая составляющая транспортных затрат при перевозке грузов и пассажиров между дальневосточными регионами и остальной части России, а также большие сроки доставки грузов в отдаленные районы (например, грузы, доставляемые в арктические улусы Якутии, находятся в пути до 270 суток).

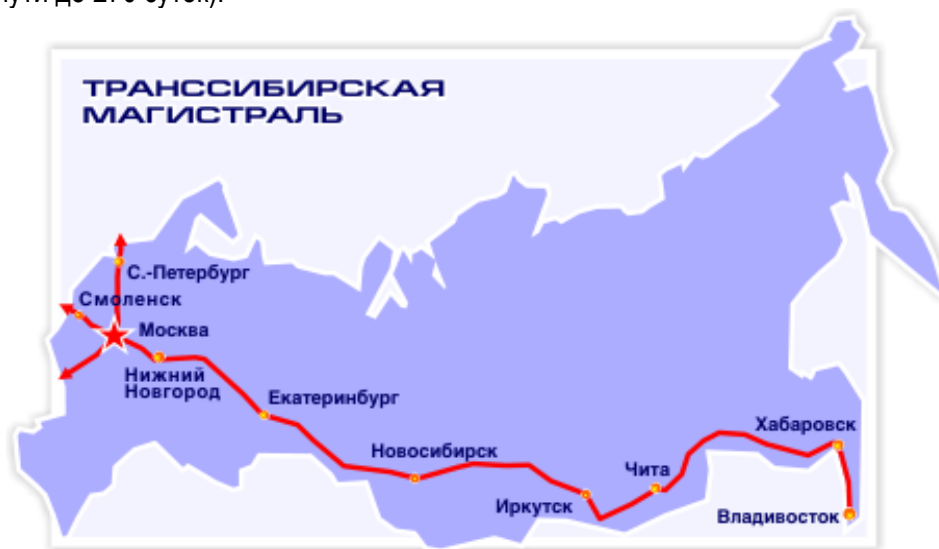


Рис. 2. Транспортный коридор Транссиб

4) территориальные претензии со стороны Японии по вопросу принадлежности южных островов Курильской гряды.

Территориальные претензии касаются островов Итуруп, Кунашир, Шикотан и группы островов Хабомаи. Несмотря на прогресс в развитии двусторонних отношений, Россия и Япония все еще далеки от заключения мирного договора и решения этой территориальной проблемы. Как отмечают специалисты, учитывая трудности периода, переживаемого Россией, японская сторона будет стремиться использовать, прежде всего, экономические возможности, чтобы добиться уступок в вопросе окончательного территориального разграничения [1]. Однако передача Курильских островов и Малой Курильской гряды будет представлять угрозу территориальной целостности России, а в геополитическом плане превратит Охотское море в большой замкнутый водоем, российский ВМФ будет отрезан от Тихого океана. Это объясняется тем, что только два пролива – Крузенштерна и Буссоля – имеют достаточную глубину и ширину, способных пропустить в Тихий океан российские подводные атомоходы. Кроме того, акватория и шельф Курильских островов является одним из ключевых мест добычи морепродуктов для рыбной промышленности России.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что Дальний Восток, являясь геополитически важной российской территорией и зоной уникального по разнообразию природно-ресурсного потенциала, в силу отдаленности и ослабленных экономических связей с центральными регионами страны остается сегодня наиболее проблемной территорией России.

Дальневосточный регион является одним из наиболее слабых и уязвимых мест в системе безопасности России, поскольку существуют потенциальные конфликтные факторы: нерешенные погранично-территориальные вопросы между Россией и Японией, а также рядом государств АТР, напряженные отношения с США, осуществляющие расширение экономической и демографической экспансии. Однако следует отметить и то, что в современных условиях внутренние факторы, влияющие на безопасность РФ в пограничном пространстве Дальнего Востока более значимы, чем внешние. Это связано с тем, что непосредственная военная угроза интересам России на Дальнем Востоке гораздо менее выражена, чем внутренние факторы риска, к которым следует отнести: социально-демографические проблемы, депрессивный характер экономики и исключительно сырьевую направленность освоения территории ДФО, низкую транспортную доступность, отток социально-активного населения из дальневосточных территорий. В перспективе сокращение численности населения на Дальнем Востоке может стать серьезным ограничением социально-экономического развития региона.

В свою очередь, задача социально-экономического развития Дальневосточного региона и закрепления населения – не региональная проблема, решение проблем Дальнего Востока – общегосударственная задача – быть или не быть целостности России. Важность демографических процессов стоит в одном ряду с обеспечением необходимых темпов роста экономики и на этой базе подъема жизненного уровня населения, и конечно с обеспечением вопросов, связанных с безопасностью. Поэтому, с точки зрения стратегических интересов государства по поддержанию безопасности, контролю и сохранению территории, решение вышеперечисленных проблем имеет первостепенное значение для российского Дальнего Востока.

Дальневосточные территории России исторически находились в крайне уязвимом положении, что можно считать геополитической аксиомой. Отдаленность дальневосточных владений России изначально сформировали отношение к этой территории не как внутреннему экономическому пространству, а как к военно-политическому и стратегическому рубежу. Однако Дальний Восток остается частью России. А сильная Россия, в свою очередь, это гарант безопасности и стабильности Дальнего Востока, это возможность превратить геополитический вызов в геополитическое преимущество. Можно сказать, что нет отдельной проблемы геополитической безопасности российского Дальнего Востока, есть проблема безопасности России на Дальнем Востоке.

Дальний Восток с его огромным природно-ресурсным потенциалом должен стать краем, в котором хочется жить. Имея не менее важное стратегическое значение, большие запасы полезных ископаемых, суровый климат и удаленность от основной части страны – население Аляски растет, и ее жители не стремятся уехать в поисках более комфортных условий проживания.

Актуальное наследие – так принято в ученом мире называть высказывания великих людей, которые ставятся в повестку сегодняшнего дня спустя века. Выступая в Государственной Думе 31 марта 1908 года, российский премьер П.А. Столыпин сказал: «Оставлять этот край (Дальний Восток) без внимания было бы проявлением громадной государственной расточительности. Край нельзя огородить каменной стеной. Восток проснулся, и если мы не воспользуемся этими богатствами, то возьмут их, хотя бы путем мирного проникновения, другие» [5]. Именно П.А. Столыпин впервые обозначил развитие Востока России как приоритет особой государственной значимости, эти слова как нельзя актуальны в настоящее время.

Библиографический список

1. *Анисимов А.Л.* Проблемы национальной безопасности Дальнего Востока России // Центр изучения международных отношений в Азиатско-Тихоокеанском регионе. [Электронный ресурс] – URL: <http://ru.apircenter.org/archives/2314> (дата обращения: 01.05.2016)
2. *Бакланов П. Я., Романов М. Т.* Геополитическое положение Тихоокеанской России в начале XXI века // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Естественные науки. – 2014. – №1 (54). – С. 89-98.

3. Бакланов П. Я., Романов М. Т. Факторы и приоритеты долгосрочного развития территориальных структур хозяйства Тихоокеанской России // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2011. – № 4 (57). – С. 27-46.
4. Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2009 г. № 2094-р «О Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 г.» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2010. – № 4. – Ст. 421.
5. Речь П.А. Столыпина в III Государственной думе 31 марта 1908 г. [Электронный ресурс] URL: http://dugward.ru/library/stolypin/stolypin_rech_v_3_gosdume_31mrt1908.html (дата обращения: 01.05.2016)
6. Сидоров С.А., Смоляков В.А., Фролова Е.А. Экономика и природные запасы как ресурс внешней политики – Тамбов: Грамота, 2013. – №11 (37): в 2-х ч. Ч.1. – С.147-157.
7. Tsuneo Akaha Politics and Economics in the Russian Far East: Changing Ties with Asia-Pacific [Электронный ресурс] URL: <http://alicper.ru/far-in-east-with.pdf> (дата обращения: 01.05.2016).

УДК 004.457

И. А. Маринин

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

И. В. Усикова

(доцент, канд. техн. наук) – научный руководитель

ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УТИЛИТЫ TORTOISESVN

Случалось ли так, что Вы работали с файлом, и кто-то ещё работал с ним же, и в то же самое время? И не теряли ли Вы внесённых вами в файл изменений из-за этого? Бывало ли так, что после сохранения файла Вам хотелось отменить только что сделанные изменения? И не хотелось ли Вам узнать, как файл выглядел некоторое время назад? Не желали ли Вы узнать, когда именно появилась ошибка, обнаруженная в Вашем проекте? Если Вы ответили «да» хотя бы на один из этих вопросов, тогда утилита TortoiseSVN актуальна для Вас.

TortoiseSVN – это бесплатный, с открытыми исходными кодами клиент системы управления версиями Subversion. Это означает, что TortoiseSVN управляет файлами и папками во времени. Файлы хранятся в центральном хранилище, которое очень похоже на обычный файловый сервер, за исключением того, что в нём запоминается каждое изменение, сделанное в ваших файлах и папках. Это позволяет восстанавливать старые версии файлов, и изучать историю того, как и когда изменялись ваши данные, и кем это делалось. Поэтому многие считают Subversion и системы управления версиями вообще своеобразными «машинами времени» [1].

Subversion – это централизованная система для совместного использования информации. В её основе лежит хранилище, являющееся центром хранения данных. Хранилище хранит информацию в форме дерева файловой системы – типичной иерархии файлов и папок. Любое количество клиентов подключаются к хранилищу, а затем читают или записывают эти файлы.

Записывая данные, клиент делает информацию доступной для остальных; читая данные, клиент получает информацию от других. Хранилище является разновидностью файл-сервера, однако, не совсем обычного. Что делает хранилище Subversion особенным – это то, что он запоминает каждое внесённое изменение, когда-либо записанное в него: любое изменение любого файла, и даже изменения в самом дереве каталогов, такие как добавление, удаление и реорганизация файлов и каталогов. Когда клиент читает данные из хранилища, он обычно видит только последнюю версию дерева файловой системы. Но клиент также имеет возможность просмотреть предыдущие состояния файловой системы. Например, клиент может запросить такие данные как, «Что

содержал этот каталог в прошлый четверг» или «Кто последним изменял этот файл, и какие изменения он произвёл?» [2].

Всем системам управления версиями приходится решать одну фундаментальную проблему: как система будет позволять пользователям совместно использовать информацию, не давая им при этом наступать друг другу на пятки? Для пользователей может оказаться чересчур легко нечаянно перезаписать в хранилище изменения друг друга.

Рассмотрим такой сценарий: предположим, что у нас есть два сотрудника: Иван и Игорь. Каждый из них решил отредактировать один и тот же файл из хранилища в одно и то же время. Если Иван сохранит свои изменения первым, тогда, возможно, Игорь (несколькими секундами позже) может непреднамеренно перезаписать их своей новой версией файла. Несмотря на то, что версия Ивана будет потеряна навсегда (так как система помнит каждую версию), внесённые Иваном изменения не будут отражены в новой версии файла Игоря, потому что она никогда не видела изменений Ивана, которые могла бы учесть. Работа Ивана фактически потеряна – или, по крайней мере, отсутствует в последней версии файла и, вероятно, непредумышленно.

Чтобы избежать такой ситуации Subversion использует модель копирования-изменения-слияние в качестве альтернативы блокированию (поочередный доступ пользователей). В этой модели клиент каждого пользователя считывает из хранилища проект и создаёт персональную рабочую копию – локальное отражение файлов и каталогов хранилища. После этого пользователи работают параллельно, изменяя свои личные копии. В конце концов, личные копии сливаются в новую, финальную версию. Обычно система управления версиями помогает в слиянии, но, разумеется, в конечном итоге за его корректное выполнение всё равно отвечает человек. Вот пример: скажем, и Иван, и Игорь создали свои рабочие копии одного и того же проекта, скопировав их из хранилища. Они работают одновременно, и делают изменения в файле «А» в своих рабочих копиях. Первым свои изменения в хранилище сохраняет Игорь. Затем, когда Иван пытается сохранить свои изменения, хранилище информирует его, что его файл «А» устарел. Другими словами, файл «А» в хранилище был как-то изменён с тех пор, как Иван получил его. Поэтому Иван просит своего клиента слить (merge) любые изменения из хранилища с его рабочей копией файла «А». Возможно, что изменения Игоря не пересекаются с его собственными, и, поскольку теперь в его рабочей копии объединены оба набора изменений, он записывает её обратно в хранилище.

Но что будет, если изменения Игоря всё-таки пересекаются с изменениями Ивана? Что происходит в этом случае? Эта ситуация, называемая конфликтом, обычно не такая уж большая проблема. Когда Иван просит объединить свои изменения с изменениями из хранилища, его копия файла помечается как находящаяся в состоянии конфликта: он имеет возможность видеть оба набора конфликтующих изменений и вручную выбирать между ними. Обратите внимание, программа не может автоматически разрешать конфликты, только человек способен понять и сделать необходимый осмысленный выбор. Когда Иван вручную разрешил пересекающиеся изменения (возможно, путём их обсуждения с Игорем), он может безопасно сохранить объединённый файл и отправить его обратно в хранилище.

Модель копирования-изменения-слияние может выглядеть немного хаотично, но на практике она отлично работает. Пользователи могут работать параллельно со своими рабочими копиями, никогда не ожидая друг друга. При работе над одними и теми же файлами обычно оказывается, что большинство одновременно вносимых изменений вообще не пересекаются; конфликты бывают редко. И время, потраченное на разрешение конфликтов, значительно меньше времени, отнимаемого системой с блокированием [3].

Ваша рабочая копия – это ваша собственная личная рабочая область: Subversion никогда не вносит изменения, сделанные другими, также как и не передаёт другим изменения, сделанные вами, до тех пор, пока вы сами явно не скажете ей сделать это.

После того, как вы произвели некоторые изменения в файлах вашей рабочей копии и убедились, что они работают правильно, вы можете воспользоваться представленными в

Subversion командами для публикации ваших изменений, чтобы сделать их доступными другим людям, работающим вместе с вами над проектом (путём записи в хранилище). Когда другие люди публикуют свои изменения, Subversion предоставляет вам команды для слияния этих изменений с файлами в вашей рабочей папке (путём чтения из хранилища).

Рабочая копия также содержит несколько дополнительных файлов, создаваемых и обслуживаемых Subversion, помогающих при выполнении этих команд. В частности, каждая папка в вашей рабочей копии содержит папку с именем «.svn», называемую также административной папкой рабочей копии. Файлы в каждой административной папке помогают Subversion распознавать, какие файлы содержат неопубликованные изменения, и какие файлы устарели из-за того, что было сделано другими.

Типичное хранилище Subversion часто содержит файлы (или исходный код) нескольких проектов, обычно каждый проект – это подпапка в дереве файловой системы хранилища. При таком подходе, пользовательская рабочая копия будет соответствовать какому-то поддереву в хранилище.

Однако Subversion не делает ваши изменения доступными другим, пока вы явно не скажете ей об этом. Действие по опубликованию ваших изменений, обычно известно как фиксация или внесение изменений в хранилище. Для обнародования ваших изменений, вы должны использовать команду Subversion фиксировать (commit).

Для приведения же своего проекта в актуальное состояние необходимо обновить рабочую копию, используя команду обновить (update). В результате, в данную рабочую копию будут внесены как ваши изменения, так и изменения других [4].

Подводя итоги, можно сказать, что TortoiseSVN очень полезная утилита, которая позволяет создавать временные файловые хранилища, обеспечивать доступ к находящейся там информации, отслеживать изменения, произведенные любым пользователем, имеющим туда доступ, а также, производить полноценное управление всеми файлами и папками.

Если говорить о самом интерфейсе данного программного продукта, то он выполнен в довольно удобном виде, а именно в виде расширения основной оболочки операционных систем семейства Windows. Управление всеми настройками и функциями упрощено настолько, что разобраться с программой сможет даже рядовой пользователь, который никогда в жизни не обладал навыками системного администратора.

Что касается основных возможностей, то приложение позволяет хранить все файлы и папки в центральном хранилище. Довольно удобным является и то, что при отслеживании любых изменений во времени можно восстанавливать, к примеру, более ранние версии файлов. В некотором смысле это напоминает работу известных утилит по созданию резервных копий любого типа данных или программ, позволяющих производить восстановление удаленных файлов. Однако в данном случае речь не идет о восстановлении. Просто можно использовать программу для просмотра или использования ранних версий. По сути, весь процесс условно можно отнести к разряду операций по восстановлению системы или созданию отката.

Интересным является и использование приложения в локальных сетях, к примеру, на небольшом предприятии. Сами понимаете, что при открытии общего доступа ко всем файлам и папкам, находящимся в центральном хранилище, множество пользователей могут открывать, редактировать, сохранять или переименовывать такие данные. При этом, грубо говоря, администратор может совершенно точно определить, когда, кем и какие именно изменения были произведены. Это является, в некоторой степени, довольно удобным, поскольку, не все пользователи и не всегда корректно сохраняют данные. С другой стороны, это может пригодиться при утере или случайном удалении файлов и папок, что, к сожалению, встречается довольно часто. И для того, чтобы не прибегать к крайним мерам, данная утилита подойдет, как нельзя лучше [5].

В общем и целом, хоть данный программный продукт и не рассчитан на широкий круг обычных пользователей, тем не менее, многим системщикам или администраторам сможет пригодиться. Тем более что приложение предлагает весьма широкий спектр возможностей и функций по управлению единым файловым хранилищем.

Библиографический список

1. Официальный веб-сайт TortoiseSVN. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.tortoisesvn.net (дата доступа 15.04.2016).
2. Новожиллов Е.О. Компьютерные сети. М.: Академия, 2011. 304 с.
3. Лацис А.О. Параллельная обработка данных. М.: Академия, 2010. 336 с.
4. Stefan Küng и др. TortoiseSVN. Клиент Subversion для Windows. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ftp.urf.ac.ru/pub/OS/Windows/programming/subversion/TortoiseSVN-1.6.2-ru.pdf> (дата обращения 15.04.2016).
5. Корнеев И.К. Информационные технологии. М.: Проспект, 2007. 205 с.

УДК 65.012.2

Д.Е. Марченкова

магистрант кафедры информационных технологий предпринимательства

Н. В. Макарова

(профессор, д-р пед. наук, кандидат техн. наук) – научный руководитель

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СВОБОДНОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ RUNAWFE

В статье исследуется свободный программный продукт RunaWFE, перечисляются его основные компоненты, а также описываются функциональные возможности каждого из них.

Ключевые слова: управление бизнес-процессами, BPMS, RunaWFE, компоненты системы.

В настоящее время моделирование основных бизнес-процессов предприятия для планирования направлений развития менеджмента с учетом максимального количества влияющих факторов – это то, что требуется для успешного и оптимального усовершенствования менеджмента на предприятиях.

Для описания, проектирования, моделирования, анализа бизнес-процессов предприятия можно использовать существующие инструментарию и технологии, позволяющие экономить ресурсы предприятия при решении данных задач.

Одним из способов организации управления бизнес-процессами в компании является использование BPMS (Business Process Management System) – системы управления бизнес-процессами.

Как известно, бизнес-процессы без должного управления и контроля склонны терять свою эффективность, поэтому с внедрением BPM-системы у компании появилась возможность управлять бизнес-процессами, что позволяет повысить исполнительскую дисциплину, заставить компанию работать по установленным правилам и непрерывно совершенствовать бизнес-процессы.

BPMS включает в себя: моделирование бизнес-процессов, их исполнение, мониторинг и анализ.

Одним из инструментов, который позволит построить эффективное взаимодействие сотрудников компании и контролировать их деятельность с целью повышения качества работы всей компании с помощью ресурсов локальной вычислительной сети организации, является RunaWFE.

RunaWFE – свободное программное обеспечение с открытым кодом, ориентированное на конечного пользователя, для проектирования и управления бизнес-процессами предприятия. Этот программный продукт можно свободно установить на любое количество компьютеров без каких-либо ограничений.

Основная задача системы: раздавать задания исполнителям. Последовательность заданий определяется схемой бизнес-процесса, который менеджер или бизнес-аналитик может быстро изменять при помощи редактора бизнес-процессов [1].

RunaWFE состоит из следующих основных компонентов:

- RunaWFE–сервер (Start Simulation);
- Редактор бизнес-процессов (Process designer);
- Web-интерфейс системы (Web interface RunaWFE);
- Клиент-оповещатель о поступивших заданиях (Task notifier).

Функциональные возможности каждого компонента системы

RunaWFE–сервер – это основной компонент системы, который:

- реализует среду исполнения экземпляра процесса в соответствии с его определением;
- содержит определения загруженных в него бизнес-процессов и выполняющиеся экземпляры бизнес-процессов;
- позволяет создавать и изменять свойства пользователей;
- генерирует списки заданий и визуальные формы, соответствующие заданиям;
- позволяет устанавливать различные права на объекты системы;
- предоставляет возможность работы с системой приложениям специального вида – ботам (в частности, боты могут моделировать работу сотрудника предприятия);
- дает возможность работать с системой через web-браузер.

Редактор бизнес-процессов позволяет:

- разрабатывать и редактировать граф процесса;
- создавать и изменять графические формы заданий;
- создавать и назначать роли;
- создавать переменные.

Как видно на рис., вход в систему осуществляется после ввода учетной записи пользователя. Пользователь Administrator уже имеет свой логин и пароль, поэтому для работы с системой можно воспользоваться его учетной записью.

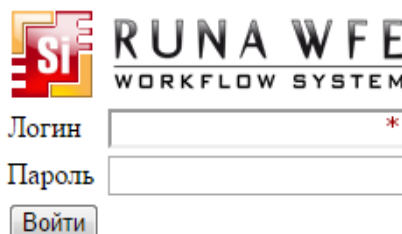


Рис. Форма авторизации

Таким образом, при помощи web-интерфейса системы администратор может [2]:

- создавать/удалять пользователей и группы пользователей;
- включать/исключать пользователей в группы;
- раздавать права на объекты системы пользователям и группам пользователей;
- принудительно останавливать экземпляры бизнес-процессов.

При помощи Web-интерфейса системы пользователь может:

- получать, фильтровать, выполнять задачи, генерируемые экземплярами бизнес-процессов;
 - запускать новые экземпляры бизнес-процессов;
 - просматривать состояния выполняющихся экземпляров бизнес-процессов;
 - загружать файлы-архивы, содержащие определения бизнес-процессов в систему.
- Клиент-оповещатель о поступивших заданиях:
- оповещает о поступивших заданиях;

- работает с системой через специальное приложение-клиент.
- Внедрение системы RunaWFE в организацию позволит сотрудникам:
- получать от других работников необходимую для выполнения задания информацию;
- обмениваться сообщениями;
- передавать результат своей работы другим сотрудникам;
- контролировать выполнение процесса.

Библиографический список

1. *Михеев А. Г.* Системы управления бизнес-процессами и административными регламентами на примере свободной программы RunaWFE М.: ALT Linux, 2011, 160 с.
2. Документация Runa WFE [Официальный сайт проекта]. URL: <http://runawfe.org/rus/doc/Документация>

УДК 659.18

В.М. Маслобужев

Магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ ВВЕДЕННЫХ САНКЦИЙ НА PR-МЕРОПРИЯТИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Внешний фактор влияния на поведения компании зависит от ряда причин, но на данный момент самая актуальная – санкции. Ограничения введены уже более полугодом и после вступления в силу санкций с внешней стороны на РФ были проведены мероприятия по «упразднению» данного типа давления. В связи с политикой отрасли, где компании главным образом, занимались импортом и экспортом товаров, попавших в список запрещенных, приходится проводить PR-мероприятия для того, чтобы повысить лояльность клиентов, что в конечном итоге приведет к повышению прибыли.

В интервью с KRASNOE SLOVO Марианна Скворцова, PR-директор агентства коммуникационного дизайна The Head, поделилась своим мнением по поводу реакции разного вида организаций на введенные ограничения.

«Реакция российского рынка на введение санкций и импортозамещение на самом деле была запоздалой. Эти события были предсказуемы, но все же неожиданные. Могу сказать, что весьма большой процент российских производителей вопреки наложенному запрету все равно закупает необходимые компоненты за рубежом. Ведь все понимают, что Россия просто не в состоянии самостоятельно и с нужным качеством произвести «километровый» список товаров и продуктов. Из-за этого понимания многие компании довольно долго до конца не верили в то, что санкции и политика импортозамещения проявляется дольше шести месяцев. Благодаря этим призрачным надеждам политика продвижения некоторое время никак не корректировалась. Все надеялись просто переждать» [1].

Рынок РФ очень гибок, поэтому быстро реагировать на изменения, которые не были восприняты всерьез, было бы немного неправильно. Каждая компания составляет бизнес-план, где есть пункты в которых прописано, что делать, если поставщики, по той или иной причине не могут вовремя доставить нужный материал. Но когда санкций становилось все больше, список запрещенных товаров на ввоз или вывоз увеличивался, разного рода компании были вынуждены реагировать на ограничения. В то же время, правительство дает импульс развитию внутренней экономики и заключает договоренности со странами, где нет ограничений [3].

С точки зрения экономики изменения мирового масштаба, так или иначе приводят к последствиям, которые чаще всего больше наносят вреда, чем развития, благосостояния, новых возможностей и т.д. Проводимые акции, с точки зрения потребителя, выглядят, как избавление от всей продукции и возникает вопрос, а что будет дальше. С точки зрения экономики все больше организаций выбирают стратегию «Следования за лидером» и снижают цены, увеличивая товарооборот, но без наращивания производственных мощностей это приведет, по меньшей мере, к потере позиции на рынке.

В интервью Антонины Горжанкиной, креативного директора PR-агентства «Красное Слово», было сказано следующие:

«Для ряда отраслей российского бизнеса введение санкций и процесс импортозамещения стали основанием для пересмотра маркетинговой политики – усиления маркетинговой активности. В первую очередь – это агропромышленный комплекс – крупнейший межотраслевой комплекс, объединяющий сразу несколько отраслей экономики, направленных на производство и переработку сельскохозяйственного сырья и получение из него продукции, доводимой до конечного потребителя.

Сегодня любой маркетолог, посещающий продуктовые супермаркеты, может стать свидетелем мимикрирующих брендов. Проще говоря, закономерного процесса, когда российские продуктовые бренды, производящие импортозамещающую продукцию, маскируются под их западные аналоги, которые исчезли из продажи, но которые по-прежнему по привычке ищут на прилавках покупателя. В большинстве случаев российские аналоги испанского хамона или моцареллы еще не настолько качественные, как зарубежные оригиналы, зато упаковка нередко ничем не уступает и «грамотно» вводит в заблуждение. Многие брендинговые и PR-агентства уже успели зафиксировать рост спроса на создание и продвижение брендов продуктов питания» [1].

После введения ограничений с полок магазинов почти сразу пропали все товары, которые были внесены в список «запрещенных». Из новостей известны случаи попыток ввоза незаконного товара. Администрация быстро отреагировала, вышло постановление об уничтожении несанкционированного товара. Так как ввозимые товары в некоторых случаях отличались по качеству, цене или по иным признакам, у них не было качественных товаров-заменителей. На рынке РФ «открылись» возможности сделать попытку замещения товаров. Из-за того, что требовалось быстро заполнить «пробелы», производители не стремились позаботиться о качестве товара, поэтому товары отечественного производителя набирают большую популярность, так же возрастает лояльность клиентов. В больших городах, таких как Санкт-Петербург, все больше открываются магазины по продаже здоровой пищи, где цена необоснованно выше, чем в гипермаркетах, возникает вопрос, либо гипермаркеты продают некачественный товар, либо магазины здоровой пищи выбирают стратегию ценообразования «снятия сливок», а с учетом санкций и контроля со стороны государства все фрукты и овощи ввозятся из одних стран, под жестким контролем всех возможных инстанций. Гипермаркеты получают прибыли в основном от оборота, для повышения объема продаж все чаще проводят программы лояльности, но магазины здоровой пищи, рассчитаны, в основном на постоянных покупателей, где по сути одни и те же продукты, но по разным ценам. Со временем цены нормализуются и качество продукции придет в норму.

За первый год введения ограничения производство выросло приблизительно на 7-10% (рис.).

КАК ВЫРОСЛО НАШЕ ПРОИЗВОДСТВО		
(тысяч тонн)		
	АВГУСТ 2014	АВГУСТ 2015
МЯСО	157	191
МЯСО ПТИЦЫ	316	348
МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ	932	959
МАСЛО СЛИВОЧНОЕ	23,9	26,0
МУКА	788	839

По данным Росстата

Рис. Рост производства в России

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что введенные санкции повлияли на рынок РФ как положительным, так и отрицательным образом. С одной стороны, сильно пострадали европейские страны, потому как они были поставщиками продукции на Российский рынок и рассчитывали на долгосрочную перспективу. С другой стороны, это был «большой шаг» к развитию экономики и производства в целом на территории РФ. Если производство будет наращиваться такими же темпами, то через 5-10 лет РФ будет полностью автономно и от санкций не будет смысла.

Библиографический список

1. <http://pr-agentstvo.com/articles/kak-sankcii-i-importozameshhenie-povliyali-na-rynok-marketinga-i-pr.html>
2. <http://www.forbes.ru/taxonomy/term/5706>
3. <http://cyberleninka.ru/article/n/o-pravovoy-prirode-sanktsiy-es-v-otnoshenii-rf>

УДК 339.138

Матризаев Ш.Ю.

Магистр

Ястребов А.П.

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ФРАНЧАЙЗИНГА

Основу рыночной экономики любого государства составляет малый бизнес, который является наиболее динамичным элементом среди ее компонентов и успешно реализуется малыми предприятиями. В связи с этим необходимо укреплять его позиции в общей структуре нашей экономики, развивая инновационное предпринимательство. По статистике, в развитых странах на долю их производства приходится более чем половины всей продукции. Перспективность создания малых предприятий заключается в том, что не требуется колоссальных средств для открытия и реализации бизнеса. Высокая доля и значимость малых предприятий представляется в торговле. Именно на стадии развития российской экономики основным толчком развития малого бизнеса выступает франчайзинг, как эффективный способ ведения бизнеса в любых отраслях частного сектора экономики.

В России сейчас проявляется огромный интерес к данной форме предпринимательства. Это объясняется ростом реальных доходов потенциальных бизнесменов, возможностью их дальнейших накоплений и открытием новых компаний.

В России малый бизнес играет ключевую роль, а именно в сегменте розничной торговли. Для предприятий в сфере розничной торговли основным показателем конкурентоспособности товара является совокупность качественных и ценовых характеристик, что позволяет удовлетворять существенные потребности покупателей. Следовательно, конкурентоспособными будут именно те предприятия, у которых потребительские и ценовые критерии являются более предпочтительными для покупателей.

Решение значимых экономических проблем России требует сегодня новых финансовых конструкций. Одним из таких механизмов является такая технология ведения бизнеса как франчайзинг, который позволяет развивать и эффективно повышать малый и средний бизнес [3]. На этапе развития России франчайзинг как форма бизнеса стимулирует антикризисные процессы, а также способствует повышению эффективности работы малых предприятий. Франчайзинг становится одним из главных инструментов в развитии потребительского рынка России, особенно в регионах. Уже более 6 тыс. предприятий выбрали его в качестве основной бизнес-модели.

Франчайзинг – это ведение бизнеса, когда одна сторона (продавец франшиз) предоставляет другой стороне (покупателю франшиз) за вознаграждение (роялти) лицензию (франшизу) на производство продукции, реализацию товаров, работ и услуг под торговой маркой данной компании на ограниченной территории, на определенный срок и условиях, определенных договором [12].

По мнению автора книги «Руководство по франчайзингу» Мартина Мендельсона, франчайзинг характеризуется как система льготного предпринимательства, либо как сотрудничество сторон на договорно-предпринимательской основе [14]. Следует отметить, что франчайзинг представляет собой систему взаимоотношений между субъектами предпринимательской деятельности, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной другой стороне технологии ведения бизнеса и торговый знак предприятия франчайзера.

Известный российский предприниматель Довгань В.В.¹ выделяет следующие франчайзинговые схемы ведения бизнеса в зависимости от направления деятельности, такие как [4]:

- товарный франчайзинг;
- производственный;
- сервисный;
- бизнес-формат (деловой франчайзинг).

Суть товарного заключается в том, что он представляет собой реализацию товаров, производимых франчайзером, под конкретным товарным знаком. Товарный франчайзинг является одним из распространенных видов ведения бизнеса.

Покупателем выступает франчайзи, и, как правило, его основная задача – осуществлять продажу товаров, а также послепродажное обслуживание конечных потребителей.

К самым известным компаниям, работающим по товарной франчайзинговой системе, можно отнести такие, как: «ОБИ», «Маркс энд Спенсер». Схема взаимоотношений франчайзера и франчайзи при товарном франчайзинге представлена на рис. 1.

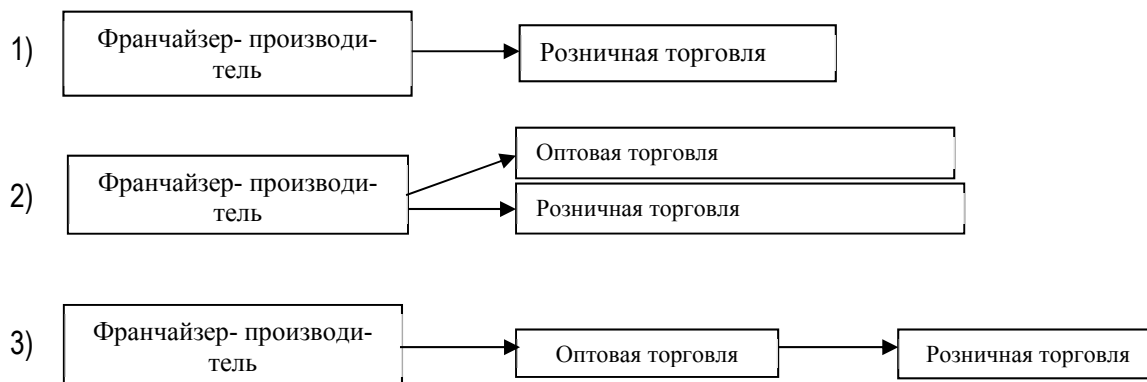


Рис. 1. Схема отношений при товарном франчайзинге [4]

На схеме видно, что производителем продукции выступает франчайзер, основной задачей которого является передача права на использование торгового знака. Следовательно, франчайзер имеет как прямые, так и косвенные взаимоотношения.

При производственном франчайзинге имеет место продажа предприятиями-франчайзи технологий сырья для изготовления определенного продукта, что схематично представлено на рис. 2. Широкое распространение производственный франчайзинг получил в сфере производства и реализации безалкогольных напитков, когда предприятия по разливу и упаковке напитков выступают

¹<http://dovgan.ru/>

в роли франчайзи по отношению к производителям концентратов напитков. Наиболее ярким примером являются такие компании, как Coca-Cola, Pepsi, которые используют данную систему франчайзинга [4].



Рис. 2. Схема отношений при производственном франчайзинге

Таким образом, производственный франчайзинг – это отношения двух изготовителей продукции и товаров, когда один из них предоставляет другому лицензию на использование при производстве товаров, а также предоставляет патенты или технические знания и опыт (ноу-хау), соединенные с лицензией на торговую марку.

Сервисный франчайзинг представляет собой среднее между двумя рассмотренными выше видами. Наиболее широкое применение сервисного франчайзинга традиционно приобрели сфера обслуживания и ресторанный бизнес. Правообладатель предоставляет франчайзи право заниматься сферой деятельности под собственной торговой маркой франчайзера, что схематично представлена на рис. 3.

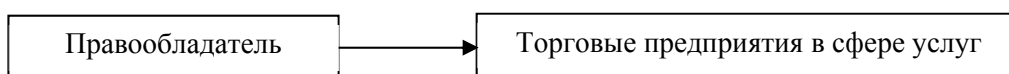


Рис. 3. Схема отношений при сервисном франчайзинге

Примером является компания «Kodak», которая успешно работает на российском рынке по сервисному франчайзингу. Для сервисного характерен высокий уровень обслуживания потребителей.

Наиболее комплексный вид франчайзинга – бизнес-формат, при котором франчайзер может быть как производителем, так и оптовым или розничным посредником, а также фирмой, оказывающей услуги и т.д. Данный вид дает возможность расширения бизнеса во внутриотраслевых сегментах, в том числе включает различные направления бизнеса. Ярким примером может выступать АЗС.

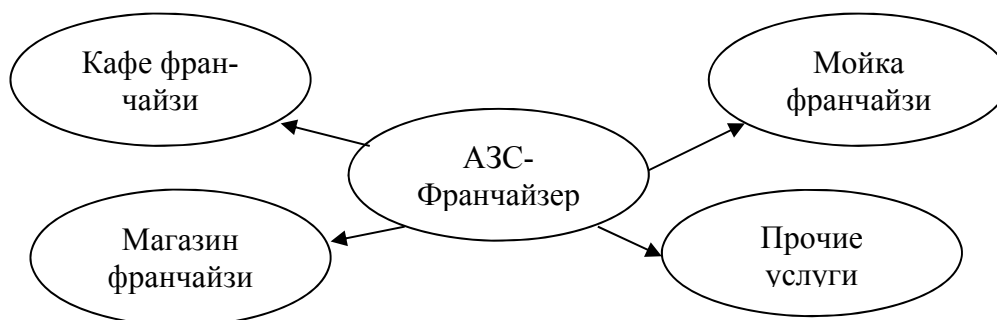


Рис. 4. Схема отношений при франчайзинге Б-Ф на примере АЗС

Как видно из рис. 4, в рамках франчайзинга бизнес-формата франчайзер предоставляет франчайзи не только и не столько право продавать (распространять) определенный товар (услуги), сколько предоставляет ему право использовать в своей деятельности разработанную франчайзером систему ведения бизнеса, товаров, работ и услуг, а также осуществляет текущую поддержку и контроль за пользователем [4]. Франчайзинг бизнес-формата характеризуется наличием непрерывных взаимоотношений в сфере бизнеса между франчайзером и франчайзи, которые включают в себя не только предоставление товаров, услуг и товарного знака, но еще и предоставление собственно определенного формата ведения бизнеса, который включает в себя маркетинговую стратегию, программу обучения, технологии и стандарты, контроль качества и поддержание тесных двусторонних связей. Франчайзинг бизнес-формата обучает франчайзи, как преуспеть в бизнесе.

В настоящее время рынок франчайзинга показывает устойчивый рост после мирового финансового кризиса (в развитых странах более 60% всех продаж осуществляются через франчайзинговые сети). Эта форма бизнеса успешно используется и внедряется в более чем 80 развитых странах, где франчайзинговые предприятия создают около 16-18% валового национального продукта. Прогнозируется, что в перспективе часть розничных продаж будет осуществляться торговыми точками на основе франчайзинговой системы.

Дальнейшее развития франчайзинга в мировом масштабе характеризуется рядом причин:

- во-первых, франчайзинговые компании отличаются высокой степенью устойчивости и эффективности. Из 100 франчайзинговых компаний, в первые пять лет продолжают работать 91 по сравнению с предприятиями, развивающими свой бизнес не по системе франчайзинга;
- во-вторых, привлечение возможных инвесторов, которые могут работать под известным брендом, уже завоевавшим доверие потребителей и высокую репутацию на рынке. Более того, франчайзинг активно развивается по нарастающей – каждые новые филиальные сети увеличивают известность бренда, а известность позволяет открыть еще больше новых филиалов;
- в-третьих, применение франчайзинга увеличивает сбыт, что дает дополнительный доход;
- в-четвертых, есть возможность быстрого продвижения на рынке без прямого финансирования или затрат, непосредственно связанных с инфраструктурой.

В гражданском кодексе РФ понятию «договор франчайзинга» соответствует «договор коммерческой концессии» [2]. Субъектами договора франчайзинга могут выступать коммерческие организации и индивидуальные предприниматели. В отличие от американского или европейского российский рынок франчайзинга является сравнительно молодым. Во-первых, такая форма развития и взаимодействия была бы невозможна в социалистической системе хозяйствования, а во-вторых, к 90-м годам прошлого столетия был утрачен институт товарных знаков. Закон «О товарных знаках» появился лишь в конце 1992 г., и только в 1996 г. была введена в действие часть 2 Гражданского кодекса Российской Федерации, в которой наряду с другими нововведениями появилась глава 55 «Коммерческая концессия», что с уверенностью можно назвать «началом истории» правового регулирования франчайзинга в России [11].

Внедрение франчайзинга на российский рынок дает большие возможности для предпринимателей в сфере розничной торговли. К основным из них можно отнести:

- повышение общей культуры предпринимательских отношений;
 - усиление правовой защищенности малого бизнеса;
 - создание новых рабочих мест;
 - разработка новых идей, методов и технологий в малом бизнесе;
 - разработка комплексной системы теоретического и практического обучения для малого бизнеса;
 - привлечение значительных иностранных инвестиций в развитие российской экономики.
- Далее необходимо рассмотреть основные черты и особенности франчайзинга.

В первую очередь, как уже отмечалось, предполагается наличие двух субъектов соглашения, а именно: правообладатель (франчайзер) и правопользователь (франчайзи). Во-вторых, каждый из субъектов правоотношения имеет определенные функции, в том числе права и обязанности на основании договора, т.е. франчайзер после подписания франшиз передает свои права франчайзи и, тем временем, франчайзи должен исполнить свои обязательства, внести первоначальный (паушальный) взнос (рис. 5).

В-третьих, франчайзер должен обеспечивать своего партнера различными поддержками для успешного ведения бизнеса франчайзи. Франчайзинг предполагает долговременные и устойчивые отношения партнеров, что позволяет обеспечить развития системы и дает возможность определения перспективных целей.

К основным достоинствам для продавца франшиз можно отнести:

- увеличение и расширение количество торговых точек, оснащение товаров или услуг в конкретном регионе;
- минимизацию затрат и максимизацию доходов;
- престижность компании и ее товарного знака.

2)

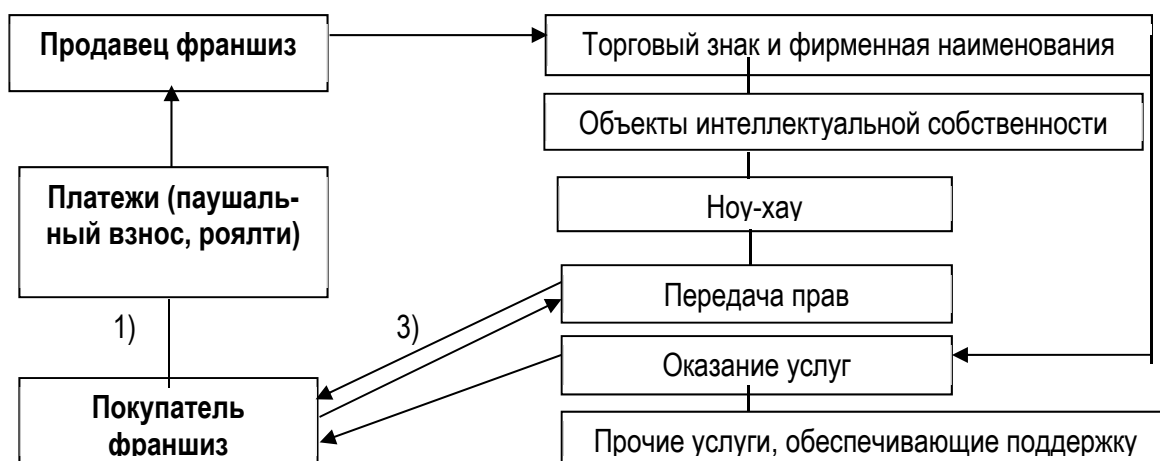


Рис. 5. Взаимодействие сторон франшиз [8]

К основным недостаткам следует отнести:

- сложность контроля за покупателем франшиз из-за того, что он является наемным работником;
- риски для торговой марки в случае недобросовестности партнеров;
- риск потери клиентов в случае расторжения договора франчайзинга.

К основным достоинствам для покупателей франшиз можно отнести:

- приобретение репутации среди потребителей под известным брендом или фирменным наименованием;
- проверенную концепцию бизнеса известной торговой маркой;
- сниженный уровень риска к банкротству.

К основным недостаткам можно отнести:

- недостаточную или ложную информацию о франшизе;
- тщательный контроль, осуществляемый франчайзером за ведением бизнеса франчайзи;
- стоимость франшизы (т.е. высокие инвестиции и капиталовложения).

Таким образом, можно сделать вывод, что экономическая сущность франчайзинга состоит в таком способе ведения бизнеса, при котором франчайзер предоставляет своему партнеру-франчайзи право осуществлять определенный вид деятельности с использованием своей технологии, ноу-хау, фирменной торговой марки. Следовательно, франчайзи обязуется соблюдать предписанные стандарты. Франчайзер консультирует партнера при выборе сферы торговли и услуг, проведении рекламной политики. Для того, чтобы достичь такого уровня взаимодействия и защиты со стороны франчайзера, франчайзи должен сформировать особые взаимоотношения с франчайзером.

Библиографический список

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации, часть 2 Глава 54. Коммерческая концессия.
2. Закон РФ ОТ 23 сентября 1992 г. №3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».
3. *Ватутин С. В.* Клонирование бизнеса: франчайзинг и другие модели быстрого роста / – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013. – 186с.
4. *Довгань В. В.* Франчайзинг: путь к расширению бизнеса: [Практ, пособие для предпринимателей] / Ред. Лев Борисович Сульповар. Тольятти: Дока-пресс, 1994. 231 с.
5. *Джон Стэнворт, Брайан Смит.* Франчайзинг в малом бизнесе / Пер. с англ. под ред. Л.Н.Павловой. – Москва: ЮНИТИ. Аудит, 2009. 200 с.
6. *Земляков Д.Н., Макашев М.О.* Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса: учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2008. 142 с.
7. Франчайзинг / Жерар Дельтей: Пер. с фр. под ред. В.И. Черенкова. СПб. Издательский Дом «Нева», 2010. 128с.
8. *Карапетян С.А.* Стратегия развития предприятий малого бизнеса с использованием системы франчайзинга. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. 18 с.
9. *Ковалева Л.Ф.* Франчайзинг как форма инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства в регионе / Л.Ф. Ковалева // Экономика и управление. 2008. № 1. С. 122-125.
10. *Марков С.* Франчайзинг: проблемы развития бизнеса / С. Марков // Проблемы теории и практики управления. 2010. № 3. С. 104-107.
11. *Панюкова В.В.* Преимущества и недостатки применения франчайзинга для российских предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. 2009. № 6. С. 88-93.
12. *Рыкова И.В.* Франчайзинг в деятельности отечественных производителей. 2009. № 1. С. 81-89.
13. *Рыкова И.В.* Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры. М.: Современная экономика и право, 2008. 224 с.
14. *Устюжанин А.А.* Зарубежный опыт и российская практика развития франчайзинга. Автореферат / [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1727/file/Ustyuzsanin.pdf>(дата посещения 23.12.2015)
15. Российский франчайзинг: итоги 2013 года, / Информационный портал о франчайзинге [Электронный ресурс], Режим доступа: http://franshiza.ru/analitika/read/itogi_2014/(дата посещения 23.12.2015).
16. Российской Ассоциации Франчайзинга (РАФ). [Электронный ресурс] / Официальный сайт. – Режим доступа:<http://rusfranch.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

УДК 331.1

О.О.Милюкова, А.Д. Ломакова

студентки кафедры менеджмента наукоемких производств

С.В. Дмитриева

(канд. экон. наук, доц.) – научный руководитель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

В развитых странах человеческий капитал и информационные технологии являются основой прогресса. Большую часть инвестиций эти страны направляют именно в эти области. В нашей работе было проанализировано, каково положение России в развитии информационных технологий (ИТ), что нового в работу организаций они внесли и каких в будущем тенденций ожидают эксперты. В рамках нашего исследования также были опрошены сотрудники 14 организаций (среди них РЖД, Сбербанк, ВымпелКом, Би-Си-Эй, Спутник) о том, какими ИТ-инструментами они пользуются в своей работе и насколько лояльно их сотрудники относятся к внедрению новейших разработок.

Специалисты Всемирного экономического форума каждый год на протяжении последних пятнадцати лет предоставляют глобальный отчет о развитии ИТ в различных странах. В ходе исследований рассчитывается индекс развитости информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), с помощью которого составляется рейтинг стран (рис. 1). Россия сейчас занимает в этом списке 45-е место, что является очень скромным результатом. Хотя стоит отметить, что ещё в 2010 г. наша страна занимала лишь 47-ю строчку, а это значит, что за 5 лет показатель улучшился [1].



Рис. 1. Рейтинг стран по уровню развитости ИТ

В состав индекса входят 53 показателя, и наилучшие места Россия получила по следующим из них: количество дней, необходимых для выполнения контракта (7-е место), тарифы на фиксированный широкополосный доступ в интернет (10-е), уровень грамотности взрослого населения (10-е), доля наукоёмких рабочих мест (16-е) и доля населения с высшим образованием (19-е).

Одновременно с этим страна оказалась в числе аутсайдеров по налоговой ставке (111-е место), независимости судебной системы (109-е), эффективности судов в разрешении споров (109-е), доступности новых технологий (108-е) и защите интеллектуальной собственности (106-е) [2].

Одним из главных достижений ИТ в управлении компанией несомненно стоит признать системы для планирования ресурсов предприятия — ERP системы (от англ. Enterprise Resource Planning). На Западе внедрение этой системы давно уже стало обязательным шагом для развития бизнеса. ERP системы внедряются для того, чтобы объединить все подразделения компании и все необходимые функции в одной компьютерной системе, которая будет обслуживать текущие потребности этих подразделений. Разработка подобной единой системы – непростая задача. Обычно каждое подразделение имеет собственную компьютерную систему, оптимизированную для решения его задач. ERP система ведет единую базу данных по всем подразделениям и задачам, так что доступ к информации становится проще, а главное, подразделения получают возможность обмениваться информацией. Внедрение такой системы может занять от 1 года до 3 лет, в зависимости от её сложности. Стоимость колеблется от 300 тысяч до 3 млн руб [3].

Среди новых мощных инструментов, используемых в управлении персоналом, нужно отдельно выделить различные решения для быстрого обмена данными и налаживания коммуникаций.

Ещё 5 лет назад Skype-собеседование было чем-то невероятным, и увидеть такое можно было только в кино. Сегодня же по данным Исследовательского центра рекрутингового портала Superjob.ru, собеседования по Skype практикуют 28% российских компаний.

По словам их представителей такие интервью чаще всего проводятся с соискателями из других городов, когда компания, к примеру, набирает персонал для своих региональных подразделений. Кроме того, Skype нередко используют для проведения предварительных интервью, а также с кандидатами, которые по каким-либо причинам (ещё не уволились с прежнего места работы, болеют и т. п.) не могут лично явиться в офис.

При этом наиболее часто такие интервью практикуются при наборе кандидатов на региональные позиции (56%) и позиции в сфере топ-менеджмента (26%).

Скайп-собеседование позволяет экономить время, материальные средства и обеспечивает оперативный обмен данными. Однако нельзя исключить из внимания такие факторы как технические неполадки (аудио- и видео-помехи) и дискомфорт со стороны соискателя от непривычного для него формата общения с потенциальным работодателем.

Респондентам был задан вопрос, проводится ли в их компаниях Skype-собеседования (рис. 2). По данному вопросу сложно сделать какой-либо вывод. Польза таких собеседований неоспорима. Онлайн-интервью с кандидатом в подавляющем большинстве российских компаний практикуются только в самый первый раз. Последующие собеседования, как правило, уже проводятся в очном режиме, более традиционном.

Сегодня стало модным использование мессенджеров вместо рабочей почты, и причин тому довольно много. Мессенджеры – программы мгновенного обмена сообщениями через Интернет в реальном времени. С их помощью могут передаваться текстовые сообщения, звуковые сигналы, изображения, видео. Многие из таких программ могут применяться для организации групповых чатов. В чём же их отличие от почты? Во-первых, мессенджеры не заваливают кучей спама и лишней информацией. Во-вторых, это действительно быстрый способ связи, теперь любого сотрудника можно достать практически 24 часа 7 дней в неделю. И в-третьих, менеджеры, конечно, пользуются почтой. А вот остальные, те же кладовщики, водители, остаются за бортом полезной информации. Следовательно, благодаря мессенджеру упрощается работа также и с аутсорсинговым персоналом.

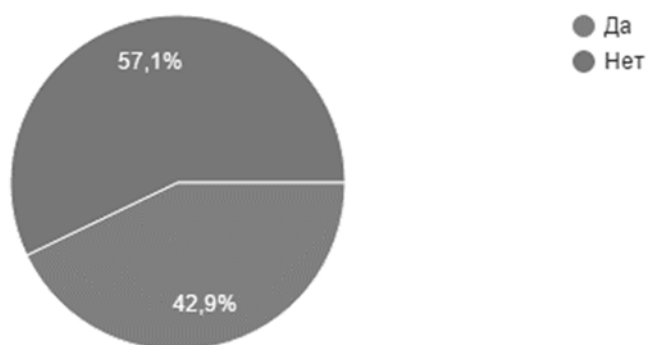


Рис. 2. Результаты опроса

Респондентам был задан вопрос, какие ещё приложения, коммуникационные средства и облачные сервисы помогают решать рабочие задачи (рис. 3).

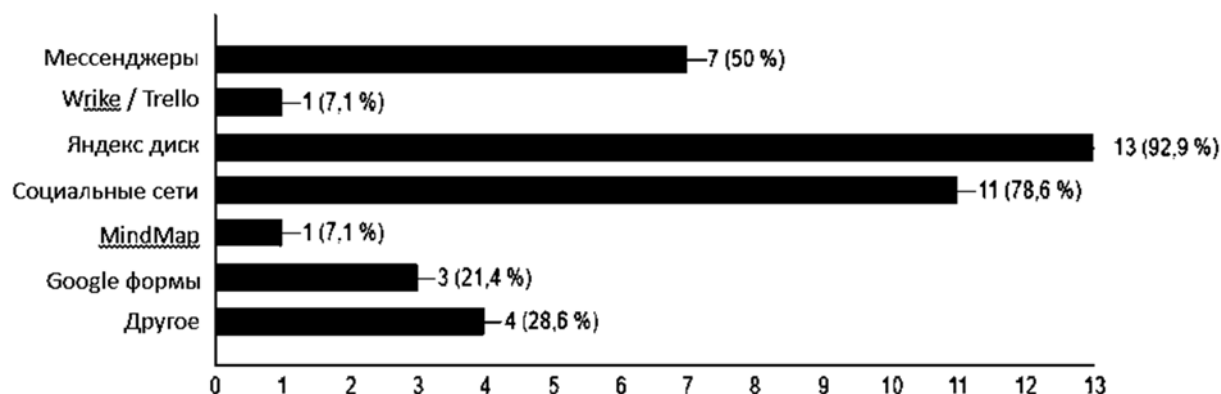


Рис. 3. Результаты опроса

Наше исследование показало, что подавляющее большинство опрошенных (93%) использует Яндекс.Диск / Google Drive / Mail облако в своей деятельности. Эти сервисы предназначены для удалённого хранения данных. На втором месте (79%) располагаются социальные сети. На сегодняшний день они успешно применяются не только в развлекательных, но и в рабочих целях. На третьем месте расположились мессенджеры Телеграм / WhatsApp / Viber. В работе они сильно упрощают коммуникацию между сотрудниками и их начальством, кроме того, они являются намного более оперативным средством связи, чем электронная почта.

Невзирая на возмущение некоторых работников, считающих пристальное изучение их профилей в социальных сетях вмешательством в частную жизнь, работодатели, и сотрудники рекрутинговых агентств не упускают возможности ознакомиться с контентом на страничке интересующего их специалиста.

Страничка в «Facebook» или «ВКонтакте» давно уже перестала быть просто «личным пространством». Ведь фото с алкогольной вечеринки смогут оценить не только друзья, но и потенциальные работодатели, которые уже привыкли «пробивать» данные о будущем работнике в социальных медиа

В 40% случаев страницы соискателя просматриваются еще перед тем, как позвать его на собеседование. Чуть меньше работодателей (37%) изучают информацию из социальных сетей перед повторным интервью, а 18% – перед самым приемом на работу. Некоторые участники опроса упоминали, что просматривают страницы уже оформленных на работу сотрудников (рис. 4).

На каком этапе подбора вы просматриваете страницы соискателей в социальных сетях?



Рис. 4. Результаты опроса

Итак, в будущем работа специалистов по человеческим ресурсам сильно изменится благодаря созданию массы новых инструментов. В будущем специалисты ждут появления систем, упрощающих подбор персонала, например, систем, которые ещё до встречи с кандидатом могут протестировать его на личные качества. На основе данных, полученных из нашего исследования, можно сделать вывод, что большинство руководителей в целом поддерживают нововведения, а также большинство сотрудников достаточно лояльно относятся к любым изменениям в этой сфере. (рис. 5).



Рис. 5. Результаты опроса

Насколько лояльно ваши коллеги или сотрудники относятся к любым изменениям в работе с информационными технологиями? А это значит, что только время отделяет нас от того дня, когда менеджерам начнут преподавать основы программирования и станут очень востребованными смежные профессии на стыке IT-технологий и управления.

Библиографический список

1. Индекс развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира в 2011 году. [Электронный ресурс], URL: <http://gtmarket.ru/news/state/2011/09/21/3495> (дата обращения: 12.05.2016).
2. Рейтинг стран мира по уровню развития информационно-коммуникационных технологий. [Электронный ресурс], URL: <http://gtmarket.ru/ratings/ict-development-index/ict-development-index-info> (дата обращения: 12.05.2016).
3. Информационные технологии управления: учеб. пособие / под ред. Ю.М. Черкасова. М.: Инфра-М, 2008. 216 с.

УДК 657.6

В. А. Мильманова

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А. В. Самойлов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АУДИТА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Согласно Федеральному закону от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от ред. от 01.12.2014) «Об аудиторской деятельности» (далее – Федеральный закон N 307-ФЗ) основная цель аудита – выражение мнения о достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности аудируемых лиц и соответствии порядка ведения бухгалтерского учета законодательству Российской Федерации [8].

Итак, цель аудита импортных операций – это выражение независимого мнения о достоверности учета импортных операций во всех существенных аспектах, о соответствии их нормам действующего законодательства, о надежности и эффективности системы внутреннего контроля предприятия. Исходя из этих целей, формируются задачи, план и программа аудита импортных операций [1].

Внешнеторговая деятельность – это осуществление сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью (рис.1) [7].

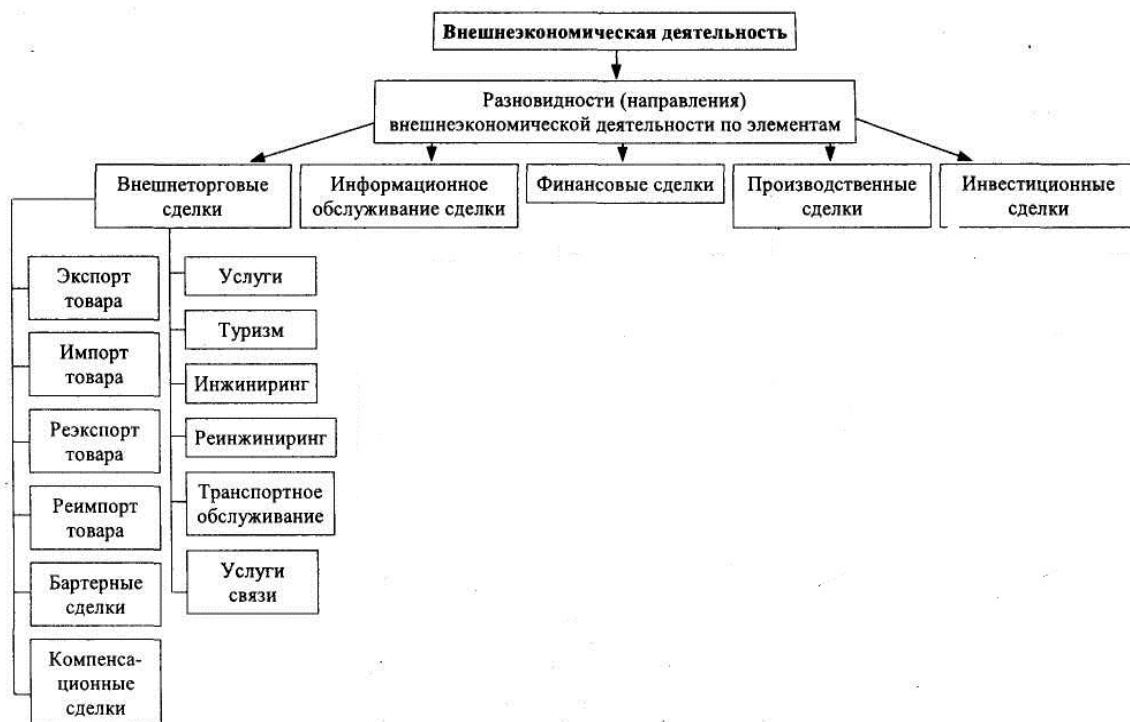


Рис.1 Разновидности внешнеэкономической деятельности

Задачами аудита внешнеэкономической деятельности следует считать работы, которые должны выполняться аудиторами в ходе аудиторской проверки [2]:

– установление соответствия совершенных операций по кассе в иностранной валюте, по валютному и другим счетам в банках действующему законодательству Российской Федерации и подтверждение достоверности и полноты отражения этих операций в бухгалтерском учете предприятия;

– выражение мнения о правильности отражения в учете выручки от продажи экспортных товаров (работ, услуг), о достоверности формирования финансового результата от экспортных сделок;

– выражение мнения о правильности отражения в учете расходов по импорту товаров (работ, услуг), о достоверности формирования отчетности по импортным сделкам, подтверждение реальности исчисления финансовых результатов по импорту.

Программы аудита предусматривают следующие специфические процедуры:

1) анализ документов (контрактов, паспортов сделок, инвойсов, коносаментов, международных товарно-транспортных накладных и пр.), которые подтверждают права клиента на отражение в бухгалтерском учете операций по формированию кредиторской задолженности, выраженной в иностранной валюте;

2) проверка порядка формирования стоимости ТМЦ, оборудования и прочих активов, приобретенных в результате совершения импортных операций;

3) проверка перехода права собственности при совершении внешнеэкономических операций (в соответствии с международным правом или импортными контрактами);

4) проверка существования, точности измерения и полноты отражения в учете сумм НДС, подлежащего уплате на таможне.

5) аудит импортных операций с участием посредника (комиссионера, агента и т. п.);

6) проверка порядка отражения задолженности перед таможенными органами по таможенным платежам;

7) проверка правоустанавливающих документов, своевременности отражения и стоимостной оценки сумм штрафных санкций, предусмотренных импортными контрактами [4].

Аудит импортных операций требует знания международного и российского законодательства, специфических разделов бухгалтерского и налогового учета [5]. Типичные ошибки, выявляемые аудитором при проверке внешнеэкономической деятельности:

– неполное зачисление на банковские счета валютной выручки по экспортным операциям;

– неправильный пересчет курса иностранной валюты в рубли по валютным операциям;

– тексты платежных документов, послуживших основанием для оплаты с валютного счета, не переведены на русский язык;

– нарушение сроков исполнения обязательств по контрактам, в счет выполнения которых предприятием производились авансовые платежи за границу в валюте;

– некорректная корреспонденция счетов по учету валютных операций [6].

Внешнеторговые операции обладают рядом особенностей, позволяющих выделить их в отдельное направление финансово-хозяйственной деятельности организаций. Каждая из перечисленных ниже особенностей в той или иной степени влияет на порядок их отражения в бухгалтерском учете:

– большая продолжительность осуществления операций по экспорту товара во времени вследствие значительной удаленности друг от друга участников внешнеэкономической сделки (покупателя и продавца);

– необходимость пересечения товаром таможенной границы Российской Федерации, обусловленная тем, что один из участников внешнеэкономической сделки (покупатель или продавец товара) непременно находится за границей;

– осуществление расчетов между покупателем и продавцом товара в иностранной валюте в подавляющем большинстве случаев;

– сопряженность продвижения товара от продавца к покупателю с большими затратами, которые несут оба участника внешнеэкономической сделки (каждый из них в части, обусловленной конкретным базисным условием поставки);

– наличие большого числа мест возникновения затрат, т.е. необходимость привлекать много разного рода организаций, оказывающих услуги или выполняющих работы по продвижению экспортного товара [3].

Библиографический список

1. *Нечаев А.С., Прокольева А.В.* Бухгалтерский учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности: учебник – 3-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 368 с.
2. *Ионова А. Ф.* и др. Учет, налогообложение и анализ внешнеэкономической деятельности организации [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 415 с.
3. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ под ред. Л. Е. Стровского. – 4-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 799 с.
4. Учет внешнеэкономической деятельности: / под ред. д.э.н., профессор А.М. Петрова – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 176 с.
5. *Парушина Н.В., Суворова С.П.* Аудит: учебник. 1 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 288 с.
6. Учет, анализ, аудит: учеб. пособие / под общ. ред. Т.Ю.Серебряковой. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 345 с.
7. *Суглобов А.Е.* Аудит [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / под ред. д. э. н., профессор А. Е. Суглобова. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. 368 с.

УДК 331.2

Н.Г. Мынзату

студентка кафедры экономики высокотехнологических производств

Н.А. Бердникова

(доц., канд. экон. наук) – научный руководитель

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСОВ РАСЧЕТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Актуальность выбранной темы исследования объясняется зависимостью величины заработной платы от уровня жизни населения любой страны. Для подавляющего большинства людей заработная плата является основным источником дохода. В статье проведено исследование вопроса расчета заработной платы различными способами.

Заработная плата работнику устанавливается трудовым договором в соответствии с действующими у данного работодателя системами оплаты труда. Локальные нормативные акты, устанавливающие системы оплаты труда, принимаются работодателем с учетом мнения представительного органа работников. [1, ст.135]

Существуют две формы заработной платы: сдельная и повременная.

При сдельной форме оплаты труда размер заработка начисляется за каждую единицу произведенной продукции или выполненного объема работ по сдельным расценкам, которые рассчитываются исходя из тарифной ставки, соответствующей разряду данного вида работ, и установленной нормой выработки (времени). [2, с.2]

Сдельная форма оплаты труда подразделяется на нижеперечисленные системы.

1. Прямая система оплаты труда зависит от количества произведенной продукции.

Например, работнику-сдельщику установлена часовая тарифная ставка 180 руб. Норма выработки – 3 изделия в час. Расценка за единицу продукции – 60 руб. (180 руб.: 3 изд.). Работник в соответствии с документом о выработке изготовил за месяц 480 изделий. В этом случае расчет заработной платы будет выглядеть так:

180 руб.: 3 изд. x 480 изд. = 28 800 руб. [3, с.96].

В случае использования нормы времени, порядок расчета будет иным:

Например, работнику-сдельщику установлена часовая тарифная ставка 100 руб. Норма времени на изготовление единицы продукции – 1 ч. Расценка за единицу продукции – 100 руб. (100 руб.: 1 ч). Работник в соответствии с документом о выработке изготовил за месяц 150 изделий. Расчет заработной платы следует провести так:

$$100 \text{ руб.} \times 150 \text{ изделий} = 15\,000 \text{ руб.} \text{ [3, с.97].}$$

2. Косвенная система оплаты труда зависит не только от количества произведенной продукции, но и от других сотрудников. Другими словами, работа станка, на котором работает рабочий, зависит от наладчика.

3. Сдельно-премиальная система оплаты труда: рабочий получает еще и премиальные за выполнение работы выше нормы. Премирование производится, как правило, по результатам работы за месяц.

Например, рабочий-сдельщик выполнил норму выработки на 110%. Заработная плата по сдельным расценкам составила 6000 руб. В соответствии с Положением о премировании за перевыполнение нормы выработки работнику выплачивается премия в размере 10% от суммы заработка. Рассчитаем заработную плату работника:

$$6\,000 \text{ руб.} \times 10\% : 100\% = 600 \text{ руб. (премия);}$$

$$6\,000 \text{ руб.} + 600 \text{ руб.} = 6\,600 \text{ руб. (начислено с учетом премии) [3, с.98].}$$

4. Сдельно-прогрессивная система оплаты труда: выше ставка оплаты труда того, кто делает больше нормы. А то, что еще выше – по завышенной цене.

Например, расценка за единицу продукции при норме 100 единиц 40 руб. Свыше 100 единиц расценка увеличивается на 10%. Фактически рабочий изготовил 120 единиц. В этом случае заработная плата составит:

$$40 \text{ руб.} \times 100 \text{ ед.} + (40 \text{ руб.} \times 110\% \times 20 \text{ ед.}) = 4\,880 \text{ руб.} \text{ [3, с.98].}$$

5. Аккордная система оплаты труда – договор на определенное количество выполненной работы за заранее оговоренную сумму оплаты.

Например, работник цеха занимается сборкой изделия, которое состоит из трех деталей, изготавливаемых также данным работником. Расценка за изготовление одного изделия – 200 руб. В течение месяца работник изготовил 180 деталей, но собрал только 50 изделий. Размер его заработка будет определяться исходя из количества собранных изделий и установленной сдельной расценки за единицу изделия. Расчет заработной платы будет выглядеть следующим образом:

$$200 \text{ руб./изд.} \times 50 \text{ изд.} = 10\,000 \text{ руб.} \text{ [3, с.99]}$$

6. Оплата по индивидуальным расценкам – количество выполненной работы, размер заработка рабочего зависит от общего объема продукции.

Повременная – это такая форма оплаты труда, при которой заработная плата работника зависит от фактически отработанного времени и тарифной ставки работника, а не от количества выполненных работ. В зависимости от единицы учета отработанного времени применяются часовые, дневные и месячные тарифные ставки [2, с.1].

Повременная форма оплаты труда также подразделяется на системы:

1. Простая временная система оплаты труда зависит от количества часов, проведенных на работе.

Например, оклад работника 2000 руб. В декабре из 22 рабочих дней он отработал 20 дней, тогда сумма заработной платы составит:

$$2\,000 \text{ руб.} : 22 \text{ дн.} \times 20 \text{ дн.} = 1\,818,18 \text{ руб.} \text{ [3, с.99].}$$

2. Повременно-премиальная система оплаты труда – работнику за дополнительные часы выдается премия.

Например, товаровед с должностным окладом 10 000 рублей в соответствии с табелем учета использования рабочего времени из 20 рабочих дней отработал 20 дней. Положением о премировании предусмотрена выплата ежемесячной премии в размере 40% от оклада. Расчет заработной платы произведен так:

$$10\,000 \text{ руб.} : 20 \text{ дн.} \times 20 \text{ дн.} = 10\,000 \text{ руб. (повременная оплата труда);}$$

10 000 руб. x 40% : 100% = 4 000 руб. (премия);

10 000 руб. + 4000 руб. = 14 000 руб. (повременно-премиальная оплата труда) [3, с.100].

3. Повременная система оплаты труда с нормированным заданием – оплата выдается за определенную объем работы в определенное сроки. За перевыполнение работы –дополнительная оплата не выплачивается.

4. Окладная – одна из самых популярных систем повременно оплаты труда. Другими словами – это фиксированная оплата труда. Заработная плата при этом состоит из оклада, т. е. фиксированной суммы. Эта система не исключает премий и иных доплат, допустимых на территории РФ.

Из этой системы вытекает еще одна популярная система оплаты труда в коммерческих организациях.

5. Окладно-премиальная система оплаты труда – применяются месячные тарифные ставки (оклады), а сам оклад должен быть не меньше прожиточного минимума.

Также существует смешанная или повременно-сдельная система оплаты труда. Это синтез повременной и сдельной оплаты труда.

Например, компания занимается производством шашлыков. У работодателя есть выбор, как платить рабочим за выполненную работу: либо по сдельной форме, т.е. за 1 кг продукции, либо за часы (к примеру: 1 час – 500 рублей).

Можно выделить особенности сдельной и повременной форм оплаты труда:

- при выполнении работником с повременной оплатой труда работ разной квалификации его труд оплачивается в соответствии с работой более высокой квалификации;

- при выполнении работником со сдельной оплатой труда работ разной квалификации оплата производится по расценкам выполняемой им работы [1, ст.150].

Законодательно также установлены особенности работы в выходные и нерабочие дни. Такая работа оплачивается не менее чем в двойном размере:

- сдельщикам – не менее, чем по двойным сдельным расценкам;

- работникам, труд которых оплачивается по дневным и часовым тарифным ставкам, – в размере не менее двойной дневной или часовой тарифной ставки.

У сдельной и повременной форм оплаты труда имеются свои плюсы и минусы.

Плюсы сдельной формы оплаты труда для работодателя они заключаются в следующем:

- 1) у работодателя есть возможность оценить работников, которые показывают большую производительность труда;

- 2) эта форма помогает провести точные расчеты затрат организации;

- 3) сотрудник заинтересован в как можно большем объеме работ, следовательно, работодатель избавляется от малопродуктивных и ленивых работников.

- 4) увеличение торговли, возможность быстро выполнять заказы за счет повышения конкурентного преимущества, которое появилось при повышении производительности труда по сравнению с другими организациями.

А для работника: стимул увеличить производительность труда, получить более большой заработок за счет этого.

Минусы сдельной формы оплаты труда для работодателя: снижается качество продукции; из-за этого возникает дальнейший конфликт с работниками; компания рискует получить быстрый износ оборудования и завышенный расход рабочих материалов.

В свою очередь минусы для работника:

- 1) работник не имеет гарантий стабильного заработка. Недостатки этой системы оплаты труда заключаются в риске для сотрудника, который из-за чрезмерной нагрузки, стремясь заработать больше, трудится на износ.

- 2) низкие ставки.

- 3) риск неполной оплаты произведенной продукции, например, из-за полного или частичного брака на производстве по вине работника [1, ст.156]

4) текучесть кадров. Любому новому работнику, даже с опытом работы, будет трудно «влииться» в новые для него условия труда.

Плюсы повременной формы оплаты труда для работодателя: снижение издержек на содержание контролирующих структур работника, сам сотрудник заинтересован в как можно большем объеме часов; работодатель не оплачивает часы, когда сотрудника нет на рабочем месте; при кризисе можно не сокращать штат, тем самым сохранить работников, также можно оптимизировать систему оплаты труда.

Плюсами повременной оплаты труда для работника являются следующие аспекты:

1) зная график нагрузки, сотрудник может спокойно строить свои планы и не бояться, что его оштрафуют за отсутствие его на рабочем месте;

2) работник может найти работу по совместительству в свободное от основной работы время.

Минусы повременной оплаты труда для работодателя состоят в сложности расчета сотрудника на рабочем месте (очень сложно вести строгий учет времени работы каждого сотрудника); а также в частой невозможности обеспечить присутствие сотрудников в течение всего дня на рабочем месте.

Для работника также существуют недостатки повременной формы оплаты труда: оплата труда, как правило, меньше, чем при обычной повременной (тарифной) системы оплаты; некоторые недобросовестные работодатели стараются как можно ниже снизить тарифную ставку.

Для учета расчетов с персоналом по оплате труда открывается активно-пассивный синтетический счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

В развитие синтетического счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» открываются аналитические счета для учета расчетов по оплате труда с каждым работником организации [4, с.269].

Счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», как правило, имеет кредитовое сальдо, которое отражается в пассиве баланса в разделе «Краткосрочные обязательства», в составе статьи «Кредиторская задолженность». В редких случаях по расчетам с отдельными сотрудниками может возникнуть их дебиторская задолженность перед организацией по расчетам по оплате труда, в этом случае счет 70 будет иметь и кредитовое, и дебетовое сальдо, которое будет отражено в разделе «Оборотные активы» баланса в составе краткосрочной дебиторской задолженности.

Начисление заработной платы означает увеличение задолженности организации перед персоналом и одновременно увеличение затрат на производство. Поэтому эта операция отражается по кредиту счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» и одновременно по дебету счетов, на которых учитываются затраты на производство: 20 «Основное производство», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы». [4, с.269]

Также по кредиту счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» отражается начисленная персоналу оплата за очередной отпуск, которая включается в затраты на производство и, следовательно, отражается по дебету счетов учета затрат на производство.

И еще одна операция, которая отражается по кредиту счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», – это начисление пособия по временной нетрудоспособности за счет средств работодателя (первые три дня болезни).

Таким образом, на сегодняшний день согласно трудовому законодательству для различных категорий работников на предприятиях могут применяться разные формы и системы оплаты труда, которые устанавливаются в коллективном договоре. Исходя из плюсов и минусов сдельной и повременной форм оплаты труда можно сделать вывод о том, что сдельная оплата труда более применима для организаций юридического и экономического характера, а повременная оплата труда позволяет оплачивать труд персонала, вид деятельности которого носит творческий, организационный и исследовательский характер.

Библиографический список

1. Трудовой кодекс Российской Федерации. М.: Норматика, 2016 г. 208 с.

2. Официальный сайт «Центр Управления Финансами». URL: <http://center-yf.ru/> (дата обращения – 25.05.2016)
3. Мегаева С.В., Шикунова Л.Н. Хрестоматия по бухгалтерскому учету / 2015 г. URL: http://dkskfo.ru/docupload/EOR/buh_uchet/public_html/index.html (дата обращения – 25.05.2016)
4. Шеремет А.Д., Старовойтова Е.В. Бухгалтерский учет и анализ. М.: Инфра-М, 2011. 352 с.

УДК 338.512

Е.В. Натоллина

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э.И. Крылов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

МЕТОД «COST-KILLING» КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ И СОКРАЩЕНИЯ ЗАТРАТ

Аннотация. В статье рассматривается, как улучшить финансовые показатели компании путем сокращения постоянных затрат, не приносящих добавленной стоимости, и оптимизации переменных затрат.

Ключевые слова: cost-killing, затраты, методы анализа. (cost-killing, costs, methods of analysis).

В условиях несостоятельности предприятия особое значение приобретает сокращение затрат. Поэтому среди всего многообразия методов снижения затрат в кризисной ситуации наиболее актуально применение метода «Cost-killing».

«Cost-killing» (дословно «убийство затрат») – это метод управления затратами, основанный на их минимизации в кратчайшие сроки без ущерба для деятельности предприятия.

Выделяют внутренний и внешний «Cost-killing». Приемы внутреннего и внешнего «Cost-killing» приведены в таблице [1].

Таблица

Виды метода «Cost-killing»

Внутренний cost-killing	Внешний cost-killing
Выделение центров ответственности и формирование системы управления с учетом их полномочий и функций Обоснованная классификация затрат Выбор модели распределения постоянных затрат и калькулирования себестоимости Создание системы мониторинга затрат, поиск резервов уменьшения издержек Обеспечение информационной прозрачности организации Внедрение ресурсосберегающих технологий Ориентация на минимизацию издержек корпоративной культуры	Поиск новых партнеров Проведение тендеров Принудительный пересмотр условий контрактов с существующими поставщиками

Обязательными условиями внедрения системы «Cost-killing» на предприятии являются:

- наличие полной и достоверной информации о состоянии затрат на предприятии;
- стремление руководства предприятия к снижению издержек;
- определенным образом построенная система мотивации персонала.

Рассмотрим этапы реализации метода «Cost-killing».

1. Необходимость создания команды единомышленников [2].

На данном этапе необходимо привлечь руководство и коллег в процесс реализации проекта «Cost-killing». В первую очередь, нужно заручиться поддержкой генерального директора. Этого можно добиться, представив проект как антикризисное решение, раскрыв, сколько ресурсов высвободится для реализации новой бизнес-идеи. Необходимо объяснить руководителю и его отделу, что «Cost-killing» – это не обвинения в неэффективности, а проект совершенствования. В случае необходимости можно использовать и жесткие меры, такие как снижение заработной платы, лишение премий.

2. Пересмотр структуры компании.

Проблемы избыточного расхода ресурсов скрываются в структурной организации бизнеса и в распределении ответственности за ресурсы.

Оптимальная финансовая структура ориентируется не только на организационную структуру, но и на бизнес-процессы. Она состоит из набора типовых подразделений, сочетающихся со справочниками управленческого учета «Бизнес-единица», «Подразделение», «Проект» и т.д. За результаты центров финансовой ответственности должны персонально отвечать конкретные руководители. Необходимо обеспечить их возможностью управлять результатами (затратами, прибылью, маржинальным доходом и т.д.)

3. Выявление расходов, не добавляющих стоимости.

На этом этапе выявляются затраты, которые должны быть сокращены. Для этого проводится следующее:

– анализ постоянных и переменных затрат: выявление отклонений в разрезе статей, продуктов, процессов, центров финансовой ответственности и подразделений. Следует определить, являются скачки затрат результатами управленческой ошибки или тактическим шагом, так же определяются затраты, которые постоянно растут и не приводят к повышению рентабельности. Необходимо отметить, что разрезы аналитики и существенность отклонений устанавливаются в зависимости от отрасли и зрелости бизнеса. Сравнивать абсолютные показатели по статьям можно, если прочие вводные изменялись незначительно;

– анализ изменений в оборотном капитале. Нормативные показатели по оборотному капиталу необходимы для контроля средств, «замороженных» в незавершенном производстве, запасах, дебиторской задолженности и бюджете, а также для контроля ликвидности и финансовой устойчивости организации. Разрабатывая нормативы, следует установить сбалансированные значения показателей оборотного капитала и проводить их мониторинг раз в месяц или квартал. Перечислим показатели оборотного капитала, которые являются универсальными: отношение дебиторской задолженности к выручке; отношение запасов к выручке; отношение кредитного долга к запасам; чистый оборотный капитал; соотношение собственного и заемного капиталов.

Также будет полезным рассчитать рентабельность инвестиций по ключевым продуктам за месяц, квартал, год. Она определяется по формуле

$$ROI = \frac{D_m}{K_f}, \quad (1)$$

где ROI – рентабельность инвестиций; D_m – маржинальный доход за период; K_f – капитал финансового цикла.

$$K_f = \frac{C_{см\ прод} \times \PhiЦ_{полн}}{T}, \quad (2)$$

где K_f – капитал финансового цикла; $C_{см\ прод}$ – себестоимость продаж; $\PhiЦ_{полн}$ – полный финансовый цикл; T – количество дней в периоде.

Полный финансовый цикл в днях определяется по формуле:

$$ПФЦ = Обз_д + ДЗ_д - КЗ_д, \quad (3)$$

где $ПФЦ$ - полный финансовый цикл в днях; $Обз_0$ - оборачиваемость запасов в днях; $ДЗ_0$ - дебиторская задолженность в днях; $КЗ_0$ - кредиторская задолженность в днях.

- анализ причин существенных отклонений по шагам 1 и 2;
- правило Паретто: суть данного правила в том, что 20 % статей затрат составляют восемьдесят процентов всего объема. Целесообразно определить не более пяти ведущих групп затрат, где происходит их превращение в расходы, которые нуждаются в «Cost-killing». Например, такими статьями могут являться маркетинговые затраты, производственные затраты (склад – транспорт – брак), проценты по привлеченному финансированию, фонд заработной платы с отчислениями во внебюджетные фонды;

- проведение бенчмаркинга. Бенчмаркинг – это процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования компании с целью улучшения собственной работы. Необходимо сравнивать свою компанию с аналогичными компаниями. Гостевые визиты к коллегам для обмена опытом будут очень полезны. Для бенчмаркинга можно использовать следующие показатели: отношение процентов по финансированию к операционной марже (до 5%), отношение заработной платы к операционной марже (до 30%), отношение заработной платы к обороту (до 4%). Значение этих показателей компаний в зависимости от отрасли могут колебаться. Эффективно сравнение (в расчете на одного сотрудника) затрат на персонал (ФОТ, социальный пакет и т.д.) и постоянных расходов (оргтехника, аренда и т.д.). Переменные затраты на транспортировку и ремонт целесообразно оценивать в расчете на единицу техники, тонну грузов или норма/ч и другое. Необходимо сравнить рентабельность инвестиций в маркетинг, продвижение продукта;

- подготовка прогнозного бизнес-плана на год с учетом эталонных показателей. Следует применять сценарий «а что если...», изменяя переменные и постоянные затраты, рентабельность, выручку и другие показатели. Это похоже на создание прогноза в рамках бюджетирования, но вы готовите модель не на основании пожеланий руководства и статистики прошлых лет. Приведенные моменты нужно учитывать как вводные для прогноза, которые надо изменить и сбалансировать, на основе анализа по «Cost-killing». Оптимистичный вариант прогноза будет являться целью, которую нужно достичь с помощью реализации метода «Cost-killing»;

- разработка плана действий для достижения плановых показателей. Данный шаг включает в себя: деление проекта на составные блоки, мероприятия, задачи; оценку окупаемости, срока, бюджета проекта; делегирование мероприятий участникам рабочей группы; контроль и выполнение задачами в рамках проекта; вовлечение и обучение персонала.

4. Внедрение технологий по выявлению расходов.

Метод ActivityBasedCosting (ABC) дает возможность оценить стоимость продукта безотносительно к организационной структуре. Метод ABC может применяться при структурировании ресурсов по величине стоимости и степени важности для достижения задач экономического субъекта, а также может быть использован как общий подход при вычленинии наиболее насущных и требующих максимального внимания высшего руководства проблем. Отличия традиционного учета от ABC заключаются в следующем:

- в традиционном учете потребляют ресурсы объекты затрат, а в ABC – действия на этапах производства (функции);

- базой для распределения затрат в традиционном учете являются количественные показатели, а в ABC базой являются источники затрат на разных уровнях.

Методика XYZ-анализа позволяет выделить группы затрат, ранжированных по степени регулярности их возникновения. Наибольший эффект дает одновременное применение методов ABC и XYZ-анализов. На основе построения интегрированной матрицы ABC и XYZ-анализа затраты разделяются по группам в зависимости от регулярности возникновения и значимости в структуре затрат.

Хронометраж рабочего времени. Хронометраж времени необходим для типовых процессов, так как их эффективность измеряется количеством ошибок и скоростью. Существуют решения для

автоматизации хронометража, например, программа «Бриллиант». Хронометраж эффективней фотографий рабочего дня, потому что когда действия работника фиксирует наблюдатель, работник стремится работать «показательно эффективно», что искажает реальное положение дел.

Методика TargetCosting (методика расчета целевых затрат). Первоначально определяется цена единицы продукции, с учетом ее конкурентоспособности и прибыльности, далее осуществляется расчет плановой прибыли, на основе которой выявляется себестоимость (разность цены и прибыли). В основе этой методики заложен принцип снижения затрат на стадии проектирования продукта: финансисты и разработчики вынуждены ориентироваться на рынок, искать лучшие решения и осуществлять свою работу в соответствии со стратегией компании.

Аутсорсинг. Одной из целей метода «Cost-killing» является выявление процессов, передача которых на аутсорсинг будет выгодной. Примерами таких процессов могут быть:

- компетенции, которые не востребованы постоянно (услуги юриста, курьера);
- некоторые транзакционные функции (бухгалтерия, транспортные услуги);
- функции, выполняемые подрядчиком более эффективно ввиду технологий, масштаба;
- убыточное обслуживание подразделения;
- специфические производственные функции.

Метод «Cost-killing» применим для несостоятельных организаций, имеющих реальные возможности восстановления платежеспособности, несостоятельность которых вызвана, прежде всего, временными трудностями, кризисными ситуациями в стране, неспособностью руководства своевременно реагировать на изменение внешних условий деятельности организации, и основывается на комплексном снижении затрат [3].

Библиографический список

1. Лукачанова Е.А. / Методика анализа затрат в условиях несостоятельности предприятия // «Вестник СамГУ», 2012. 69 с.
2. Гуринович Н. Реализация проекта «кост-киллинг»: как выявить и урезать избыточные расходы // «Финансовый директор», М.: ООО «Башбетон», 2015. 96 с.
3. Шаховская, Л.С., Хохлов, В.В., Кулакова, О.Г. // Бюджетирование: теория и практика. М.: КНОРУС, 2009. 396 с.

УДК 338.512

Е.В. Натоллина

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

В.М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ

Аннотация. В статье исследуется инструмент «бюджетирование» и его влияние на эффективность работы предприятия, рассматривается бюджетирование как один из способов оптимизации затрат на предприятии, рассматриваются проблемы, возникающие при неавтоматизированной системе управления, процессы автоматизации бюджетирования в компании, рассматриваются такие понятия как сводный и консолидированный бюджет, БДДС и БДР.

Ключевые слова: бюджетирование, центры финансовой ответственности (ЦФО), консолидированный, сводный, оптимизация затрат. (budgeting, financial responsibility centers, consolidated, cost optimization).

Бюджетирование – это производственно-финансовое планирование деятельности предприятия путем составления общего бюджета предприятия, а также бюджетов отдельных подразделений с целью определения их финансовых затрат и результатов.

Современный этап развития российской экономики характеризуется повышением уровня конкуренции между предприятиями, необходимостью поиска внутренних резервов снижения затрат на производство и реализацию продукции, обоснования оптимальных уровней расхода финансовых средств и получения дополнительных конкурентных преимуществ. Все это обуславливает актуальность постановки бюджетирования на предприятии, как элемента финансового планирования, для оценки влияния тех или иных управленческих решений на дальнейшее развитие предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

На каждом предприятии может быть своя специфика бюджетирования в зависимости как от объекта финансового планирования, так и от системы финансовых и нефинансовых целей.

Опираясь на мнения экономистов, бюджетирование можно определить как систему планирования, контроля и анализа материальных, финансовых и иных ресурсов, потребляемых и создаваемых организацией в ходе хозяйственной деятельности [1].

Под оптимизацией же затрат понимают процесс, результатом которого будет не бездумное урезание статей затрат компании, а взвешиваемое нахождение такого оптимума, при котором будет возможно достижение заданного результата деятельности компании при минимальных ресурсных затратах.

Управление затратами в компании в первую очередь тесно связано с системой бюджетирования, так как внедрение и эффективная работа системы бюджетирования является первоочередным шагом компании к оптимизации затрат. Это связано с тем, что разрабатывая бюджет, компания определяет размер планируемых затрат, тем самым управляя ими. Но в большинстве случаев, перед тем как внедрить организованную систему бюджетирования, компания сталкивается со следующими проблемами:

1. Длительный период планирования.
2. Высокая трудоёмкость сбора данных, так как не имеется специальных компьютерных программ для сбора данных.
3. Отсутствие постатейных справочников и единой методологии.
4. Отсутствие разграничений ответственности.
5. Сопrotивление работников, для которых введение системы оказывает дополнительную нагрузку.
6. Предыдущий негативный опыт.
7. Нехватка ресурсов и времени из-за концентрации на текущих обязанностях и функциях.
8. Страх перед неизвестностью.

Постановка системы бюджетирования – это трудоемкий управленческий процесс. В ходе его разработки меняется должностной функционал, а следовательно, работники не готовы к новым обязанностям. Необходима четкая организация со стороны менеджмента, мотивация сотрудников. Трудоемкость обработки информации по центрам ответственности огромна, сложна ручная обработка. Также это большая нагрузка на финансистов, особенно если происходит сбор раз в неделю, они физически не успеют обработать всю информацию.

На каждом крупном предприятии имеется центр финансовой ответственности (ЦФО). Он формирует бюджет доходов и расходов (БДР) и бюджет движения денежных средств (БДДС), основываясь на данных операционных бюджетов, оценке выручки, затрат и движения денежных средств, договоров, данных об остатках кредиторской и дебиторской задолженности. Затем финансово-экономическая служба каждого из предприятий, входящих в группу, формирует БДР и БДДС предприятий. Далее финансово-экономическая служба управляющей компании составляет консолидированный бюджет, взаимоувязывая между собой бюджеты предприятий, входящих в группу, при необходимости корректирует их. Затем согласовывает с руководителями и исполните-

лями ЦФО операционные и финансовые бюджеты и передает их на предварительное рассмотрение бюджетного комитета. В течение одного дня бюджетный комитет принимает окончательное решение. Далее формируются сводные БДР и БДДС.

Для того, чтобы контролировать выполнение плана, оперативно собирать информацию для составления БДДС и БДР требуется принципиально новый уровень автоматизации учета и планирования. Автоматизированный сбор информации поможет избежать искажений и ошибок (рис.).

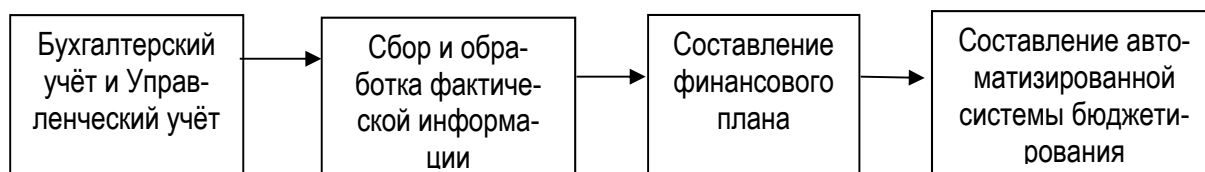


Рис. Шаги к автоматизации бюджетирования

Далее представим примерный план действий по постановке бюджетирования в компании в виде таблицы:

План действий по постановке бюджетирования в компании

№	Этапы планирования по постановке бюджетирования	Исполнители
1	Изучение методического обеспечения	Рабочая группа
2	Диагностика финансовой структуры	Рабочая группа и консультанты
3	Технология бюджетирования	Рабочая группа и консультанты
4	Бюджетный регламент	Рабочая группа и консультанты
5	Автоматизация:	
5.1	Техническое задание	Рабочая группа
5.2	Внедрение	Консультанты

Техническое задание для процесса автоматизации бюджетирования включает следующие этапы:

- доведение до уровня сквозной консолидации статей бюджетов подразделений;
- унификация бюджетных форм по всем статьям ЦФО вне зависимости от их специфики деятельности;
- унификация бюджетных периодов, процедур разработки бюджетов различных уровней;
- достижение совместимости операционных и вспомогательных бюджетных документов с основными бюджетными формами;
- соблюдение стабильности процедур бюджетирования и целевых показателей на протяжении всего установленного бюджетного периода;
- непрерывность процедуры составления бюджетов, предусматривающий регулярный пересмотр и корректировку ранее сделанных прогнозов на новый период, не ожидая завершения действующего;
- планирование в разрезе каждого подразделения финансовых целей в виде плановых показателей, нормативов, заданий;
- интеграция бюджетного процесса с процессами: отражения договорной работы, управления платежами, задолженностью клиентов, затратами, закупками и запасами, мотивацией персонала.

Автоматизированная система бюджетирования представляет собой компьютерную финансовую модель компании в виде взаимосвязанных бюджетов: производства, продаж, закупок и т.п. Такая модель позволяет не только планировать потоки денежных средств по каждому ЦФО, но и

сравнивать с фактическими данными, анализировать, как текущие и будущие изменения показателей отразятся на финансовом состоянии компании. Для контроля и анализа поступают данные из других корпоративных информационных систем, поэтому любая автоматизированная система бюджетирования должна состоять из следующих элементов: система бюджетов, средства для работы с системой бюджетов, средства для перевода данных из одной учётной системы в другую, средства для организации мотивации персонала [2].

В качестве адаптированной и простейшей автоматизированной системы используется программный продукт Microsoft Excel. Она позволяет легко вводить формулы, строить графики и прогнозы. В эту программу можно импортировать данные из любой другой учётной системы. Однако в ней имеются недостатки, например, два сотрудника не могут одновременно пользоваться одним файлом, невозможно составлять несколько вариантов одного бюджета, консолидировать данные необходимо вручную.

Еще одним из популярных программных продуктов на сегодняшний день является 1С. Данная программа следит за целостностью данных, делает архивные копии, оптимизирует время получения данных и др. Таким образом, это обеспечивает надёжность работы с базами данных. Не во всех крупных компаниях действует данная программа, что отрицательно сказывается на финансовой деятельности.

На втором этапе (см. рис.), сбор и обработка первичной документации должны осуществляться опытными программистами. Они заносят всю необходимую информацию в программные продукты Excel и 1С. Таким образом создаётся автоматизированная база данных для составления финансового плана, который тесно связан с системой бюджетирования на предприятии. Все связующие звенья в данной цепочке, от сбора данных до составления финансового плана создают автоматизированную систему бюджетирования, поскольку уже внутри этой цепочки применяются методы автоматизации с помощью компьютерных программ.

Внедрение системы автоматизации бюджетирования позволит компании эффективно управлять затратами, а это, в свою очередь, будет улучшать финансово-экономические показатели деятельности компании.

Библиографический список

1. Гамаюнов В.В., Хруцкий В.Е. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования. М.: Финансы и статистика, 2008. 52 с.
2. Фахретдинов Р. Консолидация бюджета в холдинговых структурах: быстро и точно // «Финансовый директор», М.: ООО «Башбетон», 2014.

УДК 338.433

Д. А. Наумова

студент кафедры безопасности высокотехнологичных систем

О. А. Бизина

(асс.) – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ПИЩЕВУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Развитие пищевой промышленности в настоящий период происходит в очень сложных условиях. В основном это связано с санкциями Евросоюза, общим экономическим кризисом, политической обстановкой. Россия мгновенно лишилась многих поставщиков исходного сырья, кормов, оборудования для пищевой промышленности, что не могло не сказаться на данной отрасли.

В статье рассмотрено влияние введенных санкций против Российской Федерации на пищевую промышленность.

6 августа 2015 г. указом Президента РФ «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» на российскую территорию был запрещен ввоз некоторых видов сельскохозяйственной продукции, продовольствия и сырья из тех стран, которые поддержали решение о введении экономических санкций в отношении российских юридических и физических лиц. В список входят мясные и молочные продукты, рыба, овощи, фрукты и орехи из стран ЕС, США, Австралии, Канады, Норвегии.

Для того чтобы заместить на рынке ушедших поставщиков, Россельхознадзор начал усиленную работу по сертификации поставщиков из различных стран. Новыми поставщиками России стали почти два десятка новых стран Азии, Латинской Америки, Ближнего Востока. Было одобрено сотрудничество с продовольственными компаниями Маврикия, Чили, Эквадора, Аргентины. В результате этого испанские апельсины были заменены на аргентинские, европейская молочная продукция – индийской, а польские яблоки – мексиканскими. С января по май 2015 года, по сравнению с прошлым годом, российский импорт в категории «Рыба и ракообразные, моллюски и прочие водные беспозвоночные» с Фарерских островов вырос почти в четыре раза, из Гренландии – более чем в 17 раз. В поставке овощей успехов добились Албания, Армения, Аргентина и Пакистан, который нарастил свой овощной экспорт в Россию в 20 раз. Выросли закупки у Китая, почти в два раза увеличились поставки овощей из Туниса и Сербии. Но больше всех на овощах заработали египетские поставщики. Страна увеличила свой экспорт овощей в Россию почти на \$65 млн, до \$216,7 млн [1].

Несмотря на увеличение объемов экспорта новыми странами-поставщиками, импорт пищевой продукции в РФ значительно снизился (табл. 1) [2].

Таблица 1

Импорт РФ в 2013- 2015гг.

Импорт (данные указаны относительно предыдущего года)			
	год 2013	год 2014	год 2015
Импорт продовольственных товаров	38 188,8 млн долл. США (4,8 %↑)	36 321,4 млн долл. США (4,9 %↓)	23 717,5 млн долл. США (34,9 %↓)
Мясо	↓ 13,7 %	↓ 16,8 %	↓ 34,85 %
Рыба		↓ 12,5 %	↓ 40,6 %
Фрукты	↑ 8,8 %	↓ 2,8 %	↓ 12,8 %
Молоко, сливки	↑ 26,6 %	↓ 12,2 %	↑ 8,2 %
Масло сливочное	↑ 16,7 %	↑ 10,8 %	↓ 37,7 %

Как видно из таблицы, импорт продовольственных товаров с введением санкций снизился. Значительное снижение показателей привело к росту собственных объемов производства (табл. 2) [2].

Можно сказать, что, в какой-то степени, потеря иностранных поставщиков положительно отразилась на пищевой отрасли России. На 100% и выше возросли показатели картофельной, фруктово-овощной, сахарной, хлебной, макаронной, мучной и молочной отрасли. Данные показатели свидетельствуют о том, что РФ вполне способна самостоятельно наладить и увеличить объемы собственного производства.

Россия, однако, не имеет возможности обеспечить полное импортозамещение продуктов, попавших под санкции, в связи с чем произошёл рост цен (табл. 3) [3].

Таблица 2

**Динамика объемов производства товаров пищевой отрасли РФ
(данные указаны относительно предыдущего года)**

Продукция	год 2013	год 2014	год 2015
Мясо	↑ 8,15 %	↑ 9,4 %	↑ 8,15 %
Молоко	↑ 2,3 %	↓ 1 %	↑ 1,1 %
Какао, Шоколад	↑ 5,7 %	↑ 3,5 %	↑ 100,1 %
Картофель	↑ 19,8 %	↓ 2 %	↑ 108,3 %
Фрукты, Овощи	↑ 7,2 %	↑ 4,9 %	↑ 112,6 %
Сыр	↓ 6,2 %	↑ 12,3 %	↑ 19,7 %
Сахар	↓ 10 %	↑ 14 %	↑ 105 %
Хлеб	↓ 2,7 %	↓ 1,4 %	↑ 99,4 %
Макаронные изделия	↓ 1,3 %	↑ 7,3 %	↑ 106,2 %
Мука	↓ 2,2 %	↓ 1,9 %	↑ 102,1 %
Молоко сгущенное	↓ 1,6 %	↓ 3,7 %	↑ 99,6 %

Таблица 3

Динамика цен производителей на основные виды сельскохозяйственной продукции

Продукция	Фактическая цена на продукцию, реализуемую сельскохозяйственными товаропроизводителями (цена реализации)		
	12. 2012 (%) за месяц	12. 2013 (%) за месяц	12. 2014 (%) за месяц
Зерновые культуры	114,31	101,50	105,10
Масличные культуры	104,13	101,88	105,56
Картофель и овощные культуры	105,39	105,98	105,85
Продукция животноводства. КРС и свиньи (в убойном весе)	101,49	101,11	102,35
Молоко	101,90	104,60	111,00
Прочая продукция животноводства	104,70	104,00	104,24

По данным таблицы видно, что наибольший ценовой рост был выявлен в молочной отрасли, что связано с потерей некоторых импортеров, а также стремлением РФ к быстрому снижению дефицита продукции. Вместе с тем замедлился рост цен на картофель и овощи.

Несмотря на введенные санкции, Российская Федерация достойно переживает сложившуюся ситуацию. Большим минусом стало значительное повышение цен на основные виды товарной

продукции. Плюсов же оказалось больше: повышение объемов собственного производства на 100% и более, снижение зависимости от импортной продукции. Все это является хорошей опорой для увеличения самостоятельного производства и повышения конкурентоспособности пищевой отрасли РФ.

Библиографический список

1. Сайт «Газета.Ru». Статья от 05.08.2015 «Кого наказали антисанкции?». URL: <http://www.gazeta.ru/business/food/2015/08/03/7667813.shtml> (Дата обращения 07.04.2016)
2. Министерство сельского хозяйства РФ. Официальный интернет-портал. Показатели текущего состояния в АПК. URL: <http://www.mcx.ru/documents/document/show/15381.htm> (Дата обращения 07.04.2016).
3. Министерство сельского хозяйства РФ. Официальный интернет-портал. Ценовой мониторинг. URL: <http://www.mcx.ru/navigation/page/show/205.htm> (Дата обращения 07.04.2016).

УДК 339.138

Д.А. Нескоромная

магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

ОТ КИНО К ВИДЕОБЛОГАМ

В повседневной жизни потребитель сталкивается с рекламными объявлениями повсеместно, яркие картинки и лозунги ждут покупателя на экране телевизора, в почтовых ящиках, по пути на работу, в магазинах, даже на экране собственного смартфона. Зачастую такие обращения имеют цель отложиться в памяти покупателя, запомниться или же создать в сознании человека определенный образ товара. Научный интерес к рекламным обращениям обусловлен тем фактом, что с появлением все новых средств маркетинговых коммуникаций меняется и сознание потребителей, со временем подстраиваясь под новые «попытки» рекламодателей завоевать их внимание. Данный факт связан не только с изменением потребительского сознания в последние годы, но и с развитием новых технологий – производители стараются подхватывать современные тенденции и идти в ногу с потребителями, чтобы не создать у них ощущения того, что реклама отнимает часть их личного времени.

В условиях сложившейся в последние годы на территории РФ экономической обстановки для многих рекламодателей стал актуален вопрос поиска не только более эффективного, но и менее дорогостоящего способа рекламы. Принимая во внимание тот факт, что 2016 г. объявлен в России годом Русского кино, актуальным инструментом маркетинговых коммуникаций для многих производителей является product placement. Стоит также отметить тот факт, что на территории России данный инструмент не имеет законодательной подоплеки, т. е. официально не рассматривается в качестве рекламы, что в некоторых случаях предоставляет рекламодателям некую «свободу действий».

Дословно в переводе с английского Product placement означает «размещение продукта». Product placement – это размещение определенного товара, торговой марки или услуги в кино, теле – и радиопередачах, в газетах и журналах, в Интернете, компьютерных играх, в мультфильмах, литературе, поэзии, в песнях и музыкальных клипах, в комиксах и т. п. – во всех «продуктах», которые имеют сюжет и которые адресованы среднестатистическому потребителю. Это техника вплетения бренда, товара или услуги в сюжет произведения, а значит, в жизнь кино- или телегероя,

в его образ жизни и его окружение [1]. На Российском рынке понятие product placement часто интегрируют с понятием «скрытой рекламы», пытаясь тем самым хотя бы частично урегулировать его использование на телевидении.

Product placement как инструмент маркетинговых коммуникаций возник в 20-х гг. XX в. в США. Первопроходцами практики product placement можно назвать американские радиостанции, которые активно использовали свое эфирное время для продвижения различных товаров и услуг [2]. В 1930-х гг. в связи с проведением государственной кампании по охране здоровья был создан персонаж Popeye the sailor, призванный популяризировать консервированный шпинат. Герой популярного мультсериала моряк Попай любил подзарядиться консервированным шпинатом. После употребления шпината герой получал заряд сил, благодаря чему победил своего противника и завоевал сердце любимой девушки. В результате столь удачной рекламной находки продажи шпината в США выросли в несколько раз, а специалисты по продажам смогли оценить колоссальную маркетинговую силу искусства.

Именно этим ошеломительным успехом объясняется популяризация данного метода в XX в. С развитием СМИ развивался и инструмент: на данный момент существуют 3 типа размещения продукта: визуальный, аудиальный и кинестетический. Многие компании используют product placement не столько для рекламы собственной продукции, сколько для того, чтобы подчеркнуть собственный статус. «Те, кто уже использовал Product Placement, считают его имиджевой составляющей своих рекламных кампаний и не рассматривают как движущую и основную силу и, соответственно, не ожидают от Product Placement четко спрогнозированного результата», – сказал Сергей Иванов, директор Всероссийской выставки рекламных возможностей «АРТ МЕДИА ЭКСПО» [3].

На Российском рынке стремительно растет тенденция размещения product placement через видео-хостинги – популярные каналы, авторские блоги, личные страницы пользователей и т.п.. Данный вид рекламы, по мнению рекламодателей, является менее навязчивым, так как у потребителя создается впечатление того, что автор видео пользуется данным товаром в личных целях. Сравнивая данный тип размещения с кинофильмами можно прийти к выводу, что при просмотре фильма потребители проецируют на себя образ главных героев, хотят им подражать и т.п. При размещении product placement, к примеру, в видеоблогах, создается эффект «сарафанного маркетинга». Принимая во внимание то, что основной аудиторией видео-порталов являются молодые люди, компании, желающие заказать данный тип размещения продукта, должны учитывать эту специфику. Согласно исследованию digital-платформы Defy Media, онлайн видео служит для большинства 13–24-летних молодых людей не развлечением или средством познания, как предполагают маркетологи, а антидепрессантом и средством побыстрее уснуть. Для 57% представителей молодежи онлайн-видео – отличный способ поднять настроение, еще для 60% – возможность быть в курсе трендов и новинок, для 47% – возможность узнать или научиться чему-то новому, говорят аналитики. Такая ситуация с потреблением онлайн-видео, по мнению исполнительного вице-президента по маркетингу Defy Media Энди Ту, связано с тем, что «молодые люди просыпаются и ложатся спать, просматривая видео в Сети». Большинство из 13–24 летних (65%) смотрят контент с утра (до школы или работы) и до самого вечера.

Аналитики Defy Media обратили внимание и на площадки для просмотра видео. Номер один, по-прежнему, YouTube (85%), номер два – Netflix (66%), номер три – ТВ (62%), номер четыре – Facebook (53%). При этом Facebook молодые пользователи используют именно для просмотра видео и общения (60%), только для общения – лишь 40%. В общей сложности молодое поколение тратит 12,1 ч на просмотр видео в Сети или других онлайн-ресурсах.

Defy Media также обнаружили, что подростки не возражают против рекламы. Более того, 63% молодых людей выразили готовность приобрести продукт, рекомендованный звездой на YouTube. А вот доверия к ТВ-звездам меньше – на нее откликнулись бы только 48% представителей поколения Z [4].

Благодаря данным исследованиям можно утверждать, что видео-платформы более пригодны для размещения рекламы товаров, целевой аудиторией которой являются молодые люди

от 15 до 35 лет. На данный момент практически невозможно найти видео какого-либо известного блогера, в котором нет product placement.

На Российском рынке тенденцию использования данного метода подхватила международная компания Buzzaaag. «Мы – Buzzaaag, международная компания. Мы запускаем проекты, суть которых в тестировании новых товаров среди большого количества активных людей и сбор их впечатлений и отзывов.» Данная фраза приветствует пользователей на официальном сайте компании [5]. Сбор мнений пользователей представляет собой не что иное, как product placement. Производители заказывают у Buzzaaag рекламную кампанию, суть которой – по результатам анкеты отобрать пользователей, соответствующих целевой аудитории, выслать им бесплатные образцы продукции, а далее поделиться либо анонимным мнением на различных интернет-площадках, либо в социальных сетях и видео-хостингах, при этом пользователю необходимо выложить фотографии или видеоролики, где он пользуется данным товаром в повседневной жизни и описать свои ощущения. Главным условием кампании является то, чтобы потребитель не упоминал в своих отзывах сайт Buzzaaag, компаний конкурентов, а также не писал негативное мнение. Таким образом, заходя на личную интернет-страницу любимого блогера, пользователь увидит его «личное и непредвзятое» мнение о товаре. Некоторые производители работают напрямую с Интернет-пользователями, отправляя им подарки или предоставляя скидки взамен на product placement на их сайтах.

В силу того, что с каждым днем количество пользователей социальных сетей растет, существует также и явление «бесплатного» для производителя product placement, когда пользователь по собственной инициативе включает тот или иной товар в собственные видеоролики, осознанно или нет. Принимая во внимание тот факт, что product placement в сознании потребителя сложился как инструмент рекламного обращения именно на телевидении, его неявное появление в видеороликах не расценивается как навязчивое или как желание блогеров продать именно этот продукт. Потребителям кажется, что человек просто снимает видео у себя дома, в привычной ему обстановке, не уделяя внимания тому, что находится на заднем плане – будь то бутылка Coca Cola или Pepsi, заиграла ли у звезды мелодия Nokia Tune и т.п. На деле все может оказаться совсем иначе. Многие компании стали «отлавливать» данные видеоролики в сети и предлагать блогерам деньги за их «нечаянный» product placement. В данном случае в выигрыше остаются обе стороны – покупатель ненавязчиво предлагает свой продукт, а того, кто снимает видео, пользователи интернета не смогут обвинить в том, что он занимается рекламой за счет своих подписчиков.

Суммируя все вышесказанное, можно прийти к выводу, что на данный момент в России существует возрастающая тенденция использования Product Placement в сети Интернет. Данный феномен можно объяснить популяризацией сети Интернет за последние 10 лет, появлением новых средств связи и, соответственно, новых рекламных площадок. Рекламодатели обязаны «идти в ногу» с потребителем, подстраиваться под его меняющиеся потребности. У Product Placement на ТВ был выявлен ряд существенных недостатков, которых на данный момент удается избежать при его использовании в сети Интернет – во-первых, это эффект навязчивости, во-вторых – дороговизна, в-третьих – фильмы могут показываться на протяжении многих лет, товар может потерять свою актуальность, в-четвертых – нет возможности работать с целевым сегментом. Благодаря данному методу работодателям удается не только сэкономить на рекламных кампаниях, но и эффективнее взаимодействовать с целевыми сегментами, рациональнее управлять имеющимися ресурсами и получать обратную связь от пользователей.

Библиографический список

1. Березкина О.П. Product placement. Технологии скрытой рекламы. –Спб.: Питер, 2009.–227 с.
2. Хохлова Т.П., Назаретян П.В. Product placement как глобальная стратегия продвижения товаров и услуг: проблемы и пути их решения // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – №2.

3. Скрытая реклама в фильмах эффективнее рекламных роликов // foodsmarket.info:продуктовый интернет-портал URL: http://www.foodsmarket.info/news/content.php?id_news=964&yandex.ru/yandsearch?&clid=2186621&text=3.%09http%3A%2F%2Fwww.foodsmarket.info%2Fnews%2Fcontent.php%3Fid_news%3D964%2
4. Молодежь снимает стресс с помощью онлайн-видео // sostav.ru: интернет-портал о маркетинге URL: <http://www.sostav.ru/publication/pokolenie-z-snimaet-stress-s-pomoshchyu-onlajn-video-21678.html>
5. О компании Buzzaar // Buzzaar.eu URL: <http://buzzaar.eu/ru/about/>
6. Федеральный закон о рекламе // Consultant.ru: КонсультантПлюс URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_589

УДК 339.5

Д.Е. Новикова

студентка кафедры международного предпринимательства

В.Л. Хейфец

(профессор, д-р ист. наук, доцент) – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА УКРАИНЕ НА ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИИ И ФРАНЦИИ

На сегодняшний день партнерство «Россия-ЕС» переживает далеко не лучшие времена. 2014 год стал переломным годом в двусторонних отношениях. События на Украине и возвращение Крыма в состав России значительно подпортили развитие диалога и оттолкнули европейских партнеров. Серьезный удар по двусторонним отношениям был нанесен введением Евросоюзом санкций в отношении России, а затем и ответными мерами РФ. И хотя активно развивавшиеся до санкционной войны торгово-экономические и политические контакты нельзя было в полной мере назвать стратегическим партнерством, нельзя отрицать тот факт, что обе стороны заинтересованы в эффективном и стабильном развитии отношений [1].

В России сегодня работает более 1000 французских компаний, около семи тысяч компаний Франции осуществляют внешнеторговые операции с российской стороной. Франция является страной, которая ввела минимум экономических санкций в отношении России в связи с событиями на Украине. Однако наложение этих санкций, а также введение ответных мер со стороны России заметно повлияло на инвестиционные отношения двух стран. Безусловно, от введения санкций серьезно страдает сельскохозяйственный сектор французской экономики.

Французский экспорт продукции товарных групп, на позиции которых распространилось введенное Российской Федерацией 6 августа 2014 г. эмбарго, сократился за 2014 г. на 41,5% по стоимости и на 41,2% – в количественном выражении. В 2013 г. экспорт этой продукции составлял 212,4 млн евро, а в 2014 г. он упал до 124,3 млн евро. Из основных товаров этих групп наиболее существенно снизились поставки в Россию свинины свежей, охлажденной и замороженной (-95,3%) – с 61,9 млн евро до 2,9 млн, что связано, помимо эмбарго, с запретом на ее ввоз в Россию с февраля 2014 г. по мерам санитарной безопасности.

Сократились поставки сыров и творога – с 38 млн евро (7185 тыс. тонн) в 2013 г. до 20,3 млн (3572 тыс. тонн) в 2014 году. На 55,2% упал экспорт в Россию мяса и пищевых субпродуктов домашней птицы – с 18,3 млн евро (18,3 млн тонн) до 8,2 млн евро (12,1 млн тонн). На 53,9% снизились поставки молока и сливок – с 10,7 млн евро (3314 тыс. тонн) до 4,9 млн евро (1484 тыс. тонн). При этом за год на 33% выросли поставки молочных продуктов на основе растительных жиров – с 13,2 млн евро (1469 тыс. тонн) до 19 млн евро (1592 тыс. тонн).

Следует также отметить влияние кризиса на исполнение договора купли – продажи РСВ Mistral, подписанный в 2011 г. между Россией и Францией, который был приостановлен весной 2015 года. В связи с крымским кризисом союзники Франции (Германия, Великобритания и США) потребовали приостановить передачу кораблей в рамках санкций Евросоюза и США. Решение Франции отказаться от экспорта «Мистралей» объясняется сложившимися обстоятельствами, т. е. отсутствием урегулирования конфликта на Украине [2].

Трудно оценить влияние санкций. Экономика России также претерпела шок из-за падения цен на нефть. Как дополнение – к дальнейшей потере доверия к партнёрам в связи с неблагоприятной экономической ситуацией.

Однако, можно установить, что санкции имели непосредственное влияние на деятельность французских компаний в трех секторах: энергетики, обороны и финансов. Например, в энергетическом секторе некоторые проекты сотрудничества были приостановлены.

Газопровод «Южный поток» – крупнейший многосторонний инвестиционный проект, который французская сторона не планирует приостанавливать или замораживать; проблема в выяснении, соответствует ли проект третьему энергопакету, а не в решении политических вопросов взаимоотношения России и Украины [3].

От введения санкций страдают обе стороны – и российская, и французская. Причём французских инвестиций в российской экономике больше, чем российских – во французской, поэтому и риски неполучения прибыли и возвращения вложенных капиталов больше несёт французская сторона. Инвестиционные проекты, запущенные до усложнения ситуации на Украине, как и большинство проектов с другими странами, не были отменены или приостановлены. Частично инвестиции крупных французских компаний были немного отсрочены во времени, так как крупные компании ждут и оценивают, как экономика России будет себя вести в ближайшее время. Есть отрасли, которые продолжают свою работу, так как объёмы потребления в них не изменяются. Однозначно, рецессия главным образом связана со снижением доходов населения и с падением цены на нефть, но именно потребление позволяет, несмотря ни на какие трудности, поддерживать рост в России. Однако, есть секторы, которые сильнее страдают от кризиса, такие как автомобильный, в котором произошло падение продаж более, чем на 10%.

Следует обратить внимание, что ни одна французская компания не прекратила сотрудничество с российскими партнёрами с начала кризиса. Они остаются, потому что верят в будущее в России.

То, что действительно вызывает трудности – это отсутствие финансирования. Это последствие экономических санкций. Дело в том, что крупный французский бизнес уже присутствует в России. Новые проекты, таким образом, должны быть за малым и средним бизнесом, у которого нет возможности осуществлять самофинансирование.

Как отмечает стратег-аналитик по глобальным рынкам компании JPMorgan Asset Management в Лондоне Дэвид Стаббс, «Россия сейчас смотрится очень дешево, поэтому если вы когда-нибудь планировали инвестировать в Россию, то сейчас, вероятно, самое время».

В то же время он предупреждает о наличии высоких рисков, а именно эскалации конфликта на юго-востоке Украины и ухудшении взаимоотношений России с США и Европой. Специалисты утверждают, что сегодняшние инвестиции в Россию через несколько лет могут обернуться для своих держателей колоссальной прибылью [4].

Представляется, что самый неблагоприятный этап во франко-российских отношениях пройден. Много было разрушено в течение нескольких месяцев; восстановление доверия потребует времени. Однако реализм и здравый смысл, наконец, начинают преобладать как с одной, так и с другой стороны. 2016 год должен будет стать годом нормализации двусторонних отношений, в преддверии нового этапа развития.

Библиографический список

1. *Емелина И.А.* Отношения России и Евросоюза в условиях взаимных санкций (2014-2015) // Материалы VIII международной студенческой электронной научной конференции «студенческий научный форум» URL: href=<http://www.scienceforum.ru/2016/1834/22590>>www.scienceforum.ru/2016/1834/22590
2. Отмена договора о «Мистралях» – разумное решение . URL: <http://inosmi.ru/world/20150824/229829507.html>.
3. Посол Франции в России: в ЕС час экономических санкций против России пока не настал – интервью «Интерфаксу» посла Франции в России Жан-Морис Риппера, 5 июля 2014. URL: <http://www.interfax.ru/interview/384004>.
4. 5 причин инвестировать в Россию. URL:<http://www.vestifinance.ru/articles/53720>.

УДК 657.01

Д.И.Пивторак

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ВОПРОСЫ ВЗАИМОСВЯЗИ ФИНАНСОВОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТОВ

Большая часть руководителей экономических субъектов заинтересованы в грамотной и компетентной организации бухгалтерского учета, поскольку от этого зависит общее финансовое положение предприятия, результаты деятельности, финансовое прогнозирование и др. Бухгалтерский учет является структурной и взаимосвязанной системой, в которую входят три основных подсистемы: финансовый, управленческий и налоговый учет. Последний ведется параллельно с финансовым и необходим для учета в целях налогообложения. Именно налоговый и финансовый учет являются обязательными в силу законодательства РФ, тогда как система управленческого учета не является обязательной к применению.

В целях сравнения двух видов учета – финансового и налогового – можно выделить несколько основных отличительных признаков (табл. 1). Помимо вышеперечисленных признаков, следует рассмотреть и другие.

1. Информационная база.

В целях финансового учета формируется информация о доходах и расходах организации, размерах дебиторской и кредиторской задолженности и т. д., что необходимо для составления финансовой отчетности и отражения всех фактов хозяйственной деятельности. В то время как налоговый учет охватывает информацию, которая не только используется внутри организации, но представляется внешним пользователям для проверки достоверности формирования налоговой базы [1].

2. Принципы учета и порядок его ведения.

Финансовый и налоговый учет ведутся в соответствии с законодательством (Федеральный закон «О бухгалтерском учете» и Налоговый кодекс РФ), а также принятыми положениями и правилами [1, 2, 3].

3. Степень точности информации.

Для финансового учета информация должна быть точной и объективной, а также поддаваться проверке. Налоговый учет требует точности и своевременности информации о налогах и объектах налогообложения.

4. Периодичность составления и сбора информации.

Финансовый и налоговый учет требуют регулярного сбора и обработки информации (ежемесячно, ежеквартально, ежегодно).

5. Ответственность за качество предоставляемой информации.

Искажение информации в финансовом и налоговом учете судебно наказуемо.

Таким образом, финансовый и налоговый учет является необходимым и обязательным как для самой организации, так и для внешних пользователей: государственных органов, налоговых органов, кредиторов, инвесторов и т. д. [4]. Финансовый учет является необходимым звеном для представления информации о деятельности предприятия в целом, а налоговый – для представления информации государственным налоговым контролирующим органам об исчисленных и уплаченных налогах, налоговой базе, налоговых ставках и т. д. за налоговый (отчетный) период. Финансовый учет является основой для налогового учета, предоставляя всю необходимую информацию для дальнейшего анализа и отражения в отчетности [5].

Таблица 1

Сравнение финансового и налогового учета

Наименование признака	Финансовый учет	Налоговый учет
1. Цель учета	Отражение всех видов хозяйственных операций для внутренних пользователей и составление финансовой документации для внешних	Отражение полной и достоверной информации о порядке учета для целей налогообложения хозяйственных операций
2. Пользователи учетной информации	Внешние (аудиторы, контрагенты, инвесторы, и др.) и внутренние (руководители предприятия и его подразделений, учредители).	Внешние (налоговые службы и консультанты по налоговым вопросам и др.) И внутренние (бухгалтер, руководители, отдел налогового планирования)
3. Объект учета	Предприятие в целом	Предприятие в целом и хозяйственные операции, осуществленные налогоплательщиком в течение отчетного (налогового) периода
4. Обязательность ведения	Обязателен, строго регламентирован законодательством и ориентирован на международные стандарты учета	Обязателен, строго регламентирован законодательством (НК РФ), необходим сбор данных с высокой точностью

Различаются и подходы к учитываемым объектам. Так, финансовый учет основных средств и нематериальных активов предприятия основан на отражении их состава, оценки, учета амортизации, поступления, внутреннего перемещения и выбытия данных активов [6]. Налоговый учет направлен на исчисление налоговой базы и налоговых обязательств по данным активам в размере следующих налогов: налога на имущество, транспортного налога, земельного налога и т. д. Существенное различие обусловлено различными требованиями в соответствии с законодательными и нормативно-правовыми актами к отражению таких аспектов, как: различные способы амортизации, порядок создания резервов, порядок признания расходов, различная классификация расходов и доходов и др. [7]. Таким образом, возникает существенная разница между данными финансового и налогового учета.

Подводя итог, можно отметить, что финансовый учет охватывает все виды операций; налоговый рассматривает хозяйственные операции только с точки зрения налогообложения. В этом и заключается основное отличие финансового и налогового учета. Однако данные виды учета не могут существовать разрозненно, являясь продолжением и дополнением друг друга. Для наиболее эффективного функционирования всего предприятия в целом (для полного и достоверного отражения информации о затратах, доходах, финансовых результатах и прочих объектов, для своевременного представления отчетности в контролирующие органы) необходимо одновременное применение и функционирование всех подсистем бухгалтерского учета.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2014).
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 21.11.1996 г. № 129-ФЗ (в ред. от 28.11.2011. № 339-ФЗ)
3. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 04.11.2014)
4. Приказ Министерства финансов РФ «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008)», от 06.10.2008. № 106н (в ред. от 18.12.2012. № 164н).
5. *Вахрушина М. А.* Бухгалтерский управленческий учет: учебник для студентов вузов. 8-е изд, испр. М.: Омега-Л, 2010. 570 с.
6. *Кондраков Н. П.* Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: Проспект, 2012. 504 с.
7. *Смагина А. Ю.* Актуальные проблемы организации налогового учета на предприятии // Тренды развития современного общества : управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты: сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции (17–19 сентября 2014 года), ред.: Горохов А. А. (отв. ред.); Юго-Зап. гос. ун-т. Курск, 2014. С. 277–283.

УДК 333.330.15

Е.А.Пимкина

соискатель кафедры экономики высокотехнологичных производств

С.М.Молчанова

(канд. экон. наук, доц.) – научный руководитель

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГИИ

В настоящее время во всем мире, включая нашу страну, остро встает вопрос о разработке и внедрении новых источников энергии, так как одной из глобальных проблем современности является обеспеченность человечества ресурсами, в частности энергетическими. Общеизвестно, что наиболее значимыми из них на сегодняшний день являются нефть, природный газ, уголь, электричество. Запасы нефти и газа исчерпаемы, в силу этого необходимо искать альтернативные источники энергии. Одним из них является использование так называемых солнечных батарей. О солнечной энергетике знают уже давно, это предмет споров и дискуссий среди специалистов. Некоторые ученые полагают, что это большая перспектива на будущее, другие уверены в обратном. Вследствие этого, в России все чаще говорят о необходимости снижения энергопотребления за счет повышения энергоэффективности. Основным шагом, направленным на комплексное решение проблемы рационального использования энергии, стало принятие Федерального закона об энергосбережении и о повышении энергетической

эффективности. Опыт многих стран показывает, что альтернативные источники энергии могут эффективно использоваться в различных сферах экономики. По данным отчетов Renewables Global Status Report за последние несколько лет наблюдается устойчивый рост использования альтернативных источников энергии [1].

Потребление солнечной энергии по валовому уровню меньше, чем ветровой и гидроэнергии, но темпы роста ее использования выше. Системы, использующие солнечную энергию, весьма разнообразны по объему вырабатываемой энергии и конструктивным особенностям. Следует отметить, что наиболее рационально использование солнечных батарей в регионах с повышенным солнечным излучением, таких как Хабаровский край, Приморский край, Забайкальский край, где количество солнечных дней в году доходит до 300.

Очевидно, что чем выше инсоляция, тем эффективнее будут работать гелиопанели, так как на них поступает больше энергии. Современные солнечные панели оснащены двигателями, которые позволяют им разворачиваться и следовать за солнцем в течение светового дня – это повышает КПД солнечных электростанций. К сожалению, данные установки имеют существенные ограничения: в темное время суток они не работают, также значительно снижается их эффективность (иногда до нуля) в туманные и пасмурные дни. Поэтому обычно такие электростанции оснащаются «солнечными аккумуляторами», которые запасают энергию в светлое время суток и отдают в темное, таким образом обеспечивается непрерывность работы солнечных электростанций [2].

В южных и северных широтах, где уровень инсоляции высок практически в течение всего календарного года, гелиоэлектростанции могут быть использованы сами по себе, в то время как в тех широтах, где уровень инсоляции снижен, а также климатические условия предполагают наличие большого количества туманных и пасмурных дней, приходится к фотоэлектрическим панелям добавлять не только аккумуляторы, но и электростанции другого типа – ветряные или гидроэлектростанции, которые подключаются к выработке электроэнергии (и/или тепловой энергии), когда уровень инсоляции в данной местности существенно снижает производительность гелиоэлектростанций.

При реализации «солнечных» проектов необходимо рассчитать потребность и структуру финансирования с учетом специфики вложений, финансовые коэффициенты и показатели инвестиционной привлекательности; обосновать целесообразность и характеристику планируемой продукции; описать будущую производственную площадку. Также необходимо: оценить потенциальный спрос на данный вид энергии; сформировать цены на конечную продукцию с учетом особенностей традиционного потребления, энергонасыщенности и емкости рынка; составить схему движения денежных средств на инвестиционной и операционной фазах проекта; основные этапы и график реализации; спланировать производственные активы и мощности, технологию производства; рассчитать прогнозные показатели, такие как: результаты финансовой модели, анализ коэффициентов рентабельности и коэффициентов покрытия долга.

На наш взгляд, необходимо провести: анализ чувствительности чистой приведенной стоимости, время выхода на проектную производственную мощность, оценить факторы, влияющие на величину денежных потоков, анализ рисков данного проекта, спланировать минимальный уровень тарифа солнечной энергии для потребителя, определить уровни возможных дотаций на создание солнечных батарей и дотирования данного вида энергии, а также минимальный уровень объема инвестиций в генерацию для поддержания объема выработки солнечных батарей на уровне, не ниже традиционных источников.

Для большего понимания целесообразности использования солнечной энергии на предприятиях следует произвести оценку эффективности солнечной энергии в сравнении с использованием электрической энергии для нагрева горячей воды, а также с вариантом подключения к тепловым сетям на практическом примере. За исследуемый объект возьмем Дальневосточный филиал пивоваренной компании «Балтика», который установил и ввел в эксплуатацию системы солнечных батарей для обеспечения собственного спортивно-оздоровительного комплекса дешевой тепло- и электроэнергией. Находящиеся под землей помещения отапливаются круглый год независимо от центральной системы отопления, причем

за счет абсолютно бесплатного источника – солнца. Помимо сокращения прямых затрат на электрическую и тепловую энергию, использование солнечной энергии уменьшает выбросы в окружающую среду. Цели установки солнечной батареи на заводе – экономия денежных ресурсов компании, которая основана на уменьшении затрат на потребление тепловой энергии, а также снижение пагубного влияния на окружающую среду. Средняя выработка гелиосистемы достигает 78,84 мВт в год, что позволяет «Балтике» в среднем ежегодно экономить 1200 кВт электроэнергии. Солнечная батарея немецкой компании «BOSCH THERMOTECHNIK GMBH» обошлась заводу в 580 тыс. рублей, полные же вложения в установку инновационных технологий достигают размера около 1,5 миллиона рублей. Текущие затраты, связанные с ремонтом и обслуживанием составляют 5 тыс. руб./год. [3]

Средний индекс инфляции на тепловую энергию, получаемую от тепловых сетей, составляет 1,21. Средний индекс инфляции на электрическую энергию составляет 1,10. [4]

В таблице произведен расчет экономического эффекта с учетом инфляции на энергоресурсы (табл.).

Исходя из данных таблицы, мы видим, что срок окупаемости использования солнечных батарей представляет собой 8-9 лет при сроке службы таких систем от 30 лет. Однако, стоит заметить, что при сокращении капитальных затрат и уровня инфляции, срок окупаемости проекта может быть значительно меньше. Данный пример небольшого предприятия позволяет, с учетом постоянного совершенствования технологий солнечных батарей и снижения их цены, уверенно спрогнозировать неизбежный рост применения АИЭ в промышленных масштабах, особенно в солнечных регионах.

Таблица

Экономический эффект использования солнечной энергии по годам при сравнении с тепловой и электрической энергией

Год	Электрическая энергия		Тепловая энергия	
	Тариф с учетом инфляции, руб./кВт*ч	Стоимость эквивалентной электрической энергии, руб./год	Тариф с учетом инфляции, руб./МВт	Стоимость эквивалентной тепловой энергии руб./год
1	2,20	173448	1100,60	86771,3
2	2,42	190792,8	1331,73	104993,6
3	2,66	209714,4	1611,39	127041,9
4	2,93	231001,2	1949,78	153720,7
5	3,22	253864,8	2359,24	186002,5
6	3,54	279093,6	2854,68	225062,9
7	3,90	307476,0	3454,16	272325,9
8	4,29	338223,6	4179,53	329514,1
9	4,72	372124,8	5057,24	398712,8
10	5,19	409179,6	6119,26	482442,5
11	5,71	450176,4	7404,30	583755,0
12	6,28	495115,2	8959,20	706343,3
13	6,9	543996	10840,63	854675,3
14	7,59	598395,6	13117,17	1034157,7
15	8,35	658314	15871,77	1251330,3

При более детальном расчете экономической эффективности «солнечного» проекта следует учитывать: специфику получения электрической энергии за счет энергии солнца, достижимость цели за период эксплуатации солнечной станции и релевантность проекта, т.е. соответствие поставленных задач конечным результатам. Исходя из того, что при определении эффективности и

релевантности нам важны объем инвестиций в проект и сроки его возможной окупаемости, необходимо учесть следующие факторы: сроки и стоимость проектирования, строительства, операционные расходы на эксплуатацию объекта; выручку от реализации электроэнергии, выработанной солнечной электростанцией; расходы на наличие резервных мощностей, задействованных традиционными энергоносителями, которыми можно воспользоваться в темное время суток и во времена неблагоприятных погодных условий. В случае если результаты экономической эффективности будут негативными, а прибыль отрицательной, необходимо с учетом оценки экологической и политической составляющих развития «зеленой» энергетики предусмотреть объем дотирования данного проекта, т.е. возможного государственного субсидирования экологически эффективных технологий.

В заключение следует отметить, что помимо перечисленных показателей, необходимо рассчитать показатель, отражающий отношение полезного результата от использования солнечной энергии к затратам данного проекта, произведенным в целях получения эффекта применительно к производимой продукции. Данный показатель складывается как интегральный на разных стадиях производственного процесса и является итоговой характеристикой для любого инвестиционного проекта при получении максимальной выгоды и минимального риска. Причем для нас в этом случае важным является использование возобновляемых источников энергии для обеспечения достаточного энергетического уровня предполагаемого проекта и достижения экономически оправданной эффективности использования в целях соблюдения требований к охране окружающей среды, минимального объема инвестиций для поддержания концепции распределенного производства энергии.

Библиографический список

1. <http://www.ren21.net/about-ren21/about-us/secretariat/>
2. Волков А.В. Энергия Солнца – перспективный источник энергии для теплоснабжения южной части Дальневосточного региона // Проблемы интеграции малых городов российского Дальнего Востока в экономическое пространство АТР: материалы междунар. науч.-практ. конф. / под ред. В.А.Осипова. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та; Изд-во ДВГТУ: Большекаменский ин-т экономики и технологий (филиал), 2009. С. 195-203.
3. <http://www.bosch-thermotechnology.com/>
4. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics

УДК 004.9

О.П. Покшиванова

специалист по учебно-методической работе 81 кафедры

С.М. Молчанова

(канд. экон. наук, доц.) – научный руководитель

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЭКОНОМИКЕ

В современном мире, где быстро развиваются информационные технологии, для создания конкурентных преимуществ, развития бизнеса, руководство предприятия должно принимать большое количество решений, для чего сопоставляется и оценивается колоссальный объем информации, полнота и достоверность. Не имея точной информации, руководители, как правило, принимают решения интуитивно. Во избежание этой ситуации на предприятиях в настоящее время практикуется внедрение современных корпоративных информационных систем (КИС), при этом предполагается, что в них будет содержаться вся необходимая для эффективной работы информация.

Сейчас на российском рынке представлено много различных корпоративных информационных систем для промышленных предприятий, банков, страховых компаний и т.д. Все системы различаются по цене, функциональным возможностям, срокам выполнения работ, однако каждый разработчик старается представить свой продукт, как уникальный и самый эффективный в использовании. *Информационная система* – это инфраструктура предприятия, задействованная в процессе управления всеми информационно-документальными потоками, включающая в себя следующие элементы: информационная модель, кадровые ресурсы, программное обеспечение, аппаратно-техническая база.

Корпоративные информационные системы (КИС) – это интегрированные системы управления территориально распределенной корпорацией, основанные на углубленном анализе данных, широком использовании систем информационной поддержки принятия решений, электронных документообороте и делопроизводстве. КИС призваны объединить стратегию управления и передовые информационные технологии [1]

В настоящее время на российском рынке корпоративных информационных систем присутствуют как западные системы, так и системы российских разработчиков. Общее число корпоративных информационных систем на рынке достаточно велико и исчисляется десятками. Наиболее известны следующие системы: SAP R/3, Concorde XAL, Oracle Application, ColumbusITPartnerRussia, 1С, «Галактика», «Парус-Корпорация», «БОСС- Корпорация», Syte Line и др. Объем российского рынка КИС уже можно сравнивать с европейским и американским. Доля КИС на российском рынке растет на 20% каждый год, и к настоящему времени соотношение российских и западных КИС примерно уравнилось.

Система «1С» – популярное в России (особенно, среди малых предприятий) ПО. Оно позиционируется компанией в 2-х направлениях. Во-первых, как универсальное средство создания прикладных решений для автоматизации экономической деятельности (платформа «1С: Предприятие»), в этом случае система используется для оптовой и розничной торговли, для смешанных форм предприятий, для учета услуг и т. д.; во-вторых, как готовые решения, поставляемые «1С». Существуют типовые конфигурации «1С: Торговля и Склад» (готовые прикладные решения), предназначенные только для торгового учета, и типовые конфигурации для комплексного учета в торговых организациях, в которых присутствует бухгалтерский учет и расчет зарплаты. Система «1С: Торговля и Склад», помимо базовых возможностей, содержит три дополнительных функциональных компонента: «Оперативный учет», «Бухгалтерский учет» и «Расчет», которые поставляются отдельно. В настоящее время насчитываются многие тысячи инсталляций ПО «1С» на российских предприятиях. Внедрением «1С» занимаются сотни российских фирм.

Система управления «Парус» поддерживает классическую модель управления предприятием: финансовое и материальное планирование ресурсов в целях обеспечения согласованной работы всех подразделений предприятия; учет всех фактов финансово- хозяйственной деятельности, происходящих в процессе функционирования предприятия; контроль и управление деятельностью предприятия; анализ исполнения планов с возможностью детализации обнаруженных ошибок. Реализация этой модели облегчает принятие управленческих решений. Системы управления «ПАРУС» включают ряд модулей, объединяемых в четыре подсистемы: управление финансами (финансовое планирование, бухгалтерский учет, консолидация), маркетинг и логистика (маркетинг (клиенты), закупки, склад, реализация, магазин), управление производством (учет затрат и калькуляция себестоимости, технико-экономическое планирование, техническая подготовка производства), управление персоналом (учет персонала, табельный учет рабочего времени, расчет заработной платы).

Система «ПАРУС» ориентирована на предприятия малого и среднего бизнеса, органы государственного и муниципального управления, бюджетные организации и страховые, нефтяные компании («Лукойл-Нефтепродукт»), предприятия военно-промышленного комплекса.

Система «Галактика» обеспечивает автоматизированное управление всеми видами ресур-

сов предприятия: материальными, финансовыми, кадровыми, позволяет осуществлять планирование и управление ходом производства, хранения и сбыта продукции, обеспечивает своевременное рациональное обеспечение производства необходимыми материалами, дает оперативную информацию для принятия управленческих решений. В состав программы «Галактика» входят следующие модули: управление производством (спецификации продуктов, управление заказами, управление ремонтами, учет в производстве, планирование производства, контроллинг, корпоративное планирование), финансы (финансовый анализ, платежный календарь, управление бюджетом, планирование финансов, управление проектами), бухгалтерский учет (векселя и кредиты, фактические затраты, финансово-расчетные операции, ведение налоговых расчетов, налоговые регистры, бухгалтерская отчетность, хозяйственные операции, касса), логистика (материально-техническое обеспечение, управление договорами, управление снабжением, управление сбытом, складской учет, поставщики, получатели), управление взаимоотношениями с клиентами (клиенты, рекламные кампании), управление персоналом (управление персоналом, заработная плата).

«БОСС-Корпорация» предназначена для управления финансово-хозяйственной деятельностью производственных, государственных и торговых предприятий и организаций. В ней автоматизированы разнообразные виды учета (бухгалтерский, оперативный и производственный), финансовое и производственное планирование, управление персоналом. Система построена по модульному принципу и состоит из трех подсистем: финансы, логистика, персонал. В функциональный состав «БОСС-Корпорация» входят следующие модули: главная книга, операции на расчетных счетах, операции с наличными денежными средствами, журнал хозяйственных операций и расчетов, финансовый контроллинг, управление закупками, управление запасами, управление продажами, основные средства, штатное расписание, кадры.

КИС «NS2000» (разработка компании Никос-Софт) предназначена для средних и крупных торговых и промышленных предприятий. Она базируется на СУБД Progress, работает на разных типах компьютеров и под различными ОС: всех UNIX-платформах; MS Windows и Windows NT; Novell Netware; OS/2; VAX/VMS; OS/400. Для разработки NS2000 использован язык Progress 4 GL. В многопользовательских системах (UNIX, VMS и др.) NS2000 позволяет реализовать как традиционную клиент-серверную архитектуру, так и терминальный режим. Для однопользовательских систем (Windows) поддерживается доступ к серверу по сети и автономный режим работы с БД. Распределенный многопользовательский ввод данных реализован через автоматическую асинхронную репликацию данных: через электронную почту по обычным телефонным линиям с применением модемной связи, через выделенные оптоволоконные каналы связи или спутниковые системы связи, через мобильные удаленные рабочие места. Система построена по модульному принципу. Ее основу составляют универсальный конструктор и набор модулей, которые могут работать независимо. В состав «NS2000» входят следующие группы модулей: управление финансами, логистика, управление персоналом, управление производством и многомерный анализ.

КИС «VRsystem» (разработка компании «V-Real») предназначена для средних и крупных предприятий и организаций. Она построена по модульному принципу с применением технологий объектно-ориентированного программирования и реализована в многоуровневой клиент-серверной архитектуре. Система работает на различных аппаратных платформах под управлением MS Windows NT или UNIX. В качестве СУБД использован сервер Adaptive Server Enterprise компании Sybase. В основу VRsystem положены следующие технологии: объектно-реляционная; самоопределенных (универсальных) документов; модель распределенной обработки Open Client Open Server компании Sybase. Ядро VRsystem сервер бизнес-логики, с помощью серверной библиотеки разбирающий входящий от клиента поток данных, выполняющий обработку бизнес-правил, и прозрачно переносящий предложения языка Transact-SQL на указанный SQL Server. VRsystem состоит из более чем ста функциональных модулей, которые группируются по следующим направлениям: управление запасами, управление закупками, управление финансами, администрирование. На базе VRsystem в концерне Генезис (СПб) реализовано управление 40 аптеками с POS-

терминалами, а в Государственном Эрмитаже и Государственной Третьяковской Галерее внедрены системы продажи билетов на зрелищные мероприятия (использующие POS-терминалы и специальные принтеры для печати билетов). VRsystem внедрена и у крупнейшего контейнерного оператора на Северо-Западе России компании. Она обеспечивает одновременную работу 150 пользователей и интегрирована с решениями третьих фирм по управлению складом контейнеров и дистанционной диспетчеризацией погрузчиков и тягачей (с применением систем точного позиционирования на основе приемников GPS и радиотерминалов). В настоящее время идет внедрение VRsystem на ряде других крупных объектов.

КИС «Эверест» (разработка компании Бит) предназначена для автоматизации управления материальными, финансовыми и человеческими ресурсами крупных и средних промышленных и торговых предприятий. Она построена по модульному принципу и реализована в клиент-серверной архитектуре с использованием Borland Delphi в качестве клиента и Oracle в качестве сервера. Система работает с наиболее распространенными ОС: MS Windows NT, Novell Netware и различными версиями Unix. При необходимости она интегрируется через соответствующие шлюзы с ПО разработки третьих фирм. В систему встроены инструментальные средства собственной разработки и поддерживается до ста и более рабочих мест. В состав Эвереста входят следующие функциональные подсистемы: оперативный учет, бухгалтерский учет, финансовый контроллинг, управление персоналом.

ПО «БЭСТ-ПРО» (разработка фирмы «Интеллект-Сервис») позиционируется для применения на средних и крупных предприятиях. Оно разработано на основе Btrieve на языке C++ и может работать в следующих сетевых ОС: Novell Netware, Windows 95/NT. Есть версия для промышленных предприятий и для оптовой торговли, готовится отдельная разработка для супермаркетов. Ряд модулей есть как в DOS-, так и в Windows-варианте, некоторые же предназначены только для работы под DOS, например, для подразделений, где требуется массовый ввод данных, который удобнее осуществлять с клавиатуры. Для применения в розничной торговле система интегрируется с широким набором кассовых аппаратов (9 типов POS-терминалов и 11 электронных кассовых регистраторов) и различными видами торгового оборудования. Связь с удаленными объектами может быть обеспечена с помощью модема. В состав «БЭСТ-ПРО» входят подсистемы: управления запасами, закупками и продажами, контроля договорных обязательств, финансов, взаиморасчетов с поставщиками и покупателями. Кроме того, есть блоки учета кадров, зарплаты, основных фондов, бухгалтерского и налогового учета. Система имеет открытую архитектуру, структура БД входит в комплект поставки. Пользователи и/или партнеры могут делать собственные доработки системы (новые модули, отчеты, функции). ПО «БЭСТ-ПРО» установлено на таких предприятиях, как: «Сантехкомплект», «Нарофоминский хладокомбинат», «Черкизовский молочный завод», «Уренгойская ГРЭС», «НПО Кросна».

Система «Аккорд» (разработка фирмы «Атлант-Информ») завершила переход со своей DOS-версии на платформе Btrieve к Windows-версии на Sybase Adaptive Server (V. 5.0). Существуют двух- и трехуровневый клиент-серверные варианты. Система рассчитана на крупные предприятия с интенсивным документооборотом. В ее последней версии появилась возможность получать в автоматическом режиме консолидированный баланс нескольких (в том числе, территориально-распределенных) предприятий, вести бухгалтерскую отчетность в соответствии с российскими и международными стандартами (GAAP, IAS), производить расчеты в разной валюте и т. д. Предусмотрена интеграция с системой документооборота DOCS OPEN и с системой управления деловыми процессами Work Route. ПО Аккорд является документоориентированным и построено по модульному принципу. Встроенная в систему инструментальная среда разработки базируется на Borland Delphi, а включенный в ее состав язык алгоритмов (аналог редактора форм) позволяет создавать и изменять формы отчетов (в стандартную поставку входит около 200 видов отчетов). К настоящему моменту ПО «Аккорд» установлено на десятках российских предприятий. Существуют отраслевые версии системы: для провайдеров в области связи (биллинговая система), для организаций, работающих в сфере экологии, для авиакомпаний, для агрофирм.

Система Альфа (разработка фирмы «Информконтакт») предназначена для управления средними и крупными производственными и торговыми предприятиями. В ее состав входят 11 модулей (от управления персоналом до управления финансами и складом). Благодаря модулю ALFA-Replication Server система может работать в корпорациях и холдингах с территориально-распределенной структурой. Для передачи информации используются различные каналы связи от выделенных линий до электронной почты и магнитных носителей.

«Альфа» построена в 2-уровневой клиент-серверной архитектуре, причем, клиентская часть состоит из 2-х слоев пользовательского интерфейса и бизнес-объектов (классов и функций). В прошлом году в дополнение к Oracle-версии «Альфы» была выпущена версия на основе MS SQL Server. Расширяются и отраслевые решения. Создаются подсистемы управления производственной деятельностью для пищевой промышленности (фабрики-кухни и предприятия по переработке пищевого сырья), химической и ряда других. Каждое из отраслевых решений, по словам разработчиков, изначально создается с ориентацией на принципы и идеи, заложенные в MRP II.

В настоящее время «Альфа» внедрена, примерно, у 50 российских клиентов (в торговле, производстве, строительстве и холдинговых управляющих компаниях). Максимальное количество рабочих мест, установленных у одного клиента, превышает 100 (система в этом случае работает в территориально-распределенном варианте). Сейчас идет внедрение системы на ALCOA CSI Vostok подмосковном предприятии по переработке пищевой пластмассы – филиале компании «Aluminum Company of America».

При сохранении текущих тенденций развития российского рынка корпоративного ПО в ближайшие годы можно с большой степенью вероятности спрогнозировать резкое обострение конкуренции между западными и российскими КИС, особенно среди средних и крупных предприятий. Решающими факторами в конкурентной борьбе на российском рынке в обозримом будущем станут: скорость расширения функциональных возможностей КИС и их адаптации к нуждам клиента; быстрота внедрения систем; качество работ по расширению возможностей, адаптации и внедрению КИС. Немаловажную роль сыграют также способность и желание российских компаний к установлению между собой партнерских отношений (и даже образованию разных альянсов) для получения различного рода рыночных преимуществ. [2]

Библиографический список

1. Абдикеева О.В. Китовой. Корпоративные информационные системы управления: учебник. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 464 с
2. <https://habrahabr.ru/>

УДК 658.818

Е.А. Полина

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

Я.О. Сумбарова

(канд. экон. наук, доц.) – научный руководитель

CRM–СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Развитие цивилизованного рынка в первую очередь связано с конкуренцией. Личное процветание и успех зависят во многом от того, насколько компания может сформулировать и удержать уникальные преимущества. Наиболее эффективная стратегия – это построение долгосрочных отношений со всеми существующими и потенциальными клиентами. В конце 90-х гг. появилось понятие CRM-ориентированная на клиента система взаимодействия с потребителями, основанная

на возможностях информационных технологий. Среди многочисленных методов в практике работы современных компаний наиболее эффективным, но и более сложным в реализации, может быть CRM-подход. Его использование предполагает определенную предысторию взаимоотношений с клиентами, фиксацию и систематизацию доступных знаний о клиенте и его бизнесе. Но с другой стороны его использование требует достаточно слаженной работы многих структурных подразделений фирмы, отвечающих за работу с клиентами. Одной из главных функций управления предприятием в сфере малого и среднего бизнеса являются функции управления взаимоотношениями с клиентами. Эти задачи реализуются в CRM-системах (Customer Relationship Management Systems).

CRM – это концепция эффективного управления взаимоотношениями с покупателем, ориентированная на потребности клиента и на активную работу с ним. Основной целью создания и внедрения таких систем является увеличение доходов предприятия за счет привлечения и удержания клиента, увеличения объема продаж и уменьшения стоимости обслуживания. Использование современных информационных технологий при реализации CRM-концепции позволяет в оперативном режиме формировать базу данных о клиентах, проводить анализ и прогнозы их возможного поведения, что в конечном итоге способствует более эффективной организации продаж и упрощению контактов с потребителями. CRM-системы группируются по уровням обработки информации. Операционная CRM обеспечивает оперативную обработку текущей информации о клиентах. Аналитический уровень использует инструментальные средства анализа информации о клиентах в различных представлениях, включая анализ эффективности продаж в разрезе групп товаров (услуг), отдельных сегментов клиентов, временных периодов [5].

CRM – это модель взаимодействия, полагающая, что центром всей философии бизнеса является клиент, а основные направления деятельности – меры по поддержке эффективного маркетинга, продаж и обслуживания клиентов. Поддержка этих бизнес-целей включает сбор, хранение и анализ информации о потребителях, поставщиках, партнерах, а также о внутренних процессах компании. Функции поддержки этих бизнес-целей включают продажи, маркетинг, поддержку потребителей, управление качеством, обучение и повышение квалификации сотрудников компании, найм, развитие и управление мотивацией персонала. Технологии поддержки модели CRM должны являться частью общей клиентоориентированной стратегии компании [6].

CRM-подход основан на следующих принципах: основополагающая задача компании – удовлетворить потребности клиента; клиенту уделяется максимальное внимание на всех этапах взаимодействия; удержание имеющихся клиентов важнее привлечения новых. Вместе с тем часто термин «CRM-система» означает соответствующее программное обеспечение, позволяющее управлять всеми бизнес-процессами во фронт- и бэк-офисах организации. Оба определения верны, но только их совместное использование дает наиболее полное представление о CRM. Таким образом, применительно к разработке и функционированию программ лояльности CRM-технологии являются идеологической и технологической платформой подобных проектов, позволяющей эффективно работать с объемными базами данных. Сама система в данном случае является носителем двух наиболее ценных активов компании – базы данных с полной историей каждого клиента и автоматизированных механизмов работы с ней. CRM основана на реализации передовых, управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания собирает информацию о своих клиентах на всех стадиях жизненного цикла (привлечение, удержание, лояльность), извлекает из нее знания и использует их в интересах своего бизнеса путем выстраивания взаимовыгодных отношений с потребителями. На технологическом уровне CRM-система представляет собой программное обеспечение, включающее набор приложений, связанных бизнес-логикой и интегрированных в корпоративную информационную среду организации на основе единой базы данных.

Основой создания CRM является клиентская база. Технология базы данных должна предусматривать возможность быстрой, надежной и эффективной обработки большого массива информации. Мощность базы должна быть на 50% выше требуемой для предполагаемого объема работы, поскольку следует принимать во внимание необходимость сбора дополнительных данных в будущем [3].

По данным исследования, проведенного агентством Jupiter Research, в объеме продаж туристических услуг с внедрением CRM-инструментов (онлайн-технологий) в 2014 г. показал значительный рост, составив в сумме \$54 млрд, или 23% всех сделок. По данным того же исследования, к 2020 г. ожидается рост онлайн-продаж до \$91 млрд, или до 33% всех сделок. Аналитики Jupiter Research отмечают, что дальнейший рост рынка он-лайн продаж в туристической отрасли во многом зависит от совершенствования инструментов поиска информации, которая необходима туристам [4].

Современное грамотное управление крупными туристическими фирмами, в том числе и корпоративными, требует глобализации управленческих функций и, одновременно, использования компьютерных систем коммуникации. Исторически первая модель бронирования и подход к автоматизации этой процедуры были разработаны авиакомпаниями, которые начали осуществлять массовые пассажирские перевозки. Крупные авиакомпании в 1960-х г.г. столкнулись со столь большими объемами пассажирских перевозок, что ручная обработка заявок на бронирование стала практически невозможной без значительных потерь клиентуры. В этот период начали создаваться первые компьютерные системы бронирования, которые заложили основу для информатизации всей туристической индустрии в последующие десятилетия. В настоящее время при использовании всех глобальных систем распределения обрабатываются услуги на сумму около \$300 млрд, однако эта цифра не превышает и 10% от общего оборота туристической индустрии – крупнейшего сектора экономики в мире [2].

Основные принципы создания информационного обеспечения на всех этапах разработки гостиничного продукта позволяют реализовать CRM в интегральной форме, позволяющей собирать и систематизировать информацию об основных и вспомогательных бизнес-технологиях использования гостиничной услуги и эксплуатации товаров производственно-технического назначения, что позволяет показать заказчику пути наиболее эффективного развития собственного бизнеса. Кроме того, достигается «синергетический эффект» перекрестных связей и коммерческого использования самой последней текущей информации.

CRM – это стратегия ведения бизнеса, основная цель которой заключается в удовлетворении максимального количества потребностей клиентов организации, что достигается путем формирования лояльности у этой группы клиентов. Таким образом, между CRM, выступающей в качестве стратегии ведения бизнеса, и маркетингом взаимоотношений/лояльности можно поставить знак равенства [1].

Библиографический список

1. Андреев А.Г. Лояльный потребитель – основа долгосрочного конкурентного преимущества компании // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2003. № 2. С. 16.
2. Боткина Л.В. Состояние и перспективы развития гостиничной индустрии в системе обеспечения качества услуг. Вестник МГУ. № 7. 2012. С. 22-45.
3. Бранберг Р. Особенности современных коммуникативных технологий: методы и формы и содержание избирательных компаний. Маркетинг. 2009. № 7. С. 34-55.
4. Яковлев П. Особенности туристского предложения // Туризм. 2014. № 10. С. 170-192.
5. Цуневская О.Я. Автоматизация программ лояльности на основе CRM технологий.//Маркетинг и маркетинговые исследования. 06(78)2008. С.236.
6. Хапсироков М.К. Сущность и назначение CRM-технологий. Гуманизация образования. № 7/2009. С. 33-38.

УДК 339.138

В.А. Румянцева

Магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛЬНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Сегодня российский рекламный рынок развивается динамично и устойчиво. Реклама проникает во все сферы жизни, рекламные материалы распространяются с коммуникаций. помощью средств массовой информации: телевидения, радио, кино, печати и других

Реклама продукции и деятельности предприятия – это важнейшая составная часть комплекса маркетинговых мероприятий, своеобразный информационный выход на потребителя. При правильной организации реклама очень эффективна и способствует быстрой бесперебойной реализации производимой продукции. Но для того, чтобы реклама работала, нужно разработать стратегию рекламной кампании. «Этот подход позволяет избежать ошибок при проведении рекламы. Он позволяет минимизировать риски, связанные с недопониманием потребителя, повысить эффективность рекламы. Основным источником разработки стратегии рекламной кампании – общая программа маркетинга» [1].

Система маркетинговых коммуникаций является одним из основных элементов маркетинга. Принадлежность рекламы к системе коммуникаций определяется различными функциями, которые выполняет реклама.

Процесс коммуникации реализует наиболее общие задачи, такие как: информирование о событиях и фактах общественной жизни, развитие контактов между людьми, управление процессом общения. Однако, взаимодействие общества и рекламы оказывается двуединым процессом. Общество развивает и интенсифицирует рекламную деятельность, а рекламные технологии стимулируют социально-экономическое развитие общества.

В настоящее время функции рынка включают в себя различные формулы расчета эффективности рекламы. Важно отметить, что экономическая эффективность рекламы может определяться соотношением между результатом, полученным от рекламы, и величиной затрат на проведение рекламных мероприятий за фиксированные промежутки времени [2].

В силу своей природы феномен рекламы является предметом междисциплинарных исследований. Большинство теоретических разработок на тему рекламы носят коммерческий характер. В данной сфере исследований пересекаются интересы многих теоретических дисциплин, среди которых называют социальную психологию, социологию управления, экономическую социологию, теорию управления и маркетинг. Стоит отметить, что социологические исследования рекламы начались в СССР в 70-е гг. XX века и были связаны с изучением различных аспектов воздействия на потребителя.

Управление рекламой представляет собой социальное управление, ориентированное на формирование структуры общечеловеческих ценностей, которые отражают глобальные проблемы современности. Управление рекламой в начале XXI в. происходит на основе анализа процессов рекламных коммуникаций и социальную ориентацию аудитории, на которую направлено рекламное обращение. Эффективность рекламного воздействия обусловлена специфическими социокультурными особенностями общества, в котором развивается процесс рекламной коммуникации, такими как традиции, менталитет.

Интенсивное развитие рекламы в нашей стране происходило одновременно со становлением рынка в России. Этому процессу немногим более 10 лет. Безусловно, реклама в России была представлена значительно раньше, и история ее существования у нас в стране – не меньше, чем в 4 развитых европейских странах, таких как: Франция, Германия, Англия, Дания.

Однако период, когда реклама стала определять массовое продвижение товаров и услуг, наступил только в условиях свободного рынка [3].

Следует отметить опережающие темпы развития рекламы. Свободный рынок в России занимает около 15% всего объема хозяйствования, а реклама охватывает половину всех товаров и услуг. Даже предприятия, находящиеся под контролем государственных структур, стараются давать хотя бы небольшие объявления о товарах широкого потребления, производимых в порядке диверсификации, а также на основную продукцию.

Вопрос об эффективности является главным в рекламе. Каждый рекламодатель стремится получить максимальную отдачу от вложений в рекламу, что и означает получение максимальной эффективности. Этим занимаются сотрудники фирмы или привлеченные специалисты из центров маркетинговых или консалтинговых услуг. В России за последние три года интенсивно создаются отделы маркетинга или рекламы. Обычно это происходит в крупных и средних фирмах, а в малых эти функции, как правило, выполняют менеджеры или другие специалисты [4].

В комплексное значение рекламы, как и стратегии маркетинга, еще в целом недооценено. Создаваемые бизнес-планы в большинстве своем пока не стали планами стратегии маркетинга и развития и поэтому не основываются на всестороннем анализе рынка, его конъюнктуры, в том числе и с учетом влияния комплексного воздействия рекламы. В такой ситуации следует всячески развивать те направления маркетинга, которые проявились, не тормозя их организационными перестройками. Только после того, как стратегия маркетинга станет общенациональным явлением, можно будет переходить к совмещению организации функций управления и маркетинга.

Библиографический список

1. Дурова М.И., Худинская Г.Л. О рекламе. М.: ИНФРА-М, 2004. 171 с.
2. Лидовская О. Оценка эффективности маркетинга и рекламы: Питер: 2008. 140 с.
3. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность. М.: Дашков и Ко, 2002. 359 с.
4. Маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. А.Н. Короля. Хабаровск. Либерея, 2007. 424 с.

УДК 339.944.2

В.В. Саганенко

студент кафедры международного предпринимательства

Г.Ю. Пешкова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СЛИЯНИЯ АВИАКОМПАНИЙ BRITISH AIRWAYS И IBERIA

Количество консолидационных процессов в сфере пассажирских авиаперевозок увеличивается. Консолидация происходит разными методами, основанными как на создании авиационных альянсов, развитии практики кодшеринговых соглашений, при которых компании заключают договор о совместном использовании того или иного рейса, что позволяет обеим реализовывать на них билеты и получать выручку от продаж, так и на слияниях и поглощениях в сфере пассажирских авиаперевозок. Оценка результативности слияний и поглощений в ретроспективе позволяет выявить слабые места в управленческой деятельности компаний, определить трудности, возникшие в процессе проведения сделки, и предотвратить негативный эффект от них в будущем. Сфера гражданской авиации, осложненная своими специфическими характеристиками, требует отдель-

ного, продуманного подхода к оценке слияний. Этот подход должен основываться на таких особенностях, присущих сфере, как например, мобильность и особенности в технической эксплуатации и обслуживании средств производства или наличие специфических данных, входящих в отчетность авиакомпаний.

Важными показателями результативности следует считать прирост рыночной капитализации компании от сделки, а также прирост операционных и финансовых показателей. Только в совокупности данные методы позволяют дать наиболее объективную оценку. Рассмотрим процесс слияния авиакомпаний British Airways (Великобритания) и Iberia (Испания) в группу компаний International Airlines Group (IAG), сделка по которому была закрыта в 2011 г.

В соответствии с первым подходом необходимо проанализировать динамику стоимости акций и, как следствие, рыночной стоимости компании в рассматриваемый период. Так как речь идет о слиянии, случае, при котором обе компании в равной степени участвуют в сделке, и на практике сложно выделить компанию, которая поглощает другую, сравнение рыночной стоимости будет производиться с аналогичными показателями обеих авиакомпаний. При этом для исследования динамики акций испанской авиакомпании будут использоваться данные Мадридской биржи, а для британского перевозчика – Лондонской. Предварительное соглашение по сделке было достигнуто 12 ноября 2009 г. Сделка была закрыта 21 января 2011 г. 24 января 2011 г. акции IAG стали торговаться на биржах Лондона и Мадрида [1].

Данные по стоимости акций, рыночной капитализации в соответствии с формулой 7 отражены в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ стоимости акций, рыночной капитализации и количества акций Iberia, British Airways и IAG

Показатель	Iberia	British Airways	IAG
Количество акций, млн шт			
20.01.2011	925,205	1 153,689	-
26.01.2011	-	-	1 855,370
Цена акции (средняя на день), евро			
20.01.2011	3,4021	3,5310	
26.01.2011	-	-	3,17
Рыночная капитализация, млн евро			
20.01.2011	3 147,640	4 073,677	-
26.01.2011	-	-	5 881,523

Источники: [3], [6], [7], [8]

Прирост рыночной капитализации компании IAG будет рассчитываться следующим образом:

$$\Delta MC = \frac{5881,523}{3147,640 + 4073,677} \cdot 100 = 81,447\% \quad (1)$$

Прирост рыночной стоимости компании после объединения составил 81,447 (-18,553%). Таким образом, можно сделать вывод о том, что акционеры компаний Iberia и British Airways не считали данную сделку перспективной, что сказалось на падении стоимости акций и снижении рыночной стоимости компании.

Вторым подходом к оценке результативности слияния является оценка прироста показателей операционной деятельности. Следующие показатели могут служить для оценки результативности слияний и поглощений:

- ASK (Available Seat Kilometers) – предельный пассажирооборот, рассчитываемый как произведение количества посадочных мест на воздушных судах авиакомпании и расстояния, пройденного всеми воздушными судами авиакомпании за определенный промежуток времени. Данный показатель определяет провозные емкости авиакомпаний.

- RPK (Revenue Passenger Kilometers) – пассажирооборот. Данный показатель рассчитывается как произведение количества пассажиров на воздушных судах за детерминированный промежуток времени и расстояния, пройденного воздушными судами авиакомпании за аналогичный период. Он служит для определения одного из ключевых показателей операционной деятельности авиакомпаний – коэффициента загрузки провозных мощностей авиакомпании.

- PLF (Passenger Load Factor) – коэффициент загрузки провозных мощностей или коэффициент загрузки кресел авиакомпании. Для его определения необходимо найти отношение показателя RPK к ASK. Показатель является ключевым при определении прибыльности рейса, так как исходя из количества мест на борту воздушного судна определяется доля постоянных затрат на единицу доступных кресел на борту воздушного судна. Чем выше коэффициент загрузки кресел, тем выше выручка от рейса, так как выручка с занятых мест не идет на покрытие затрат, закрепленных за свободными местами. Соответственно, авиакомпания считает коэффициент загрузки кресел во многих масштабах: по всему флоту воздушных судов с целью определения результатов операционной деятельности в целом, по маршрутам с целью назначения на маршрут более подходящего типа воздушного судна, на каждый тип воздушного судна с целью корректирования затрат, приходящихся на одного пассажира.

- RASK (Revenue per Available Seat Kilometers) – выручка на единицу провозной мощности определяется как отношение операционной выручки и доступных пассажиро-километров. Данный показатель демонстрирует, сколько выручки генерирует авиакомпания с каждого доступного пассажирокилометра. Он так же, как и PLF, является основой для сравнения между различными авиакомпаниями, так как позволяет оценить утилизацию воздушного судна и приходящие финансовые потоки. Оптимальной ситуацией считается рост данного показателя.

Существует также целый ряд других показателей, оценивающих результаты операционной деятельности авиакомпаний за определенный период, однако, данные коэффициенты либо основаны на тех, которые были расписаны выше, либо не представляют возможности дать объективную оценку операционной деятельности авиакомпании в целом.

Применение формулы к другим специфическим показателям, отраженным в табл. 2, позволяет выявить средний прирост основных показателей операционной деятельности авиакомпаний от сделки слияния. На примере группы IAG данные расчеты выглядят следующим образом (табл. 2).

Представленная положительная динамика показателей свидетельствует о положительном эффекте от слияния авиакомпаний British Airways и Iberia. Значения, рассчитанные на основании базовых специфических показателей авиакомпаний, дают возможность оценить сделку лишь со стороны операционной деятельности компаний, что не дает полной картины состояния предприятия.

Таблица 2

**Расчет эффективности слияния British Airways и IAG
на основании специфических показателей**

Показатель	2010 (агрегированный показатель Iberia и British Airways)	2011	Прирост, %
ASK, млн	199,032	213,193	+7,115%
РПК, млн	157,323	168,617	+7,179%
RPPK, Евро	0,0783	0,0811	+3,576%
PLF, %	79,05%	79,09%	+0,040%
RASK, Евро	0,0991	0,1025	+3,431%
Средний показатель прироста			+4,268%

Источник: [4]

Расчет эффективности по третьему подходу сопряжен с анализом годовой финансовой отчетности как отдельных компаний, так и объединенного предприятия. Основным показателем, на основании которого рекомендуют оценивать сделку по слиянию или поглощению, считают прирост коэффициента рентабельности продаж. Для расчета этого следует использовать годовые отчеты компаний British Airways и Iberia 2010 г. и годовой отчет компании IAG за 2011 год. Данные, необходимые для расчета эффективности слияния по второму методу, отражены в табл. 3.

Таблица 3

Показатели EBITDA и выручки от пассажирских перевозок компаний Iberia, British Airways и IAG, млн евро

Дата	Iberia	British Airways	IAG
EBITDA, млн евро			
2010	0,412	1,280	-
2012	-	-	1,867
Выручка от пассажирских авиаперевозок, млн евро			
2010	3,351	8,724	-
2012	-	-	13,496

Источники: [2], [4], [5]

Расчет прироста рентабельности компании от слияния:

$$R_{\text{продаж}} = \frac{0,412 + 1,280}{3,351 + 8,724} \cdot 100 = 14,012\%; \quad (2)$$

$$R'_{\text{продаж}} = \frac{1,867}{13,496} \cdot 100 = 13,834\%; \quad (3)$$

$$\partial_R = \frac{13,834}{14,012} - 100 = -1,2703\%. \quad (4)$$

Совокупная рентабельность продаж двух компаний до слияния была равна 14,016%, в то время как рентабельность новосформировавшейся компании стала равна 13,834%. Прирост рентабельности отрицателен и составляет 1,2703%. Это свидетельствует о том, что данная сделка была неэффективна с точки зрения рентабельности продаж.

Полученные значения позволяют оценить результативность слияния компаний British Airways и Iberia. Разносторонние значения, полученные в ходе исследования, позволяют сделать вывод о том, что оценка результативности, построенная на одном из подходов, не позволит сформировать объективную картину результативности сделки. Для дальнейшего расширения модели и формирования более объективных значений результативности следует проводить анализ вероятности возникновения банкротства по итогам сделки, расширить группу анализируемых финансовых показателей и рассматривать соответствие целей сделки результатам.

Библиографический список

1. British Airways, Iberia agree to 4 billion merger // Reuters UK: [электронный документ]. – (<http://uk.reuters.com/article/uk-ba-iberia-idUKLC09201720091112>) Дата обращения 13.04.2016
2. British Airways Report and Accounts to December 2010 // IAG Annual Reports: [электронный документ]. – (http://media.corporate-ir.net/media_files/irol/24/240949/BAFinalReportandAccounts31Dec2010UploadVersion.pdf) Дата обращения 13.04.2016
3. British Airways Share Price // ADVFN: [электронный документ]. – (<http://uk.advfn.com/stock-market/london/british-airways-BAY/share-price>) Дата обращения 13.04.2016
4. IAG Annual Report 2012 // IAG Annual Reports: [электронный документ]. – (<http://www.es.iairgroup.com/phoenix.zhtml?c=240949&p=irol-reportsannual>) Дата обращения 13.04.2016
5. Iberia Annual Report 2010 // IAG Annual Reports: [электронный документ]. – (http://media.corporate-ir.net/media_files/IROL/24/240949/2010_Annual_Report.pdf) Дата обращения 13.04.2016
6. Iberia, Lineas Aereas de Espana, S.A. // Bolsa de Madrid: [электронный документ]. – (<http://www.bolsamadrid.es/ing/asp/Empresas/FichaValor.aspx?ISIN=ES0147200036&ClvEmis=47200>) Дата обращения 13.04.2016
7. Quote & Chart // IAG International Airlines Group: [электронный документ]. – (<http://www.iagshares.com/phoenix.zhtml?c=240949&p=irol-stockquote>) Дата обращения 13.04.2016
8. 85QJ British Airways PLC 7,25% GBR (VAR) (BR) // London Stock Exchange: [электронный документ]. – (<http://www.londonstockexchange.com/exchange/prices-and-markets/debt-securities/company-summary/XS0133582147ZZGBPMISL.html?ds=0&lang=en>) Дата обращения 13.04.2016

УДК 656.7.022.1

В.В. Саганенко

студент кафедры международного предпринимательства

О.В. Акимова

(канд. филол. наук, доцент) – научный руководитель

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНУТРЕННИХ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК ФИНЛЯНДИИ

Финская авиакомпания Finnair является лидером в сфере пассажирских авиаперевозок в Северной Европе. Удачное положение главного аэропорта компании в Хельсинки позволяет ей осуществлять перевозки между Европой и Азией с пересадкой в столице Финляндии. Тем не менее, внутренние авиаперевозки страны испытывают на себе ряд негативных тенденций, обусловленных конкуренцией со стороны других видов транспорта, особенностями географического положения и спросом на внутренние перевозки.

В данной статье выявляются основные проблемы, характерные для внутренних перевозок в Финляндии, описывается процесс ценообразования для авиабилетов по наиболее популярным маршрутам между Хельсинки и городами Тампере и Оулу.

В расчетной части анализируется экономическая эффективность использования определенных типов воздушных судов на данных маршрутах, а также выделяются способы преодоления негативных тенденций в сфере пассажирских перевозок.

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF DOMESTIC AIRLINE OPERATIONS OF FINLAND

Finnair's consolidate annual reports for several years have shown profit as a result of their operations in 2015 on domestic and international routes after claiming loss in 2014. Reasonable parts of its positive financial results have been given by long-haul services. Company's appropriate location within Europe allows providing comfortable and fast transfers between European and Asian flights via Helsinki. As a result, services from European capitals serve as feeder ones to long-haul operations to such giant cities like Beijing, Tokyo, Shanghai, New Delhi and others. Another reason of company's success is constant improving of service levels and wise fleet planning. For example, Finnair in 2015 has become the European launch carrier for the newest Airbus A350 which allows reducing costs and increase revenue from passenger kilometer (RPK) comparing with its predecessor – A340 first of which planes will be phased-out in 2016.

Together, a lot of factors make Finnair one of the best airlines in the Northern Europe, comparable to SAS Scandinavian Airlines and Norwegian in matter of number of destinations, passenger flow and Revenue per Available Seat Kilometer (RASK).

Despite the fact of Finnair's grow and developments there are several bottlenecks in the company's operations. The main problem of the airline is its domestic service subsidiary. Air fares to different towns in Finland are 20-25 times more expensive than regular train tickets and 35 times more expensive than Finnish low-cost bus service – Onnibus ticket. Even selling such expensive and sometimes uncompetitive tickets does not allow Finnair to get profit from local transportation by airplanes in Finland. For several years it remains in red sector for its mother company.

To figure out reasons of unprofitable local segment of airline it is necessary to understand if miscalculations in air ticket fares are the reason of poor performance on local routes. Moreover, it is important to figure out if appropriate types of aircraft are used on selected routes.

For the first part it is essential to create a structure of costs imposed on every passenger on several routes and compare the sum with the price of one-way ticket. In order to fish out structure of costs determining most important routes is essential. In this research routes Helsinki- Tampere and Helsinki- Oulu will be used. Helsinki has been chosen as it is the main hub of the Nordic Regional Airlines (Finnair's domestic subsidiary), Tampere is the second largest city in the country where a lot of business facilities are located and Oulu is the second largest airport in Finland regarding number of passengers and commercial aviation landings connection to which moreover, are primary made by airplanes.

Secondly, it is important to understand which aircraft is used in average to cover this routes as it will influence number of passengers, cost and revenue data for each seat. This numbers will form a backbone of the research.

Helsinki – Tampere route on the week between the 18th of April and 24th of April 2016 is served by 31 flights with 5 rotations per weekday 2 rotations on Saturday and 4 rotations on Sunday. All rotations are flown by ATR-72-500 turboprop airplane which is known for its low CASK (cost per available seat kilometers) index. Total travel time between Helsinki and Tampere estimates by 30 minutes. ATR-72-500 transports 70 passengers burning 760 kilograms of fuel per hour.

Helsinki – Oulu route is flown by several types like Embraer 190, ATR-72-500, Airbus A320 and Airbus A321 which together make 60 rotations per week. Norra itself operates only Embraer 190, Embraer 170 and ATR-72-500. It proves that on this line flights are made both by Finnair and its domestic subsidiary – Norra. Regarding specifics of the research only Norra's flights will be counted leading to decrease in a number of rotations to 29, 24 of which are made by Embraer 190. This aircraft will be chosen as a primary one and will be used further in the research. The travel time varies from 1 hour to 1 hour and a half. Embraer 190 can transport 100 passengers burning 1850 kilograms of fuel per hour.

It was already mentioned that domestic air transportation is not popular and more often Finns prefer to travel from one part of the country to another using buses and trains. For example, trend for increasing of busses' share in passenger transportation has shown up in 2012 after European low-cost bus operator Highland Global Transport governed by Bryan Souter launched company's division in Finland called Onnibus (from Finnish Onni – happiness). Year after year it showed growth in passenger numbers and profits providing tickets from 2 Euros. Moreover, in 2015 Finnish railway operating company VR introduced new cheaper tariffs on routes to the most important cities in Finland including Tampere and Oulu. All these factors in addition to several others mentioned earlier led to drop in passenger load factor (PLF) of Finnair's domestic subsidiary in 2015. In average PLF, which shows how many places in the plane are occupied during one flight in 2015 was about 68,95% comparing to 80,4% at Finnair in general and 80,3% world's average PLF counted by IATA.

Moreover, to form data concerning total cost of 1 passenger hour travel on selected routes it is necessary to count in airport charges. There are a huge number of different charges and taxes imported on airlines while operating in different airports. The most important charges imposed on passengers traveling in Finland and included into the price of the ticket displayed in table 1.

Most charges are calculated on maximum take-off weight (MTOW) of the plane and number of passengers on board. The MTOW of an aircraft is the maximum weight at which the pilot of the aircraft is allowed to attempt to take off, due to structural or other limits. This number gives the heaviest weight at which the aircraft has been shown to meet all the airworthiness requirements applicable to it. It is fixed, and does not vary with altitude or air temperature or the length of the runway to be used for takeoff or landing [7]. It consists of several elements. These elements are Operating Empty Weight (OEW) – weight of the structure itself, passengers and baggage, cargo, trip fuel, reserve fuel and taxi fuel.

Another important measurement is Passenger Load Factor (PLF) which allows counting charges per passenger as it calculates quantity of people which actually boarded the plane in average. PLF is one of the basic airline efficiency indexes and is determined as a measure of how much of an airline's passenger carrying capacity is used [8].

Calculations made in table 1 show that the most important influence on total cost of domestic airline travel in Finland is made by passenger and security charges. These costs are paid to the part of air travel clearly seen by passengers: airport infrastructure, airport staff and security.

Table 1

Charges imposed on passengers on selected routes

Index	ATR-72 on Helsinki-Tampere route	Embraer 190 on Helsinki – Oulu route
MTOW (Maximum take-off weight), tones	23	50,3
Passengers available on board, pers.	70	100
Passenger Load Factor (PLF), %	68,95%	
Passengers on board in average, pers	48	69
Landing charge, EUR	106,18	403,26
Parking charge in Helsinki, EUR	30,13	65,89
Parking charge in other airports, EUR	49,68	108,65
Passenger charge in Helsinki, Oulu, EUR per passenger	5,30	5,30
Passenger charge in Helsinki, Oulu total, EUR	255,80	365,44
Passenger charge in Tampere, EUR per pers.	5,02	-
Passenger charge in Tampere total, EUR	242,29	-
People with reduced mobility charge, EUR per pers.	0,21	0,21
People with reduced mobility charge total, EUR	10,14	14,48
Security charge, EUR per pers.	5,01	5,01
Security charge total, EUR	241,81	345,44
Terminal navigation charge in Helsinki, EUR	81,47	140,91
Terminal navigation charge in other airports, EUR	81,47	140,91
Route charges, EUR	64,94	338,93
Total charges, EUR	1163,91	2289,34
Charges per passenger, EUR	24,11	33,20

Source: [1], [2], [3]

The next source of costs for airlines is fuel. Fuel is consumed by the airplane about an hour before passengers even step into it. To count the whole amount of fuel which is consumed on selected flights it is important to mention that ICAO (International Civil Aviation Organization) advises pilots to count 20% of the fuel tanks for possible delays while on ground and such abnormal procedures like going around. Table 2 reflects calculations regarding fuel consumption on selected flights.

Fuel costs of Embraer 190 are 1,8 times higher than the similar index of ATR-72-500 as it consumes less fuel per hour and was created for the lower range of travel. It is proved by the fact that ATR plane is turboprop while Embraer has 2 jet engines.

There are several other groups of costs, connected with airlines, with some of them having bigger share in the structure of costs and others – smaller. Table 3 indicates other important group of costs and

their approximate influence on the price of the ticket. In 2015 Finnair transported 1,7619 mil. passengers on domestic routes.

Table 2

Fuel costs on selected routes

Index	ATR-72 on Helsinki-Tampere route	Embraer 190 on Helsinki – Oulu route
Fuel tanks volume, kg	5000	9335
On ground and emergency fuel, kg	1000	1867
Travel time, hours	0,50	1
Fuel consumption, kg per hour	760	1850
Fuel consumption while airborne, kg	380	1850
Total fuel consumption, kg	1380	3717
Fuel price, EUR per kg	1,0594*	
Fuel cost, EUR	1461,97	3937,79
Passengers available on board, people	70	100
Passenger Load Factor (PLF), %	0,69	
Passengers on board, people	48,27	69,00
Fuel cost per PAX	30,29	57,07
Remarks: *) counted on the Shell aviation fuels price list for Finland		

Source: [6], [9]

Table 3

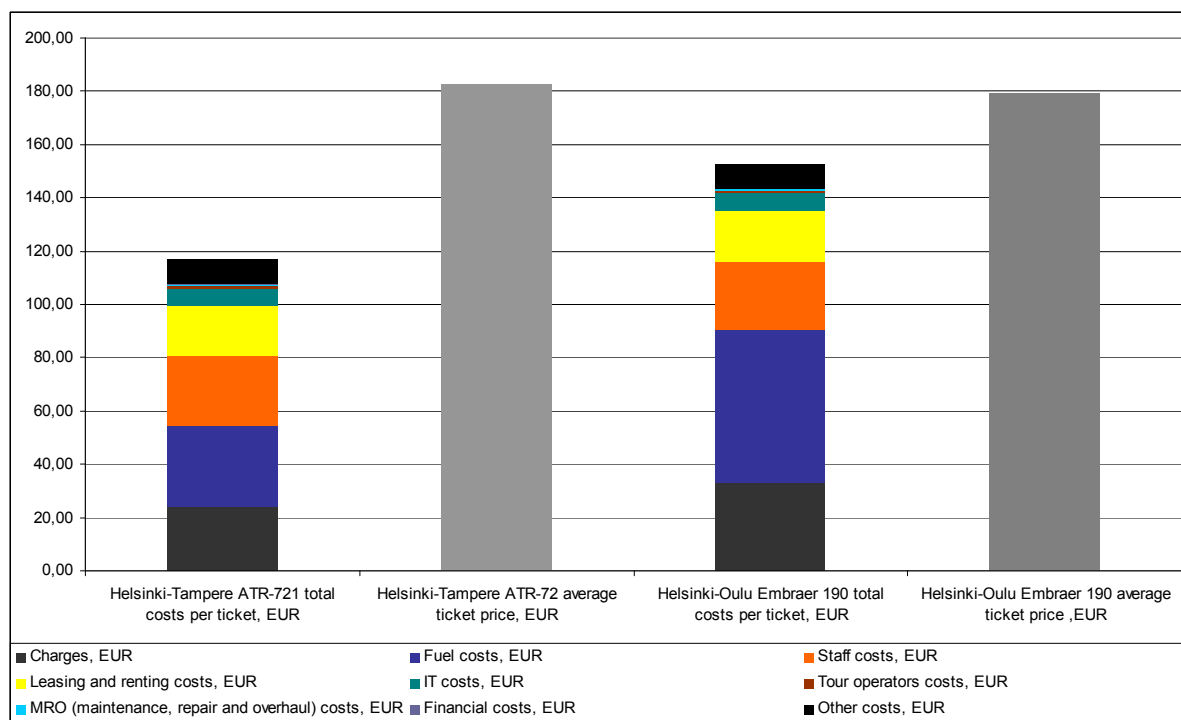
Average indirect costs on selected routes

Index	Total in 2015, mil EUR	Total in passenger traffic, mil EUR (share of passenger revenue – 75,26%)	Total in domestic traffic, mil EUR (share of domestic traffic (17,12%))	EUR per pers
Staff costs	356,100	268,001	45,882	26,04
Leasing and renting costs	258,700	194,698	33,332	18,92
IT costs	93,200	70,142	12,008	6,82
Tour operators costs	9,800	7,375	1,263	0,72
MRO (maintenance, repair and overhaul) costs	5,400	4,064	0,696	0,39
Financial costs	5,000	3,763	0,644	0,37
Other costs	126,100	94,903	16,247	9,22

Source: [4], [10]

Total costs provided by Finnair Annual Report 2015 allow to count what amount of not aviation specific costs is created by passenger travel and on the one hand and other sectors of Finnair's business on the other one. Share of domestic passengers helps to understand which part of costs is created by this destination segment of passenger transportation.

On the final stage of the research it is necessary to compare the price of the ticket with total costs connected with selected flights. The difference in prices will show the net revenue of the airline on the routes which may be the first subject to change in order to make flying over Finland more affordable. Picture 1 demonstrates comparison on selected flights.



Picture 1. Total costs and ticket price comparison on selected routes

It is seen from the picture that in both variants of selected routes price of tickets is higher than the total amount of costs. That is right situation as airlines need to make money on their business. Margin of the airline on the shorter route operated by slower but more efficient turboprop ATR-72 is 35,99% of the air fare while margin on jet aircraft on a longer route is just 14,81%.

Finally, to improve performance on the longer routes costs may be recalculated with using smaller and more efficient ATR on the route from Helsinki to Oulu. With the travel time increased from 1 hour to 1 hour 45 minutes fuel consumption growths. Table 4 gives comparative data regarding both planes on the same route.

Table 4

ATR-72 and Embraer 190 costs per passenger on Helsinki-Tampere route

Index	Price per ticket, EUR	Embraer 190 Total costs per PAX, EUR	ATR-72-500 Total costs per PAX, EUR
Charges, EUR	179,29	33,20	29,25
Fuel costs, EUR		57,07	50,38
Staff costs, EUR		26,04	26,04
Leasing and renting costs, EUR		18,92	18,92
IT costs, EUR		6,82	6,82
Tour operators costs, EUR		0,72	0,72
MRO (maintenance, repair and overhaul) costs, EUR		0,39	0,39
Financial costs, EUR		0,37	0,37
Other costs, EUR		9,22	9,22
Total costs, EUR			152,75
Airline margin, %		14,81	20,74

Table shows that ATR-72 is better solution for the Finnair on represented route as with lower costs it gives airline more profit during one flight.

Determined data shows that longer route gives airline less profit on the selected routes. And as a result, airline should work out a package of solutions to make all destinations segments profitable.

As a short-term solution all network of domestic transportation by air in Finland should be revised in order to make them more profitable. In the case of Helsinki- Oulu route speed of transportation does not play an essential role as rail and buses run along this route several times slower. For example, express direct train is 6 times slower covering the distance in around 6 hours and bus is 8 times slower. As a long-term solution decrease in airline margin and creation of affordable air transportation mode will allow increasing passenger flow and regaining appropriate levels of profitability for the segment.

Analysis of the market showed also that Finnish market is not enough for creating a successful airline. Air Baltic example showed that airlines are profitable when there are no alternatives in the modes of transportation or they are inappropriate for clients. Baltic States after regaining independence in 1991 were not able to connect themselves within one network as the railway system was not developed and a huge amount of railway network was not electrified. Moreover, soviet-build vehicles needed constant maintenance which led to higher costs imposed on passengers. Bus transportation in the region was formed as a system only several years ago when LuxExpress buses were introduced. In this circumstances Latvian airline Air Baltic became a leader in the region connecting Baltic countries with the world. The very same idea would have worked with Norra. After bankruptcy of Estonian flag carrier Estonian Air in 2015 Finnair could fill in this niche connecting Estonian towns with each other and with Europe via Helsinki. Popularity of transportation between Estonia and Helsinki is proved by a number of ferry lines connecting two capitals and the proposal to European Council of creating a tunnel underneath Gulf of Finland. Developing local subsidiary in Estonia would help Finnair become a player in Eastern Europe competing with Air Baltic and moving forward to profitability of all segments of destinations.

References

- 1 Cost calculator // Finavia: [электронный документ]. – (<https://www.finavia.fi/en/airlines/airport-charges/>) Дата обращения 15.04.2016
- 2 Finavia Annual Report 2015 // Finavia : [электронный документ]. – (http://finavia-reports.studio.finavia.fi/file/dl/i/FXjBRA/k96VDf69Sju3Z2YZy1cP1g/2015-EN-annual_report.pdf) Дата обращения 16.04.2016
- 3 Finavia terms of services 2016 // Finavia: [электронный документ]. – (https://dxwww91gv4d0rs.cloudfront.net/file/dl/i/8RQ-Zw/EEvq735MSLhOB8ukVJkXw/FinaviaPalveluehdot2016_EN_01032016.pdf) Дата обращения 15.04.2016
- 4 Finnair Annual Report 2015 // Finnair: [электронный документ]. – (http://www.finnairgroup.com/linked/en/konserni/Finnair_AnnualReport_2015_EN_final_linkitetty2.pdf) Дата обращения 15.04.2016
- 5 Finnish travel // Findicator : [электронный документ]. – (<http://www.findicator.fi/en/50>) Дата обращения 15.04.2016
- 6 Laivasto // FlyNORRA : [электронный документ]. – (<http://flynorra.com/tietoa-meista/laivasto/>) Дата обращения 15.04.2016
- 7 Maximum Take-off Weight // US Legal: [электронный документ]. – (<http://definitions.uslegal.com/m/maximum-take-off-weight-aviation-law/>) Дата обращения 15.04.2016
- 8 PLF (passenger load factor) // Moneyterms.co.uk : [электронный документ]. – (<http://moneyterms.co.uk/plf-passenger-load-factor/>) Дата обращения 15.04.2016
- 9 Refuel your aircraft prices // Shell Global: [электронный документ]. – (<http://www.shell.com/business-customers/aviation/ppp/our-posted-airfield-prices.html>) Дата обращения 15.04.2016

10 Traffic performance 2015 // Finnair: [электронный документ]. –
 (http://www.finnairgroup.com/investors/investors_7.html) Дата обращения 15.04.2016
 Саганенко Виктор <viktor.saganenko@gmail.com>

УДК 334.726

М.Е. Свидрицкий

студент кафедры международного предпринимательства

Б.М. Лебедев

(доцент, кандидат экономических наук, доцент) – научный руководитель

ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ: КОНСАЛТИНГОВОЕ АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

В данной статье рассмотрены особенности, теоретические основы и происхождение антикризисного управления за рубежом, в частности, ввиду наибольшей распространенности, такой ее вид, как консалтинговое антикризисное управление. В статье была также изучена история возникновения консалтингового кризисного менеджмента и приведены данные об Ассоциации консалтинговых специалистов. Кроме того, в статье приведены данные об основных причинах возникновения кризисов и способе превентивного анализа кризисной ситуации с помощью мультипликативного дискриминантного анализа на основе модели «Z», разработанной Э. Альтманом. Проанализированы основные преимущества и причины использования консалтингового антикризисного управления.

FOREIGN PRACTICE OF CRISIS MANAGEMENT: TURNAROUND MANAGEMENT

Countries with developed market relations have gained much experience in dealing with crises at all levels of economic relations, and, above all, at the enterprise level. The experience abroad is being constantly developed and improved accumulating knowledge and practices in crisis management. Especially, this process was intensified with the start of the global financial crisis in 2008. However, the experience of crisis management in the conditions of the last global crisis abroad is not yet sufficiently analyzed and summarized, and the appropriate conclusions will be made later. Nevertheless, the potential for use of the gained, so far, international experience of crisis management is far from exhausted for, and the study of this experience continues to be relevant.

English word «crisis management» was translated (or rather, have explained) into the Russian language as an «anti-crisis management» in which the definition of «crisis» was supplemented with Russian prefix «anti», having a clear negative meaning, and it has been distortedly perceived: if the object of Russian «crisis management» is the socio-economic system, which is experiencing (or which threatened) crisis, then the foreign object as a «crisis management» considered to be first and foremost as a crisis situation or process.

The foreign definitions of crisis-management are:

– «The crisis – is an event or complex of circumstances that do not allow your business do business»; [1]

– «The crisis – is everything that threatens to activities, staff, capital, the interested parties (stakeholders), the brand, reputation, trust or business purposes» [1].

«Turnaround management» most adequately describes the professional activity on crisis management for enterprises. The history of «turnaround management» is very new. Similar to how professional management started to develop in the late XIX century, a professional crisis management under the slang

name of «turnaround management» appeared in the United States in the mid-1970s. In 1987, the experience of «turnaround management» for the first time became the subject of a special study of the Frank Hawkins Kenan Institute of Private Enterprise at the University of North Carolina. In the same year at the University of private enterprise a conference was held. This conference was attended by both the university scientists, and experts of the «turnaround management». At the conference it was decided to constitute a new profession by creating an organization of professionals for «turnaround management». In 1988, the nonprofit Turnaround Management Association (TMA) was established. Initially, members of the association can only be narrow specialists in crisis management, but in 1989, the TMA began to take all the people, having even an indirect relationship to the «turnaround management». In 1990, TMA has already 637 members, and regional divisions of the Association began to emerge. In 1994 there was the Association of Specialists in Crisis Management (TMA) of Canada. In 1998 there was 10th anniversary of the United States of TMA, and the number of members was 3000 people. In 2002 there were already 5000 members in TMA USA. In 2006 the world organized 40 national associations TMA with a total membership of 7683. Nowadays, TMA includes about 10 000 members in 46 countries [2].

The process of turning around a troubled entity is complex and made more difficult by the multiple constituencies involved, all having different agendas. Lenders want their invested capital returned, preferably with interest. Creditors want to get paid for goods and services. Original investors want and hope for recovery of their capital, while distressed investors want to buy in at 20 cents on the dollar and then turn a profit, some by trading the credit and others by turning the business positive and then selling. Owners want to avoid guarantees and recoup some of their equity. Employees want to retain their jobs and benefits. Directors want to avoid risk and litigation. Other stakeholders want their interests protected. These varied desires often can be at odds with one another and hamper the turnaround effort. Let's address the turnaround process as if all constituents favor proceeding through to the end, when a restructured entity emerges, although clearly other scenarios can be envisioned.

What are the warning signs of a business heading toward trouble? This is one of the most frequently asked questions of turnaround specialists. Trouble comes from a variety of causes. The obvious signals are rarely the root cause of the problem. Losing money, for example, is not the problem, but the result of other problems.

One widely known formula to predict business failure is the Z-Score, developed by Professor Edward Altman of New York University. By weighing various financial ratios, the Z-Score attempts to predict whether a manufacturing company is a bankruptcy candidate.

The formula, where: $A = \text{Working Capital} / \text{Total Assets}$; $B = \text{Retained Earnings} / \text{Total Assets}$; $C = \text{Earnings before Interest and Taxes} / \text{Total Assets}$; $D = \text{Market Value of Equity} / \text{Book Value of Total Debt}$; $E = \text{Sales} / \text{Total Assets}$. Resulting scores are interpreted to indicate the following: less than 1.8 – The company has a high probability for bankruptcy within the next two years; between 1.8 & 3.0 – The gray zone where the trend is really the most important criteria; greater than 3.0 – The company has a low probability for Bankruptcy [3].

So, here comes the Turnaround management, which, first of all, means management change. Many causes contribute to business failure. According to a study conducted by the Association of Insolvency and Restructuring Advisors, only 9% of failures are due to influences beyond management's control and to sheer bad luck. The remaining 91% of failures are related to influences that management could control, and 52% are rooted in internally generated problems that management didn't control [3]. Businesses fail because of mismanagement. Sometimes it is denial, sometimes negligence, but it always results in loss. Will Rogers said, «If you find yourself in a hole, stop digging», that can be fully attributed to situations of inept companies management.

The process is designed to first stabilize a situation, which is done by addressing management issues, assessing situation, and implementing emergency actions to outside management. The restructuring process begins with preparations during the emergency action phase. Positioning for growth starts with restructuring and grows when the normal stage is reached. To engineer a successful turnaround, a company needs someone with clear thinking to quickly assess opportunities, to determine what is wrong,

to develop strategies that no one has tried before, and to implement plans to restructure the company. The problems are rarely what management indicates they are, but rather are usually two or three underlying, systemic ills that often can be fixed. You can't focus on the symptoms; you must find the real causes. Management has allowed these problems to exist and bring the company to its depressed state. Therefore, management is not equipped to manage the turnaround.

When these circumstances are present, turnaround specialists are often an excellent choice. They bring a new set of eyes trained in managing and advising in troubled situations. These experts are either practitioners or consultants. Turnaround practitioners take management and decision-making control as chief executive officer or chief restructuring officer. As an alternative, turnaround consultants can advise management, perhaps, the same management that failed before.

An outside director is a member of the board of directors or advisors who is not part of the executive management team. These professionals are sometimes referred to as independent or non-executive directors. They are not employees of the company and are differentiated from inside directors, who do serve as executive managers and/or corporate officers.

Why add outsiders to your board of directors or advisors:

1) Outside directors are advantageous because they rarely have conflict of interest and they often see the big picture differently than insiders.

2) Outside directors can be a low-risk, low-cost, but valuable resource. They bring a new set of skills that will produce benefit for your company.

3) Outside directors are on your side. Unlike other outsiders to whom even a private company must answer, like banks and insurance companies, the IRS, OSHA, EPA, etc., these advisors answer to you.

4) Outside directors add credibility. When it comes time for a liquidity seeking event, like new financing, selling the company, or IPO, outside directors send the message that you are a professional serious organization with guidance.

Outside directors can extend the company's reach by using their own contact network, including colleagues who can provide guidance and resources. Outside directors often have a database of contacts who can supply capital, both in the form of debt (lenders) and/or equity (investors). This means that you can get in front of many financing resources quickly once an expression of interest or offering package is ready. Like with raising capital, outside directors also often have databases of contacts who both have deals for acquisition and who are looking for opportunities to buy. This means that you can get in front of M&A dealmaker resources quickly once an offering package is ready.

Finally, a good turnaround specialist will develop a permanent management team within the company to preserve value, instead of hiring a large team of outsiders who, when they leave, take that value with them. The specialist should work themselves out of a job to be most effective, while leaving the company with the ability to grow and prosper as a stand-alone going concern.

References:

1. *Файншмидт Е.А.* Зарубежная практика антикризисного управления. Учеб. пособие/ МЭСИ. М., 2012, 8 с.
2. Official website of Turnaround Management Association, URL: <http://www.turnaround.org/About/History.aspx>
3. *John M. Collard.* Recovering & Building Value: Turnaround Management and Distressed Investing Strategies. A Compendium of Articles. 2010, Strategic Management Partners, Inc.

УДК 331.108

Д.В. Семенов

(м-р эк. наук) аспирант кафедры наукоемких технологий

М.Л. Кричевский

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Перспективный путь развития России на ближайшее десятилетие, согласно стратегии и концепции социально-экономического развития России до 2020 г., констатирует неэффективность инерционной роли России в мировой экономике в качестве экспортера природных ресурсов. В связи с этим правительством определены актуальные направления государственной политики: инвестиции в человеческий капитал, подъем образования, науки, здравоохранения, построение национальной инновационной системы, модернизация экономики, развитие ее новых конкурентоспособных секторов в высокотехнологических сферах экономики знаний, реконструкция и расширение производственной, социальной и финансовой инфраструктуры [1]. Актуальность нового направления развития связана с растущей ролью человеческого фактора в экономике и пониманием того что человек, как главная производительная сила, должен обладать средствами производства и знаниями. Все большую ценность приобретает интеллектуальный труд, поэтому в современной экономике человеческие ресурсы играют определяющую роль в достижении конкурентных преимуществ и обеспечении качественных параметров экономического роста. В «Стратегии 2020» центральное место среди приоритетных направлений развития страны занимает необходимость увеличения инвестиций в человеческий капитал.

Современный экономический подход к человеческим ресурсам, в рамках концепции человеческого капитала, широко применяется во многих развитых странах. Большое количество российских и зарубежных ученых рассматривают инвестиции в сферу формирования человеческого капитала, как важный вид капиталовложений и один из главных источников преумножения национального богатства. Появление теории человеческого капитала связано с научными трудами Уильяма Пэтти, Адама Смита, Альфреда Маршалла. Подтверждение важности данного вопроса для изучения можно найти в «Политической арифметике» У. Пэтти, в «Исследовании о природе и причинах богатства народов» А. Смита. Окончательное же формирование теории человеческого капитала относится к 50–60 гг. XX в. Гэри Беккер, получивший нобелевскую премию в 1992-м, стал разработчиком базовой теоретической модели. Он считал, что человеческий капитал – это имеющийся у каждого запас знаний, навыков, мотиваций [6]. Инвестициями в него могут быть: образование, накопление профессионального опыта, охрана здоровья, географическая мобильность, поиск информации. Г. Беккер первым осуществил статистически объективный подсчет экономической эффективности процесса образования, определив отдачу от вложений в учебу как отношение доходов к расходам. По оценкам Г. Беккера, эффективность составляет 12–14 % годовой прибыли. Его книга «Человеческий капитал» до сих пор считается основным научным трудом в этой области [2]. Американский ученый Теодор Шульц, автор концепции человеческого капитала, лауреат нобелевской премии в 1979 доказал, что процветание и развитие экономики страны основывается на образовании и здоровье населения, а не на природных ресурсах и географическом расположении. Т. Шульц считал, что человеческий капитал обладает необходимыми признаками производительного характера и способен накапливаться и воспроизводиться [7]. Американский экономист Э. Денисон проанализировал экономический рост США за 1929-1982 гг. и пришел к выводу, что определяющим фактором роста является образование, главная составляющая человеческого капитала. Фундаментальные отечественные работы в этой области представлены исследованиями В.Е. Гимпельсона, В.С. Гойло, А.И. Добрынина, С.А. Дятлова, Р.И. Капелюшниковой, В.И. Марцинкевича, Е.Д. Цыреновой и других ученых.

Традиционно выделяются три сектора рыночной экономики: фирмы (предпринимательский сектор), наемные работники (сектор домашних хозяйств) и государство (правительство) [4]. Очевидно, что каждый из указанных секторов может выступать субъектом инвестиций в человеческий капитал. Фирмы инвестируют в подготовку своих сотрудников с целью повышения производительности их труда, повышения конкурентоспособности и максимизации прибыли. Наемные работники инвестируют в собственное образование, проходя специальную подготовку или переподготовку с целью повышения собственной привлекательности в глазах потенциального работодателя и, следовательно, более высокой оплаты своего труда. В человеческий капитал инвестирует и государство, перечисляя значительную часть национального дохода на развитие системы образования и здравоохранения, социальные гарантии студентам, предоставляя субсидии на получение образования и многое другое.

В этой статье акцент будет сделан на инвестировании частных компаний в развитие человеческого капитала своих сотрудников. Компании выступают субъектами инвестиций в человеческий капитал в силу ряда причин. Первая причина связана с дефицитом на рынке труда специалистов, которые необходимы для дальнейшего развития компании. Но нередки случаи, когда при наличии на рынке труда нужных специалистов, компании предпочитают не нанимать новых, более квалифицированных специалистов, а заниматься повышением квалификации собственных сотрудников. На первый взгляд, такое поведение выглядит нерациональным, потому что, увольняя специалиста с недостаточной квалификацией и нанимая нового специалиста, обладающего необходимой квалификацией, фирма несет меньшие издержки, нежели при инвестициях в повышение квалификации уже нанятых специалистов. Ведь во втором случае фирма будет вынуждена не только повысить заработную плату (так как требования наемных работников, как правило, растут пропорционально их квалификации), но и непосредственно оплатить повышение квалификации своих работников. Однако на практике ситуация выглядит иначе. Такое поведение компаний связано не только с борьбой профсоюзов за права наемных работников. Одна из основных целей компании – сохранение благоприятного психологического климата в коллективе и поддержание командного духа. Немаловажным аспектом является и величина информационных издержек, связанная с проблемой асимметрии информации. Принимая нового работника, руководство фирмы информировано о его профессиональных способностях и личных качествах значительно хуже, по сравнению с уже работающим сотрудником. Возникает асимметрия информации и повышаются риски фирмы. Поэтому инвестиции в развитие уже имеющего персонала являются более надежными.

Развитие человеческого капитала в компании весьма дорогостоящий процесс, но в условиях современной конкуренции именно качество работы сотрудников может вывести организацию на совершенно новый уровень. Существует множество примеров, когда потребители из-за высокого уровня сервиса соглашались на услугу или товар, заведомо осознавая, что это более дорогостоящая альтернатива. Известный лозунг «Кадры решают все» в последнее время становится все более актуальным. Развитие человеческого капитала возможно разными подходами, наиболее популярными из которых являются: финансирование дополнительного образования сотрудника в сторонних организациях, привлечение специалистов из других компаний для коллективного обучения, приобретение обучающей литературы, организация командировок и т.д. Внедряя стратегию развития человеческого капитала, работодатель рано или поздно задается вопросом: «Кого в первую очередь обучать?». Предположим ситуацию, что компания, занимающаяся оптово-розничной торговлей, может оплатить повышение квалификации только одного сотрудника, в то время как желающих повысить свои навыки и компетенции десять. Многие менеджеры задаются вопросом: «Основываясь на каких критериях необходимо производить выбор кандидата?». Вероятно, абсолютно объективного метода не существует. В целях отбора многие дистрибьюторские компании используют следующие инструменты:

1. Метод экспертной оценки. Руководители в узком кругу выбирают наиболее подходящего сотрудника.

2. Подведение результатов работы за определенный период у обоих кандидатов. Критериями могут послужить систематичность выполнения планов продаж, прирост объема продаж к предыдущему периоду, регулярность выполнения SMART-задач и др.

3. Конкурсная основа. В этом случае хорошо подойдет организация соревнования между двумя кандидатами в канве их трудовой деятельности (кто больше сможет продать товаров из определенной номенклатуры).

В группе компаний ООО «Эстель Сервис» 24 филиала по России, в которых работает более 630 человек, включая 216 торговых представителей. Стратегия развития компании предусматривает открытие филиалов в большинстве регионов нашей страны. Главным ресурсом для открытия обособленных подразделений является руководящий состав, который может возглавить филиал. Политика группы компаний ООО «Эстель Сервис» предусматривает подготовку руководителей филиалов только из торгового персонала. В августе 2015 г. генеральным директором была поставлена задача «запустить» три новых филиала до конца года и четыре в первой половине 2016-го. В целях подготовки группы из семи будущих руководителей был запущен проект под названием «кадровый резерв». Первым этапом в рамках проекта было формирование объективных критериев для отбора 15–20 лучших торговых представителей по всей стране. Выбранные торговые представители будут отправлены на обучение, по итогу которого будут отобраны 8 будущих руководителей (один человек временно числится в «резерве»). После отбора с помощью трех вышеперечисленных подходов было выявлено 58 человек. Для дальнейшего отбора был использован психологический тест Рэймонда Кеттелла, состоящий из 105 вопросов. Эта психодиагностическая методика определяет числовое значение (от 0 до 12 баллов) по 16 качеств человека, таким как коммуникабельность, стрессоустойчивость, социальная смелость, самоконтроль и т.д. Тест, или как его многие социологи называют, опросник Кеттелла, прошли 58 выбранных торговых представителей. После чего проявилась определенная закономерность, демонстрирующая, что у преобладающего большинства торговых представителей численное значение десяти факторов варьируется от 8 до 12 баллов (т. е. близко к максимальным значениям). Соответственно можно сделать вывод, что у успешного торгового представителя должны преобладать эти качества. Последним этапом отбора стал анализ по результатам теста 58 торговых представителей по десяти выявленным факторам. В результате проекта были выбраны три новых руководителя, которые уже шесть месяцев успешно справляются с новыми должностными обязанностями в Красноярске, Новокузнецке и Пензе.

Выводы

Квалифицированный персонал становится одним из самых важных ресурсов. Необходимость инвестиций в образование и повышение квалификации осознается как правительствами государств, руководствами компаний, так и гражданами, стремящимися к достойному уровню жизни и получению определенного социального статуса. При отсутствии возможности развивать человеческий капитал всей организации, будет целесообразным выявить с помощью разных методик наиболее ценных и перспективных сотрудников, повышение квалификации которых можно начать в первую очередь.

Библиографический список

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации // Проект МЭРТ РФ, 2007.
2. Беккер, Г. Человеческий капитал: Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал / Г. Беккер // США: экономика, политика, идеология. – № 11 – Ноябрь 1993 г.
3. Капелюшников Р.И. Сколько стоит человеческий капитал России? / Капелюшников Р.И. // – М.: Изд. Дом ВШЭ, 2012.

4. Шихвердиев А.П. Управление человеческим капиталом как фактор обеспечения корпоративной безопасности предприятия / Шихвердиев А.П. // Сыктывкар: Изд. СыктГУ, 2012.
5. Дейнека, А.В. Беспалько В.А. Управление человеческими ресурсами: учебник / М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2013.
6. Becker G.S. Human Capital / Becker G.S. // – N. Y.: Columbia University Press, 1964.
7. Schultz T.W. Investment in Human Capital / Schultz T.W. // – American Economic Review. 1961.

УДК 336.64

И. Т. Собурай

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А. В. Самойлов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

АНАЛИЗ НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время в нашей стране нет четко установленной и законодательно закреплённой методики оценки финансового состояния. Существует огромный выбор методик, которые приводят известные российские авторы учебников по финансовому анализу, существуют постановления и приказы Правительства РФ, которые носят рекомендательный характер. В основе этих постановлений и приказов нет четкого предписания, когда и как их использовать при проведении финансового анализа и проведении оценки финансового состояния предприятия. К сожалению, когда нет регламентированной методики, приходится начинать поиск наиболее подходящего способа для проведения оценки финансового состояния.

В Российской Федерации существует два основных кодекса, которые регулируют финансовые взаимоотношения (табл. 1).

Таблица 1

Анализ кодексов РФ [1]

Наименование кодекса	Краткая характеристика
Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ (ред. от 26.12.2014)	В БК РФ представлены общие принципы бюджетного законодательства Российской Федерации, организации и функционирования бюджетной системы Российской Федерации, правовое положение субъектов бюджетных правоотношений, определяет основы бюджетного процесса. В БК РФ определен порядок разработки нормативно правовых акты, регулирующих бюджетные правоотношения. Также в данном кодексе говорится о том, что указы, которые издает Президент РФ, направленные на регулирование бюджетных правонарушений, не могут противоречить БК РФ и ФЗ
Налоговый кодекс Российской Федерации от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 08.03.2015)	Определены основные направления деятельности налоговых органов, таможенных органов, финансовых органов, а также ответственность налоговых органов, таможенных органов и их должностных лиц

Проведя анализ данных кодексов, которые имеют непосредственное отношение к регулированию финансовых отношений в нашей стране, можно отметить, что при рассмотрении этих документов нельзя получить сведения, на основании которых можно провести оценки финансового состояния предприятия и произвести расчеты необходимых показателей.

Проведя анализ данных кодексов, которые имеют непосредственное отношение к регулированию финансовых отношений в нашей стране, можно отметить, что при рассмотрении этих документов нельзя получить сведения, на основании которых можно провести оценки финансового состояния предприятия и произвести расчеты необходимых показателей, т. е. на основании кодексов можно только выявить наличие или отсутствие правонарушений в финансовой сфере нашей страны.

Для того чтобы получить информацию о процедуре проведения оценки финансового состояния фирм необходимо изучить основные нормативные документы РФ, регулирующие порядок проведения анализа финансового состояния организации (в том числе при процедурах банкротства).

К данным документам относят:

1. Постановление Правительства РФ от 25. 06. 2003г. №367 «Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа»;
2. Постановление Правительства РФ от 27. 12. 2004г. №855 «Об утверждении временных правил проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства»;
3. Постановление Правительства РФ от 21.12.2005 №792 «Об организации проведения учета и анализа финансового состояния стратегических предприятий и организаций и их платежеспособности», а также приказы Минэкономразвития и Минфина РФ.

Проведем анализ некоторых нормативно-правовых актов. Данные анализа представим в виде табл. 2.

Таблица 2

Анализ нормативно-правовых актов [3]

Наименование НПА	Краткая характеристика
Постановление Правительства РФ от 25. 06. 2003г. №367 «Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа»	<p>В соответствии с данным документом, финансовый анализ проводится арбитражным управляющим в следующих целях:</p> <ul style="list-style-type: none"> – при подготовки предложения о возможности (невозможности) восстановления платежеспособности должника; – для определения возможности покрытия за счет имущества должника судебных расходов; – в процессе подготовки плана внешнего управления. <p>Необходимо отметить, что основными источниками информации для проведения анализа финансового состояния должника являются: данные статистической, бухгалтерской и налоговой отчетности; результаты ежегодных проводимых должником инвентаризаций; регистры бухгалтерского и налогового учета и т.д. Так же в данном документе описана логика работы с коэффициентами, характеризующими финансово-хозяйственную деятельность должника, предполагается рассмотрение каждого показателя в динамике и с точки зрения его соответствия рекомендуемому уровню.</p>

Наименование НПА	Краткая характеристика
<p>ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ (в ред. от 01.12.2014)</p>	<p>Данный ФЗ регламентирует основания для признания должника несостоятельным (банкротом), так же он регулирует порядок и условия осуществления мер по предупреждению несостоятельности (банкротства), освещает порядок и условия проведения процедур, применяемых в деле о банкротстве, и иные отношения, возникающие при неспособности должника удовлетворить в полном объеме требования кредиторов.</p> <p>В соответствии с данным ФЗ, юридическое лицо считают неспособным удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам если он не может их исполнить в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены, и если сумма его обязательств превышает стоимость принадлежащего ему имущества.</p> <p>Так же в данном нормативно-правовом акте выделены основные предпосылки банкротства (размер и срок неисполнения денежных обязательств); определено место рассмотрения дел, а также лица, обладающие правом обращения в суд и сроки подачи заявления, документы, необходимые для подачи; дана характеристика процедуры банкротства на каждом этапе (наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство); перечислены случаи, в которых установлены упрощенные процедуры банкротства.</p>

Оздоровление и банкротство предприятия всегда означает какой-то кризис, переломный момент, переосмысление и осознание происходящего, потому что финансовый анализ играет далеко не последнюю роль.

В таблице были рассмотрены документы, регламентирующие финансовый анализ при оздоровлении и банкротстве, при работе арбитражного управляющего. Данные документы важны и должны учитываться при проведении оценки финансового состояния, но существует две методики, в которых представлены необходимые коэффициенты и рекомендуемые значения, на основании которых можно судить об отклонении показателей конкретного предприятия от нормы.

К данным методикам относятся:

а) методика проведения анализа финансового состояния заинтересованного лица в целях установления угрозы возникновения признаков его несостоятельности (банкротства) в случае единовременной уплаты этим лицом налога, которая установлена приказом Министерством экономического развития РФ от 18. 04. 2011 г. № 175;

б) методика оценки относительной и абсолютной финансовой устойчивости коммерческой организации, желающей участвовать в реализации проектов, имеющих общегосударственное, региональное и межрегиональное значение, с использованием бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации, установленная приказом Министерства регионального развития РФ от 17. 04 2010 г. № 173.

Рассмотрим в табл. 3 характеристики представленных методик.

Из рассмотренных в табл. 3 методик оценки финансового состояния, наибольшее значение имеет методика оценки относительной и абсолютной финансовой устойчивости коммерческой организации. В ней представлены формулы расчета показателей, предусмотренных данной методикой, а также необходимые комментарии к формулам. Комментарии разъясняют расчет показателей, описывающих все существенные аспекты деятельности.

Характеристика методик [5]

Наименование НПА	Краткая характеристика
<p>Методика проведения анализа финансового состояния заинтересованного лица в целях установления угрозы возникновения признаков его несостоятельности (банкротства) в случае единовременной уплаты этим лицом налога</p>	<p>Данная методика определяет правила проведения Федеральной налоговой службой анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта – заинтересованного лица, которое не имеет признаков (несостоятельности) банкротства, для того, чтобы установить наличие угрозы возникновения признаков несостоятельности (банкротства) этого лица, в случае если оно единовременно уплатит налог. К сожалению, приведенный метод не может быть применим в полной мере к индивидуальным предпринимателям (ИП) и налогоплательщикам, состоящим на упрощенной системе налогообложения (УСН). Прежде всего, это связано с тем, что таковые освобождены от ведения бухгалтерского учета и не представляют в инспекцию бух. отчетность.</p> <p>Проведение анализа финансового состояния заинтересованного лица основывается на:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) сведениях об неуплаченной сумме налогов, пеней, сборов; 2) информации полученной в результате проведения налогового контроля; 3) информации таможенных органов о суммах налогов, пеней, штрафов, которые подлежат уплате в связи с перемещением товаров через таможенную территорию; 4) на основании бухгалтерской отчетности и налоговых деклараций
<p>Методика оценки относительной и абсолютной финансовой устойчивости коммерческой организации, желающей участвовать в реализации проектов, имеющих общегосударственное, региональное и межрегиональное значение, с использованием бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации</p>	<p>Эта методика предназначена для оценки финансовой устойчивости коммерческой организации, которая желает участвовать в реализации проектов, имеющих общегосударственное, региональное и межрегиональное значение, с использованием бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации (далее соответственно – проекты, Фонд). Так же методика устанавливает перечень показателей, на основании анализа которых проводится оценка финансовой устойчивости коммерческой организации и требования к их расчету.</p> <p>Для проведения оценки финансовой устойчивости осуществляется расчет абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости коммерческой организации, являющейся инвестором проекта.</p> <p>В данной методике исходной базой оценки финансового состояния коммерческой организации будут являться данные бухгалтерского учета и отчетности за финансовый год, предшествующий году подачи заявки на предоставление бюджетных ассигнований Фонда, и аналогичный период предыдущего года</p> <p>После оценки финансовой устойчивости коммерческой организации получения результатов, в соответствии с настоящей Методикой оформляются рекомендации к заседанию инвестиционной комиссии по проведению отбора проектов, которые могли претендовать на получение бюджетных ассигнований Фонда</p>

При изучении этой методики четко формируется вывод, что главный показатель, необходимый для расчета основных коэффициентов, – среднемесячная выручка, рассчитанная по оплате. Именно этот показатель участвует в расчете основных показателей.

К таким показателям можно отнести: степень платежеспособности общую и по текущим обязательствам, коэффициент внутреннего долга, коэффициент оборотных средств в расчетах, коэффициенты задолженности, фондоотдача, коэффициент оборотных средств в производстве, среднемесячную выработку на одного работника, коэффициент обеспеченности оборотными средствами.

Экономической сущностью понятия финансовое состояние предприятия является способность предприятия финансировать свою деятельность.

Анализ финансового состояния является аналитической процедурой, с помощью которой можно выявить слабые стороны финансового механизма бизнеса и предсказать наиболее вероятное его развитие. Главной целью финансового анализа каждого субъекта хозяйствования является оценка эффективности его экономических процессов и финансового состояния. Основные показатели, которые рассчитывают для оценки финансового состояния, – это ликвидность, платежеспособность и финансовая устойчивость, их рассматривают в динамике за несколько лет, чтобы была возможность оценить происходящие изменения.

Несмотря на наличие большого количества всевозможных моделей и методик, позволяющих прогнозировать наступление банкротства фирмы с той или иной степенью вероятности, в этой области существует много проблем прогнозирования банкротства.

К таким проблемам можно отнести различия в информационном обеспечении лиц, проводящих анализ. За рубежом практически каждое заинтересованное лицо может получить информацию о деятельности любой фирмы, в РФ доступ практически всегда ограничен, т.е. существует сложность сбора необходимой финансовой информации, характеризующей финансовое положение.

В настоящее время нет официально рекомендованной методики для проведения оценки финансового состояния. Это приводит к тому, что при оценке финансового состояния одного и того же предприятия разными проверяющими могут получиться разные результаты, поэтому компании для проведения оценки финансового состояния своего предприятия необходимо пользоваться услугами одной и той же аудиторской фирмы для получения достоверной и сопоставимой информации.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ (ред. от 26.12.2014) [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www. http://base.garant.ru/1211/](http://www.base.garant.ru/1211/).
2. Налоговый кодекс РФ от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 08.03.2015) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www. http://base.garant.ru/1411/>.
3. Постановление Правительства РФ от 25. 06. 2003г. №367 «Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www. http://base.garant.ru/7/>.
4. ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ (в ред. от 01.12.2014) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.http://base. garant.ru/1217771/>.
5. Методика проведения анализа финансового состояния заинтересованного лица в целях установления угрозы возникновения признаков его несостоятельности (банкротства) в случае единовременной уплаты этим лицом налога. Приказ Министерства экономического развития РФ от 18.04.2011 № 175 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.http://base.garant.ru/1926/>.
6. Методика оценки относительной и абсолютной финансовой устойчивости коммерческой организации, желающей участвовать в реализации проектов, имеющих общегосударственное, регио-

- нальное и межрегиональное значение, с использованием бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации. Приказ Министерства регионального развития РФ от 17.04.2010 г. № 173 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://wwwhttp://base.garant.ru/7851171/>.
7. Петрова Л.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: учебник/ Л.В. Петрова. М.: – МГОУ, 2011. 319 с.
8. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2011. 534 с.
9. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник. М.: ИНФРА-М, 2011. 647 с.
10. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2009. 365 с.
11. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа: учеб.-практич. пособие. М.: ИНФРА-М, 2012. 208 с.
12. Юркова Т.И. Экономика предприятия: учебник. М.: ИНФРА – М, 2013. 541 с.
13. Единый Федеральный Реестр сведений о фактах деятельности юридических лиц [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fedresurs.ru/companies/8585817>.

УДК 331.1

Т. А. Стекленева

магистрант кафедры менеджмента наукоемких производств

М. Л. Кричевский

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

МЯГКИЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ В ЗАДАЧАХ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Для принятия решений в задачах по управлению персоналом необходимы информационные технологии, реализующие функции сбора, обработки информации и принятия решений согласно моделям и выбранным критериям оценки эффективности.

Термин «мягкие вычисления» был введен американским математиком и логиком, основателем нечеткой логики и теории нечетких множеств Лотфи Заде в 1994 г. [1]. По словам Л. Заде, сущность мягких вычислений состоит в том, что они ориентированы на решение задач менеджмента со слабо структурированными объектами управления.

Существуют четыре составные части мягких вычислений, которые включают в себя нечеткую логику (приближенные вычисления, грануляция информации), нейрокомпьютинг (обучение, адаптация, классификация, системное моделирование и идентификация), генетические вычисления (синтез, настройка и оптимизация с помощью систематизированного случайного поиска и эволюции), вероятностные вычисления (управление неопределенностью, сети доверия, хаотичные системы, предсказания).

Составные части мягких вычислений не конкурируют, а наоборот, создают эффект взаимного усиления для достижения работоспособности, низкой цены решения, повышения эффективности приложений. Исходной моделью для мягких вычислений служит человеческое мышление.

Далее рассмотрим две технологии для использования в задачах менеджмента, в частности, в управлении персоналом: нейронные сети и нечеткую логику.

Как средства моделирования нейронные сети и нечеткая логика представляют собой технологии, которые работают почти одинаково, но использование той или иной модели для решения рассматриваемой задачи зависит от доступности предыдущих знаний о системе или количества наблюдений.

Нейронная сеть представляет собой «черный ящик», иллюстрирующий ситуацию, при которой процесс неизвестен; при этом имеются примеры наблюдений, выборочных данных, т.е. известны входы и выходы, но требуется база примеров, по которой обучается сеть (рис. 1).



Рис. 1. Представление НС в виде «черного» ящика

Нейронные сети построены по принципу организации и функционирования биологического нейрона и нервной системы человека. После разработки алгоритмов обучения получаемые модели широко используются в практических целях.

Для оценки качества персонала на предприятии можно предложить систему контроля, построенную с помощью нейронной сети, обучаемую методом обратного распространения ошибки (ОРО). Такая сеть будет представлять собой многослойный персептрон, а для увеличения вычислительных возможностей она должна состоять из трех слоев: входного, скрытого и выходного [2].

Количество нейронов входного слоя должно соответствовать размерности входного вектора: если объект характеризуется шестью признаками, то входной слой содержит такое же количество нейронов. В качестве первого приближения для скрытого слоя можно установить удвоенное количество нейронов (12). Число нейронов выходного слоя разделим на два класса, на которые предполагаем разделить всю совокупность объектов: сведущие и некомпетентные сотрудники. Тогда на выходе сети будем иметь два выходных нейрона (рис. 2).

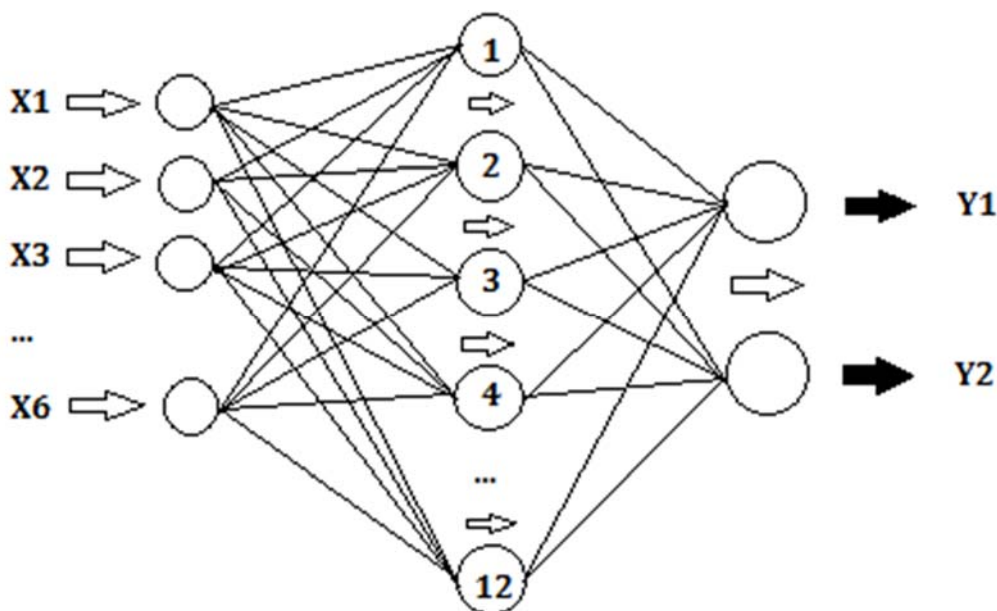


Рис. 2. Архитектура многослойного персептрона

Для обучения сети методом ОРО необходимо достаточное количество обучающих пар, если таких данных мало, то это приводит к невозможности обучения такой сети, в такой ситуации следует применить метод Монте-Карло для получения большего числа недостающих данных [2].

Обученную таким образом сеть можно использовать для обеспечения организации качественным персоналом, способным выполнять возложенные на него трудовые функции.

В случае с нечеткой логикой ситуация представима в виде «белого ящика», где решение задачи известно в виде структурированных данных, состоящих из человеческих знаний о рассматриваемом процессе, опыта, интуиции (рис. 3).

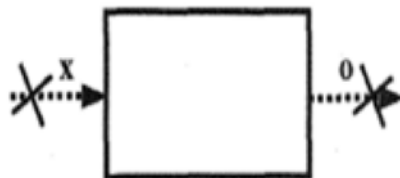


Рис. 3. Представление НЛ в виде «белого» ящика

Приведем пример использования метода нечеткой логики в оценке компетентности персонала на предприятии. Для этого составим следующую последовательность:

1. Определение целевой функции, описывающей зависимость входных и выходных переменных системы оценки персонала:

$$K(y_1, y_2, \dots, y_m) = f(x_1, x_2, \dots, x_n),$$

где K – уровень компетентности; x_1, x_2, \dots, x_n – входные переменные системы оценки; y_1, y_2, \dots, y_m – выходные переменные системы оценки.

2. Определение перечня должностей предприятия (выходных переменных y_m), где m – количество должностей. В случае наличия большого количества должностей целесообразно объединить их в группу по единому признаку.
3. Определение оцениваемых показателей (лингвистические переменные x_n): возраст, опыт работы, образование, состояние здоровья, внешний вид и т.д.
4. Определение терм-множества выходных переменных: степень соответствия компетентности кандидата различным должностям на предприятии и т.д.
5. Составление базы правил, т.е. отражение требований к определенным должностям на предприятии.
6. Нечеткий логический вывод способом Мамдами.
7. Получение выходных значений.

Предложенная последовательность позволит достаточно оперативно и объективно провести оценку сотрудников предприятия и может быть использована как при отборе персонала, так и при его периодической аттестации. Использование метода нечеткой логики позволяет создать информационную базу для принятия решений в отношении персонала организации, а использование автоматизации систем управления способствует сокращению времени на анализ данных и обработку информации.

Таким образом проведенный анализ показал возможность применения методов мягких вычислений в задачах управления персоналом с помощью нейронных сетей и нечеткой логики.

Библиографический список

1. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений. М.: Мир, 1976. 166 с.
2. Кричевский, М. Л. Интеллектуальный анализ данных в менеджменте: учеб. пособие. СПб.: ГУАП, 2005. 208 с.

УДК 330.14.014

Т. И. Табурина

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Т. Ф. Кутузова

(доц., канд. экон. наук) – научный руководитель

ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация: в статье предложены рекомендации, придерживаясь которых, предприятия смогут максимизировать свою прибыль путем рационального использования имеющихся оборотных ресурсов.

Ключевые слова: оборотный капитал, оборотные средства, оборотные активы.

Любая коммерческая организация, ведущая производственную или иную коммерческую деятельность, должна обладать активным капиталом в виде основного или оборотного капитала.

Под оборотным капиталом понимают имущественные ценности, потребляемые однократно, созданные за счет авансирования денежных и приравненных к ним средств, предназначенные для обеспечения непрерывности планомерного процесса производства и реализации продукции и включающие в себя следующие элементы:

- запасы сырья и материалов;
- запасы незавершенного производства;
- запасы готовой продукции на складе;
- расходы будущих периодов;
- товары отгруженные;
- дебиторская задолженность;
- денежные средства [1].

Оборотный капитал создает условия непрерывности производственного процесса и во многом обуславливает его эффективность. Решение таких задач как формирование и рациональное использование оборотных средств дает возможность ускорить оборачиваемость активов предприятия и в итоге приумножить прибыль.

От того, насколько эффективно происходит управление оборотными средствами на предприятии, зависят результаты финансово-хозяйственной деятельности и, следовательно, финансовая устойчивость компании в целом. В современных условиях большинство организаций малого и среднего бизнеса не уделяют должного внимания размещению средств в оборотный капитал, а сосредоточены в основном только на получении денежных средств [2].

Неграмотное управление оборотным капиталом всегда приводит к тому, что эффективность его использования снижается. Низкий уровень эффективности управления дебиторской и кредиторской задолженностью, слабая подготовка финансовых управляющих на предприятиях – все эти факторы значительно снижают эффективность использования оборотного капитала. На фоне недостаточной ликвидности и растущих процентных ставок за пользование кредитом неизбежно повышается себестоимость готовой продукции, работ, услуг.

В процессе распоряжения оборотными активами важно знать, что каждый из их компонентов имеет свои отличительные черты:

– под управлением дебиторской задолженностью понимается не только анализ структуры и динамики ее состояния, удельного веса, состава, но и организация кредитной политики по отношению к клиентам компании, установление системы кредитных соглашений, а также постоянная проверка и контроль выполнения договорных условий покупателей;

– грамотное управление налогами на предприятии невозможно без широкого использования нормативно-правовой базы;

– управление денежными средствами подразумевает не только поддержание уровня абсолютной ликвидности, но и нормализацию среднего остатка денежных средств для создания резервов [3].

Обеспечение эффективного функционирования компании требует экономически грамотного управления оборотными средствами, которое определяется умением анализировать.

В современных экономических условиях компании встречаются с проблемами формирования оборотных средств, поэтому приоритетной и чрезвычайно важной задачей для каждого предприятия является обеспеченность оборотным капиталом и его эффективное использование. Решение данной задачи напрямую связано с умением проводить анализ оборотного капитала, который позволяет обосновать потребность в нем, определить влияние различных причин на изменение эффективности использования оборотного капитала. Кроме того, предприятиям необходимо разрабатывать собственную политику для повышения эффективности и рационального использования оборотного капитала. Важно, чтобы компания придерживалась четкой политики в отношении компонентов оборотного капитала. Основные направления такой политики должны рассматривать более детальное управление запасами, дебиторской задолженностью, денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями для того, чтобы свести к минимуму возможность неоптимальных решений.

При формировании политики управления оборотным капиталом необходимо учитывать специфику деятельности компании в связи с тем, что различные компании имеют различные потребности в оборотном капитале.

Характерной особенностью оборотного капитала является скорость его оборота. Продолжительность оборота капитала показывает сколько раз за анализируемый период средства, инвестированные в оборотные средства, заново переходят в денежную форму. Снижение данного показателя в динамике характеризует предприятие положительно.

Кроме того, для оценки эффективности использования оборотных ресурсов необходимо рассчитать цикл оборотных активов, включающий в себя оборачиваемость запасов, дебиторской и кредиторской задолженности. В российской практике при расчете данных показателей за анализируемый период берут годовые данные из бухгалтерского баланса.

Оборачиваемость запасов в днях характеризует, в течение какого количества дней предприятию будет достаточно имеющихся товарных запасов. Уменьшение коэффициента оборачиваемости запасов может отражать накопление избыточных запасов. Большая оборачиваемость может выступать и отрицательным фактором, поскольку может свидетельствовать об исчерпывании товарно-материальных ресурсов.

Следующий компонент оборотных активов, который позволяет рассчитать денежный цикл, – это дебиторская задолженность, которая показывает, за какое количество дней предприятие собирает всю дебиторскую задолженность в течение анализируемого периода. Он равен времени между отгрузкой товара и получением наличных денег от покупателей.

Также необходимо рассчитать период оборачиваемости кредиторской задолженности предприятия в днях. Показатель оборачиваемости характеризует скорость оплаты предприятием своей задолженности перед различными контрагентами (поставщиками, государством и др.). Он представляет собой среднее количество дней, в течение которых текущие обязательства компании остаются непогашенными [4].

Для эффективного управления оборотными активами компании, ее руководству следует придерживаться следующих рекомендаций:

1. Балансирование денежных средств – достаточно сложный процесс, в результате которого должны поддерживаться минимальные суммы наличности (страховой запас). Благодаря этому запасу, компания сможет произвести текущие срочные платежи. Недостаток денежной наличности может привести к невыполнению договорных обязательств перед покупателями и заказчиками.

2. Контроль наличия и движения дебиторской задолженности. Увеличение дебиторской задолженности представляет собой отток собственного оборотного капитала, но при этом также указывает на нарастание потенциальных доходов и повышение ликвидности.

3. Нормирование товарных и материально-производственных запасов. Вследствие того, что запасы являются самой неликвидной формой среди всего оборотного капитала, их излишний объем приводит к потере ликвидности и снижению платежеспособности компании. Это связано с тем, что при закупке чрезмерного количества товара увеличивается кредиторская задолженность компании. Происходит подрыв платежной дисциплины и денежные средства извлекаются из оборота. Кроме того, сверхнормативные товарные запасы влекут за собой увеличение складских расходов, связанных с их хранением, а также расходов на замену просроченного или испортившегося товара.

4. Удерживание на должном уровне размера кредиторской задолженности. При постоянном увеличении кредиторской задолженности, а также при наличии избыточных и залежалых товаров, компания не будет располагать достаточным количеством денежных средств для оперативного погашения своей финансовой задолженности. Если же кроме того предприятие допустило просроченную кредиторскую задолженность, то необходимо принимать меры к ее уменьшению. По действующему законодательству при непогашении долговых обязательств в течение 3 месяцев предприятие может быть признано несостоятельным, поэтому необходимо установить причины неплатежей:

- наличие неоправданной дебиторской задолженности;
- отвлечение средств в излишние материальные запасы;
- низкий уровень рентабельности продукции [5].

Таким образом, рациональное использование оборотных средств играет важную роль в обеспечении устойчивой работы экономического субъекта, повышении уровня рентабельности производства. Ускорение оборота оборотного капитала позволяет высвободить значительные суммы и, таким образом, увеличить объемы производства без дополнительных финансовых вложений, а высвободившиеся средства использовать в соответствии с потребностями предприятия.

Библиографический список

1. Крылов Э. И., Власова В. М., Иванова Н.А., Варфоломеева В.А., Кутузова Т.Ф. и др. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: в 4 кн. Кн. 1 Производственные ресурсы: анализ эффективности: учеб. пособие-СПб.: ГУАП, 2010.
2. Канке А.А., Кошечая И.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2013.
3. Корень А.В., Шефер О.В. Роль и значение региональных налогов / Современные проблемы науки и образования. 2014.
4. Корнева Е.В., Корень А.В. Анализ существующих подходов к определению предпринимательской активности / Интернет-журнал Науковедение. 2013.
5. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2013.

УДК 330.145

Т. И. Табурина

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

В. М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ПОНЯТИЕ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В статье рассмотрены кругооборот оборотного капитала, изучено определение термина «оборотный капитал» различными авторами и обобщены позиции различных экономистов.

Ключевые слова: оборотный капитал, оборотные средства, кругооборот оборотного капитала.

Оборотный капитал является одной из важных категорий любого предприятия рыночной экономики, потому что величина оборотного капитала и его структура влияют на показатели финансовой устойчивости и платежеспособности организации. Для стратегии управления структурой оборотного капитала всегда должна быть сформулирована долгосрочная цель: достичь оптимальных вложений в оборотные активы для поддержания нормальной финансовой устойчивости компании, так как основной проблемой любого бизнеса является замораживание в запасах излишних финансовых ресурсов [1].

Оборотный капитал представляет собой мобильные активы, возобновляемые с определенной регулярностью и обеспечивающие непрерывность операционной деятельности организации. С точки зрения финансов оборотный капитал – это денежные средства, авансированные в совокупность оборотных активов организации, используемые или предназначенные к использованию в производстве и приносящие прибыль [2].

По нашему мнению, оборотный капитал – это имущественные ценности, потребляемые однократно, созданные за счет авансирования денежных и приравненных к ним средств, предназначенные для обеспечения непрерывности планомерного процесса производства и реализации продукции и включающие в себя следующие элементы: запасы сырья и материалов; запасы незавершенного производства; запасы готовой продукции на складе; расходы будущих периодов; товары отгруженные; дебиторская задолженность; денежные средства [3].

Следует отметить, что в советской экономической литературе термин «капитал» был заменен понятием «оборотные средства». В настоящее время все большее распространение получает понятие «оборотный капитал» как заимствование из зарубежной практики. Но чаще всего оборотные средства используются как синоним термина «оборотный капитал», что, на наш взгляд, является верным. Понятия «оборотные средства» и «оборотный капитал» одинаковы по смыслу, поскольку обладают одинаковыми признаками: имеют одинаковую природу, совершают полный кругооборот в процессе производства и обращения, имеют одинаковые источники формирования, а также одинаковый состав [4].

Оборотный капитал предприятия, участвуя в процессе производства и реализации продукции, совершает непрерывный кругооборот. Кругооборот оборотных средств представляет собой органическое единство трех его фаз. Целью оборота является восполнение производственных запасов и обеспечение воспроизводственного процесса.

Первая стадия кругооборота оборотного капитала (Д—Т) называется подготовительной. Определенная сумма денежных средств (Д) авансируется в целях подготовки к текущей деятельности в виде приобретения товарно-материальных ценностей. На этой стадии оборотный капитал из денежной формы переходит в форму производственных запасов (Д – ПЗ).

Вторая стадия кругооборота (Т – П – Т') – производительная – состоит в переходе оборотного капитала из сферы обращения в сферу производства продукции. В производство (П) поступают приобретенные товарно-материальные ценности, производственные запасы. Средства и предметы труда соединяются с рабочей силой, и создается новый продукт (ГП).

Третья стадия кругооборота (Т – Д') состоит в реализации изготовленной продукции и получении денежных средств, поэтому ее называют денежной. Здесь оборотный капитал переходит из производства в стадию обращения и в процессе реализации принимает форму денежных средств. Денежная форма является одновременно и начальной стадией оборота капитала.

Разница между Д' и Д составляет денежные доходы и накопления, или финансовый результат хозяйственной деятельности организации.

Итак, кругооборот – это процесс, совершающийся постоянно и представляющий собой оборот капитала. Завершив один кругооборот, оборотный капитал вступает в новый, что обеспечивает воспроизводственный процесс. Происходит постоянная смена форм авансируемой стоимости. Вместе с тем на каждый данный момент кругооборота оборотный капитал функционирует одновременно во всех стадиях, обеспечивая непрерывность процесса производства [5].

По своей сути оборотный капитал – это промежуточная стадия, в которой находятся деньги компании до того, как станут деньгами «новыми», т.е. большей величины. Цель анализа оборачиваемости – оценить способность предприятия приносить доход путем совершения оборота «деньги–товар–деньги новые» или, другими словами, охарактеризовать условия управления оборотным капиталом компании и оценить их влияние на ее финансовое состояние. При проведении анализа оборачиваемости приходится сталкиваться с двумя основными проблемами. Одна из них связана с интерпретацией результатов и состоит в неточном представлении о влиянии оборачиваемости на финансовое состояние компании (на величину чистого оборотного капитала, абсолютную ликвидность, рентабельность и финансовую устойчивость влияние оборотного капитала неодинаково). Вторая связана с подготовкой информации для принятия решений и состоит в выборе расчетных формул для анализа периодов оборота текущих активов и текущих пассивов.

С помощью анализа динамики показателей оборачиваемости можно получить информацию, характеризующую эффективность работы предприятия. С позиций экономической интерпретации более информативными являются периоды оборота активов (текущих и постоянных) и текущих пассивов, которые рассчитываются в днях.

Оборотный капитал – это авансированная стоимость трансформирующихся с течением времени элементов оборотных фондов и фондов обращения для обеспечения непрерывности производственного процесса, реализации продукции, а также экономического стимулирования производства.

Библиографический список

1. *Зотов В.П.* Управление оборотным капиталом. Кемерово, 2009.
2. *Савицкая Г.В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие. 8-е изд., испр. Минск: Новое знание, 2010.
3. *Крылов Э. И., Власова В. М., Иванова Н.А., Варфоломеева В.А., Кутузова Т.Ф.* и др. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: в 4 кн. Кн. 1 Производственные ресурсы: анализ эффективности: учеб. пособие. СПб.: ГУАП, 2010.
4. *Грицай А.П.* Оборотные средства социалистических промышленных предприятий. М.: Высшая школа, 1963.
5. *Снитко Л.Т.* Управление оборотным капиталом организации. М.: Издательство РДП, 2014.

УДК 659.18

К.Д. Федорова

магистр

А.П. Ястребов

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современном мире реклама является тем средством, которое способствует развитию коммуникаций в обществе. Посредством рекламы можно значительно облегчить потребителям процесс выбора товаров или услуги, а также сделать информацию о них более доступной и удобной. На сегодняшний день реклама является мощным источником информации, и нельзя недооценивать ее роль в современном обществе, несмотря на значительную часть населения, которая относится к рекламе резко негативно. Разнообразие видов рекламного продукта не ограничивается сегодня только лишь традиционными способами представления товара, современные информационные технологии прочно заняли место среди используемых рекламных методов.

В связи с тем, что нынешняя обстановка на рынке характеризуется обострением конкурентной ситуации, резко возросла потребность в инновациях, которые представляют собой эффективный способ создания конкурентного преимущества. Инновации могут привести к снижению себестоимости продукции, к повышению имиджа компании, к созданию новых потребностей и к захвату и открытию новых рынков [1].

Именно этим объясняется необходимость в поиске новых инструментов в разработке рекламных кампаний предприятием, нацеленным на сохранение, выживание и упрочнение собственного положения на рынке в долгосрочной перспективе. С учетом того, что применение обычной обоснованной информации о товаре или услуге не способно оказать решающего воздействия на поведение потребителя, на смену им приходят инновационные технологии, которые действительно эффективны, поскольку по подсчетам экспертов, использование инноваций в рекламной сфере способно повысить объем продаж продукции на 20-45%. В силу того, что применение инноваций требует серьезного технического обеспечения и наличия современных компьютерных технологий, многие руководители компаний до сих пор отдают предпочтение традиционным способам рекламы [2].

К инновациям в рекламной деятельности можно отнести: трансляция видеорекламы в местах скопления большого количества людей; сенсорные экраны и витрины; Perch-прилавки, где автоматически показывают фотографии и отзывы о товаре; RFID-технологии, которые позволяют повлиять на выбор покупателя во время примерки; симуляторы; технологии определения местоположения [3].

Следует отметить, что технология InDoor TV способна заинтересовать около 90% потенциальных клиентов, она успешно зарекомендовала себя как в России, так и за рубежом. В силу того, что эта технология постоянно совершенствовалась, на рынке появилась новая технология X3D video. Для того, чтобы увидеть трехмерное изображение, теперь не нужны очки или шлемы дополненной реальности, в результате получается изображение, выходящее за пределы экрана, которое видно на большом расстоянии. К тому же неоспоримое преимущество данной технологии – это большой угол обзора, благодаря которому трехмерное изображение видно на расстоянии до 100 м.

Еще одной технологией, связанной с трехмерными изображениями, является «Дополненная реальность» (augmented reality). На товар помещено изображение, которое превращается в трехмерное, стоит только поднести его к веб-камере. Таким образом, с помощью этой технологии можно увидеть товар в 3D-формате, поместив буклет с его изображением перед камерой, или изучить продукты в интернет-магазине с помощью объявления из газеты.

Как хорошо известно, первыми такую инновационную технологию применила сеть пиццерий «Papa John's», напечатав на коробках с пиццей квадрат с машиной. С помощью веб-камеры покупатель мог увидеть автомобиль Camaro 1972 г. выпуска, при этом он мог управлять этим автомобилем с помощью клавиатуры. Также большой интерес к технологии «Дополненная реальность» появился у компании General Electric. На сайте компании был размещен ролик с демонстрацией данной технологии, который посмотрели более 1 млн человек, а еще 250 тыс. человек провели на сайте более 5 мин., изучая технологию экономии электроэнергии.

Следует отметить, что данная технология получила широкое распространение на различных выставках и промоакциях, привлекая большое количество зрителей и позволяя им лично взаимодействовать с виртуальными объектами. При этом человеку нужно всего лишь подойти к определенному месту – зоне видимости камеры и впоследствии на установленном экране будут отображаться различные виртуальные картины. Стать свидетелем такой технологии можно было на строительной выставке MosBuild 2013, которая состоялась в России в начале апреля 2013 года. На видеостенде компании ROCKWOOL бродили дикие животные, а именно волк, олень, медведь и сервал, не подвергая при этом опасности посетителей выставки.

Применение «Дополненной реальности» было реализовано следующим способом: профессиональная камера с широкоугольным объективом передает изображение на видеостену со стенда, в которое встраивается видеоконтент с животными. Благодаря специальному программному обеспечению и особому, который определяет позицию человека на стенде, виртуальное животное начинает взаимодействовать со зрителем, а не просто появляется на экране. В то время когда никого из людей нет в области видимости сенсора, виртуальные животные просто ходят по стенду, тем самым, заинтересовывая проходящих мимо людей.

Вдобавок ко всему, камера автоматически делала фотографии, играющих с животными людей, которые можно было тут же напечатать или выслать письмом на электронную почту с помощью интерактивного стола. В конечном итоге практически ни один человек, подошедший к стенду, не смог удержаться, чтобы не получить такой снимок, ведь за 4 дня выставки на стенде было распечатано больше двух тысяч снимков [4].

Между тем на многих выставках помимо технологии «Дополненная реальность» используется технология «ltable», которая также носит название интерактивный стол. ltable представляет собой стол, где вместо обычной столешницы располагается плазменная или LCD-панель, поддерживающая от одного до пятидесяти одновременных касаний. Управление интерактивным столом может осуществляться даже на расстоянии с помощью мобильного телефона благодаря встроенному компьютеру с установленным программным обеспечением. На выставке интерактивный стол может стать частью стенда, картой-путеводителем по комплексу, где проходит выставка или в качестве пульта управления, присоединённого к другим устройствам стенда и помогающим вывести изображение на большой экран.

Следует отметить, что интерактивный стол может использоваться не только на выставках, но и на других развлекательных мероприятиях, кафе и ресторанах, промо-акциях. Система «ltable» проста в использовании и позволяет сразу нескольким людям прикасаться к виртуальным объектам и получать доступ к играм, изображениям, фильмам, текстам и мультимедийным приложениям. Таким образом, интерактивный стол может оказать помощь в привлечении внимания, позволив запомнить компанию среди большого числа потенциальных клиентов, дать возможность размещения рекламных материалов в зоне продаж и оперативного оповещения покупателей о событиях компании [5].

Инновации в рекламной области вызывают особенный интерес у потенциальных покупателей к товару и существенно выделяют его среди товаров-конкурентов. Следует отметить, что у конструкции Motion Pro останавливается более 50% посетителей больше одной минуты, а туманный экран способен вызвать интерес к демонстрируемому изображению, собирая вокруг себя большие толпы людей [6].

Таким образом, использование инновационных рекламных технологий сможет обеспечить долгосрочное конкурентное преимущество, рост объема продаж и привлечение большего числа клиентов. В основном это происходит за счет того, что инновации в области рекламы эффективные, легко усваиваемые и захватывающие. В то же время инновационные технологии в рекламе могут дать возможность не только вызвать интерес к рекламному сообщению, гарантировать его запоминаемость, но и сделать данную рекламу увлекательной для потребителей, позволяя им лично принять в ней участие.

Библиографический список

1. Дубровина М.А. Взаимосвязь маркетинговых и рекламных стратегий при формировании инновационных инструментов продвижения в торговле // Материалы конференции «Проблемы развития инновационно-креативной экономики». – 2011. – с. 339-344
2. Бабурин В. А., Гончарова Н. Л. Инновационные средства рекламы и проблемы их использования в сфере сервиса // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2014. №2 (28). С. 100-107
3. Интерактив в традиционном ритейле. URL: http://www.4p.ru/main/theory/152413/?sphrase_id=3481735
4. Лаборатория компьютерной графики United 3D Labs. URL: http://www.uni3dlabs.ru/portfolio/rock-wool_augmented_reality_portfolio/
5. High project: Интерактивные рекламные технологии. URL: <http://highproject.ru/catalog/interactive/interaktivnyj-stol/>
6. Изобретения в рекламе. URL: <http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/izobreteniya-v-reklame-141755/>

УДК 657.47

М.А Федорова

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р экон.наук, профессор) – научный руководитель

КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ПОСРЕДНИЧЕСТВА В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

Сфера посредничества на фоне глобальной ее виртуализации в современном экономическом пространстве обладает рядом особенностей не только во взаимоотношениях между посредническими организациями и потребителями их услуг, но и в бухгалтерском учете затрат, связанных с посреднической деятельностью.

Посредническая деятельность в виртуальном пространстве регламентируется п. 2. Ст. 497 ГК РФ [1], Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 №612 «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом» [2] и ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 в редакции от 13.07.2015 N 233-ФЗ [3].

Согласно требованиям вышеназванных законов виртуальная посредническая организация (или частный предприниматель, занимающийся посреднической деятельностью) представляют максимально полную информацию о себе, о товарах и услугах согласно п. 2 ст.26.1 Закона «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 в редакции от 25.11.2006 N 193-ФЗ).

Деятельность виртуальных посреднических организаций, как и деятельность прочих организаций, подвергается контролю со стороны фискальных, финансовых и правоустанавливающих органов государства.

Вследствие этого ведение бухгалтерского учета посреднических операций в соответствии с требованиями нормативно-правовых документов по бухгалтерскому учету в Российской Федерации является обязательной составляющей деятельности посреднических организаций.

Бухгалтер ведет традиционный бухгалтерский учет «в интересах внешних пользователей, таких, как налоговая инспекция, фонды социального страхования и пенсионный фонд, банки» [4], которым важны лишь законодательно регламентированные показатели, свойственные любым организациям.

Так как посредническая деятельность в Интернет-пространстве связана с обслуживанием перемещения товаров и услуг от поставщика к потребителю, уровень затрат по обслуживанию этого потока прямо влияют на доходы посреднической организации.

В традиционном бухгалтерском учете все затраты собираются на счетах затрат без привязки к конкретному товару или услуге.

Такой учет совершенно неинформативен для контроля, анализа и управления затратами (соответственно, ценами) на конкретный товар или услугу посреднической организации в режиме реального времени, так как законодательно установленные показатели не отражают специфику виртуальной посреднической деятельности и не позволяют получать оперативную управленческую информацию.

Реальные предприятия в целях управления затратами ведут управленческий учет с разделением их на условно-постоянные и условно-переменные затраты. Но и в реальной деятельности такое разделение весьма условно и часто вообще не применимо из невозможности определить носителя этих затрат.

Целью данной статьи является рассмотрение вопроса по применению метода калькулирования себестоимости товаров и услуг организаций сферы посредничества в режиме реального времени с использованием аппаратных и программных возможностей современных информационных технологий, т.е. применению нового взгляда на управленческий учет затрат.

Актуальность поставленной цели подтверждается неотвратимостью стремительного развития виртуальных посреднических услуг.

Так, эксперты утверждают, что «информатизация сферы услуг ... и в дальнейшем будет способствовать росту темпов развития ... Интернет-торговли. По прогнозам экспертов после 2016 г. вперед выйдут Аргентина, Мексика, Бразилия, Россия, Италия. Интернет-торговля в соответствии с ожиданиями экспертов продолжит набирать обороты и дальше» (рис.1) [5].

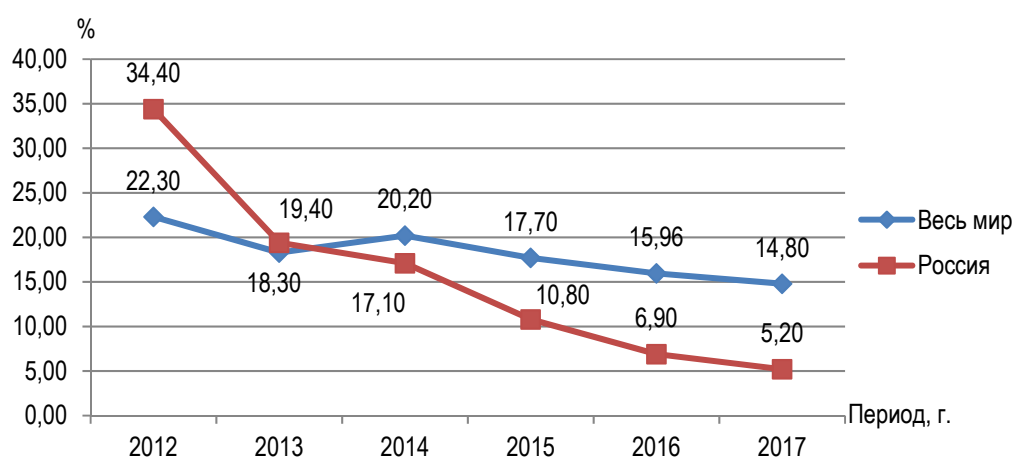


Рис. 1. Оценка экспертов и их ожидания по темпам роста объемов виртуальной посреднической деятельности [6]

Как следует из рис. 1, по прогнозам экспертов к 2017 г. темпы роста объемов виртуальной посреднической деятельности, несмотря на замедление, продолжают расти, что указывает на ужесточение конкурентной борьбы между посредническими организациями.

Рост виртуальных посреднических услуг связан, в первую очередь, с очевидно большим удобством для потребителей (не ограниченный временем и расстоянием доступный обзор предлагаемых товаров и услуг, экономия времени и ресурсов на поиск необходимых товаров и услуг, возможность более подробно ознакомиться с характеристиками предлагаемых товаров и услуг, сравнить цены, сроки и условия поставки товаров и оказания услуг, приемлемые цены), во вторую очередь, с упрощением условий деятельности и экономией средств посредников (отсутствие или незначительная по стоимости величина основных средств, небольшое количество или полное отсутствие наемных работников, незначительные затраты на покупку товаров и услуг от производителей, что позволяет предлагать цены на товары и услуги в приемлемом для потребителей формате и т.п.).

Перечень затрат виртуальных посредников несколько отличается от затрат любой организации, предлагающей товары и услуги в реальной среде.

Так, в отличие от реальной посреднической организации у виртуальной организации отсутствуют помещения для личного обслуживания потребителей товаров и заказчиков услуг, посредническая организация не держит в штате работников торговых залов.

Виртуальная посредническая организация может либо иметь в штате работников по доставке товаров, собственные транспортные средства, либо заключать договоры на оказание услуг по доставке грузов со сторонними такими же посредническими организациями, специализирующимися на этих видах услуг и т.п.

Также такие организации могут либо арендовать помещения под временные склады товаров, либо иметь собственные, либо быть только связующим звеном (оказание услуг по виртуальной встрече) между потребителем и производителем.

Перечень затрат виртуальных посреднических организаций может включать в себя затраты на содержание собственного сайта, операторов, работающих с потенциальными потребителями и поставщиками, а также затраты, связанные с продвижением товаров и услуг (реклама, маркетинговые исследования), затраты на обслуживание технических средств коммуникаций, затраты на бухгалтера или на обслуживающую бухгалтерскую стороннюю организацию и оплата труда управления, затраты на поставку товаров и услуг, арендные платежи за складские помещения, консультационные услуги по характеристикам товаров и т.п.

В настоящее время в текущей практической учетной работе бухгалтер по мере поступления документов по затратам относит их на счета затрат и потом в конце отчетного периода при формировании финансовых результатов их сумму вычитает из общей суммы вознаграждений за посредничество (по принципу: «после того как...»).

Особенность затрат посреднической организации заключается в том, что практически все затраты имеют конкретного собственного носителя. Даже те, которые можно было бы в обычной деятельности с большой долей условности отнести к постоянным, зависят либо от продаж, либо от количества конкретного товара, либо от количества оказанных услуг. Поэтому нет необходимости деления затрат на постоянные и переменные.

Решение задачи по калькулированию себестоимости в режиме реального времени вполне возможно при распределении всех статей затрат на каждую единицу товара в соответствии с их основными характеристиками (вес, размер, цена закупки).

Так, при поступлении товаров на склад в момент внесения данных о товаре по товарно-транспортным накладным и счетам-фактурам в таблицах Excel, связанных с аналитическими и синтетическими счетами традиционного бухгалтерского учета затрат, должны отражаться покупная стоимость поступившей единицы товара (номенклатурного номера, артикула, штрих-кода и т.п. «опознавательные» знаки единицы товара) и все связанные с ее поставкой, разгрузкой, складированием затраты.

В режиме реального времени ежедневно к этой сумме должна автоматически прибавляться суточная (или почасовая) доля в арендной плате за складское помещение (если есть

склад), доля в оплате труда работников склада, доля в оплате труда управленцев, затраты на телефонные и виртуальные консультации по данному товару и доля всех прочих затрат, на основе чего будет калькулироваться себестоимость товара в требуемый момент времени.

Сама идея отнесения затрат на их носителей не нова. Первые попытки отнесения издержек обращения на потоварногруппы были предприняты профессором Шером в начале XIX в. [7], в 30-х годах прошлого века в российских научных изданиях по этой тематике были опубликованы разработки американских ученых. В России также предпринимались попытки исследовать издержки применительно к потоварногруппам. Были разработаны методы коэффициентов, экономико-математического моделирования и метод прямого счета. Практика использования данных методов была связана с большой трудоемкостью учета и относительно условную точность исчисления потоварногрупповых издержек. В 1938 г. М.И. Бакановым была высказана и основана идея о системном подходе в учете потоварногрупповых издержек [8]. Но и сейчас вопросы по учету издержек обращения остаются актуальными. Многое удалось решить путем введения в управленческую деятельность управленческого бухгалтерского учета. Однако и в нем много условностей, дающих весьма приближенное представление о реально произведенных затратах.

Автором статьи предлагается распределение всех затрат в режиме реального времени, чтобы калькулировать также в режиме реального времени реальную себестоимость товаров.

Это позволит выявлять необоснованные затраты, управлять ассортиментом и ценовой политикой, выявлять залежалые товары, иметь информацию о марже по конкретной единице товара или услуги и вести деятельность в соответствии со сложившимся спросом.

Процесс реализации калькулирования себестоимости товаров в режиме реального времени, несомненно, процесс непростой и трудоемкий. Однако современные аппаратные возможности (компьютерная техника), уровень профессионализма специалистов в области программного обеспечения и его обслуживания вселяет уверенность в успешное решение задачи по калькулированию себестоимости товаров посреднических организаций в режиме реального времени.

Та посредническая компания, которая реализует метод калькулирования себестоимости товаров и услуг в режиме реального времени сумеет выстоять в конкурентной борьбе с аналогичными компаниями, не только в виртуальной среде, но и в реальном мире.

Библиографический список

1. Трубников А. А. Учет доходов и расходов торговых посреднических организаций: Автореф. на соискание учетной степени кандидата экономических наук. Электронный ресурс. Режим доступа: www.autoreferat.ru.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ в редакции от 31.01.2016 N 7-ФЗ.
3. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 №612 «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом».
4. Закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 в редакции от 13.07.2015 N 233-ФЗ
5. Инструмент для руководителей, который поможет принимать эффективные управленческие решения. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://etaktika.ru/>.
6. eCommerce. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.shopolog.ru/>.
7. Чернов В.А. О калькулировании затрат в сфере обращения // Менеджмент в России и за рубежом. 2012 г. №1 т <http://dis.ru/magazine/periodicals/139/>.
8. Бухгалтерский учет и налоги. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://dis.ru/library/620/>.

УДК 336.67

Е.А.Федоровцева

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

А.В. Самойлов

(д-р экон.наук, профессор) – научный руководитель

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современном мире предприятия приобретают все большую самостоятельность и несут полную ответственность за результаты своей деятельности перед владельцами (акционерами), работниками, банками и кредиторами, поэтому анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия становится необходимостью.

Анализ финансовой деятельности позволяет объективно оценивать результаты деятельности предприятия в целом и его структурных подразделений, определять влияние различных внешних и внутренних факторов на основные показатели деятельности предприятия.

Можно выделить разные виды анализа (рис. 1). Внутренний анализ проводится финансовыми службами предприятия, его результаты используются для планирования, контроля и прогнозирования финансового состояния предприятия [1]. Цель данного вида анализа – обеспечить планомерное поступление денежных средств и разместить собственные и заемные средства таким образом, чтобы получить максимальную прибыль и исключить банкротство.

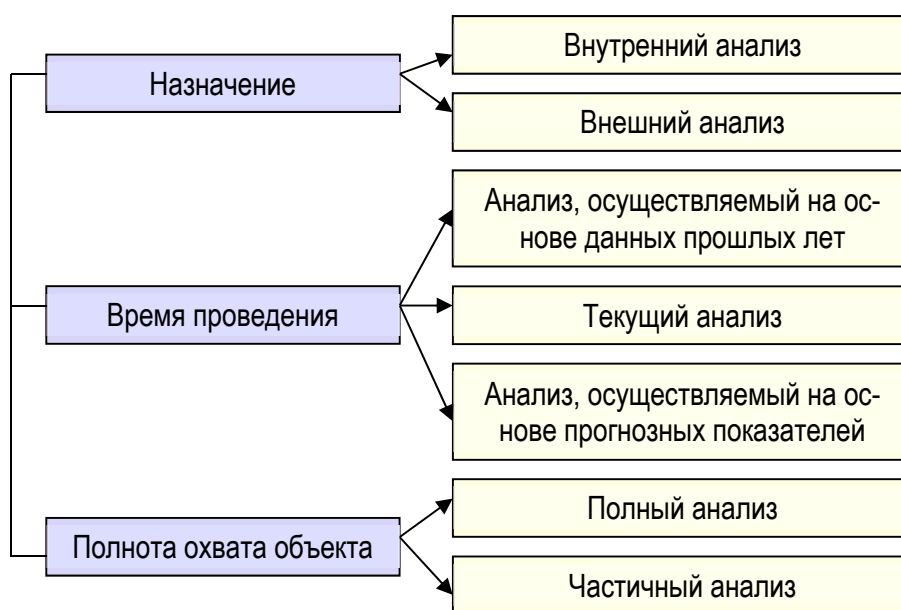


Рис. 1. Классификация финансового анализа по основным видам

Внешний анализ осуществляется кредитными и финансовыми учреждениями, инвесторами, поставщиками материальных и финансовых ресурсов, контролирующими органами на основе отчетности предприятия. Его целью является изучение платежеспособности предприятия, оценка его эффективной деятельности и возможности выполнения в установленные сроки своих финансовых обязательств.

Анализ, осуществляемый на основе данных прошлого периода, позволяет установить определенные тенденции состояния материальных и финансовых ресурсов и использовать это для обоснования плановых заданий [3].

Текущий анализ дает возможность контролировать ход выполнения принятых решений, корректировать свои задания, успешно маневрировать денежными ресурсами с целью повышения их эффективности.

Анализ, осуществляемый на основе прогнозных показателей, широко применяется при оценке эффективности инвестиционных проектов и является основой для выбора оптимального варианта.

Полный анализ охватывает все стороны финансовой деятельности предприятия, оценивает множества параметров, факторов, влияющих на эффективность и финансовое положение хозяйствующего субъекта.

Объектом частичного анализа является конкретный участок финансовой деятельности или группа однородных показателей, которая в данном периоде нуждается в совершенствовании (финансовые результаты, запасы).

Анализ финансовой деятельности осуществляется на основе данных бухгалтерского учета, отчетности, которая характеризует состояние имущества, источников их финансирования, финансовые результаты, уровень затрат, доходов и т.д. Основными источниками информации являются: «Бухгалтерский баланс» предприятия (форма 1 годовой и квартальной отчетности), «Отчет о финансовых результатах» (форма 2), «Отчет о движении денежных средств» (форма 4) и другие приложения к балансу [2].

Содержание и формы бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, других отчетов и приложений изучаются последовательно от одного отчетного периода к другому. В бухгалтерской отчетности данные приводятся минимум за два года: отчетный и предшествующий отчетному году [7]. При несопоставимости с данными за отчетный период они подлежат корректировке, исходя из правил, установленных нормативными актами. Данные, подвергшиеся корректировке, обязательно отражаются в пояснительной записке вместе с указанием причин, вызвавших эту корректировку. Составные части финансовых отчетов взаимосвязаны, так как они отражают различные аспекты одних и тех же фактов хозяйственной жизни. Хотя каждый отчет представляет информацию, которая отличается от других отчетов, ни один из них не служит только одной цели и не дает всю информацию, необходимую для решения конкретных задач управления.

К приемам анализа относятся сравнение, детализация и группировка, обобщение, балансовый способ и факторный анализ. Все приемы анализа взаимосвязаны и применяются одновременно в различных сочетаниях, что позволяет комплексно анализировать деятельность хозяйствующего субъекта и выявлять резервы повышения эффективности.

Принимая экономические решения, инвесторы, кредиторы и другие заинтересованные пользователи анализируют широкий спектр экономической информации об организации как финансового, так и нефинансового характера. В этом огромном массиве информации, который создается организацией, ключевое значение имеет публичная бухгалтерская (финансовая) отчетность, ядром которой является бухгалтерский баланс [5].

Методы экономического анализа – это совокупность способов обработки экономической информации, аналитических приемов и количественных методов, направленных на решение аналитических задач [6].

Финансовое состояние предприятия анализируется с помощью совокупности методов и рабочих приемов, позволяющих структурировать и идентифицировать взаимосвязи основных показателей (таблица) [8]. Ведущим методом анализа финансового состояния является расчет финансовых (аналитических) коэффициентов, необходимый различным группам пользователей: акционерам, аналитикам, менеджерам, кредиторам и др. Анализ подобных относительных показателей – это расчет соотношений отдельных позиций отчета или позиции разных форм отчетности, определение их взаимосвязей.

Методы анализа финансового состояния предприятия

Наименование	Содержание	Значение
Анализ абсолютных показателей	Оценка важнейших результирующих статей отчетности (выручки, чистой прибыли, суммы активов, величины акционерного капитала, заемных средств и т.д.)	Позволяет оценить статьи отчетности в статистике и динамике
Горизонтальный (временной) анализ	Сравнение каждого значения отчетности с предыдущим годом, расчет темпов роста показателей (индексный анализ)	Позволяет выявить тенденции изменения отдельных статей (групп статей) отчетности
Вертикальный (структурный, процентный) анализ	Расчет структуры обобщающих итоговых статей отчетности и составление динамических рядов (процентный анализ)	Позволяет отслеживать и прогнозировать структурные сдвиги в составе источников средств и направлениях их использования
Анализ финансовых коэффициентов (относительных показателей)	Расчет соотношений отдельных статей отчетности компании, определения взаимосвязи показателей	Позволяет проводить сравнительный анализ эффективности: – с предшествующими (удачными) годами; – с запланированными показателями

Финансовые коэффициенты представляют собой отношение одного бухгалтерского показателя к другому. Анализ финансового состояния при помощи финансовых коэффициентов представляет собой сопоставление показателей компании за текущий год с аналогичными показателями за прошлые годы, а также определение тенденций развития компаний (прогнозные оценки) по каждому коэффициенту. При разработке форм, подлежащих заполнению для осуществления управленческого учета, каждое предприятие имеет право отобрать для аналитической работы собственный набор коэффициентов, поскольку их число не ограничено и увеличивается при расширении исходной информации. Тем не менее, принято рассчитывать четыре группы показателей (финансовых коэффициентов):

- ликвидности;
- финансовой устойчивости;
- деловой активности;
- рентабельности [4].

Библиографический список

- 1 Гинзбург А.И. Экономический анализ: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2004. 448 с.
- 2 Ефимова О.В. Финансовый анализ. М: Бухгалтерский учет, 2010. 528с.
- 3 Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. Финансы и статистика. М.: 2004. 768 с.
- 4 Лившиц В.Н. Макроэкономические теории, реальные инвестиции и государственная российская экономическая политика. М: ЛКИ, 2012. 248 с.
- 5 Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2011. 408 с.
- 6 Справочник финансиста предприятия. 3-е изд., доп. и перераб. М.: ИНФРА-М, 2001. 493с.
- 7 Финансовый менеджмент / под ред. А.М. Ковалевой. М.: ИНФРА-М, 2004. 284 с.

8 *Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В.* Методика финансового анализа предприятия. М. Инфра-М, 2010. 208 с.

УДК 339.138

Д.О. Федотов

магистрант

Ястребов А.П.

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

РОЛЬ И МЕСТО ПОСРЕДНИКОВ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Большинство производителей предлагает свои товары рынку через посредников. Каждый из них стремится сформировать собственный канал распределения. Такой канал представляет собой совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар (услугу) на их пути от производителя до потребителя.

Использование посредников объясняется в основном их эффективностью в деле обеспечения широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков. Благодаря своим контактам, опыту, специализации, размаху деятельности, деловой хватке посредники предлагают фирме больше того, что она способна сделать в одиночку.

Миссия торгового посредника заключается в получении максимально возможной прибыли на основе удовлетворения общественно значимого спроса потребителей.

Торговые посредники помимо непосредственных продаж помогают заключать торговые сделки; выбрать ассортимент производимых товаров, в наибольшей степени соответствующий запросам потребителей; организуют накопление, сортировку и хранение товаров в местах, наиболее выгодных для потребителей; могут предоставлять финансовые услуги, обучать потребителей эффективно использовать купленные товары, снижая таким образом затраты производителей; предоставлять необходимую информацию, в частности, по оценке потребителями ранее купленных товаров. Торговые посредники ближе к рынку, чем производители, и могут предоставлять им информацию об изменении запросов потребителей и условий конкуренции.

Таким образом, в большинстве случаев эффективный сбыт товаров без услуг посредников невозможен и изучению торговых посредников следует уделять особое внимание.

Далеко не все производители умеют привлечь к участию в канале распределения квалифицированных посредников. Многим приходится прилагать огромные усилия для того, чтобы найти профессиональных посредников.

При выборе торговых посредников фирма руководствуется определенными критериями. Например: знание товара, ресурсные возможности, уровень сервиса, профессионализм и другие.

Для того чтобы посредники выполняли свои обязанности наилучшим образом, они должны быть определенным образом мотивированы.

Некоторые стимулы заложены в самих условиях их работы внутри канала распределения, однако экономические стимулы должны подкрепляться наблюдением за их положением, помощью в трудных ситуациях, признанием их заслуг.

Производитель должен периодически оценивать работу посредников по таким показателям, как выполнение планов сбыта, средний уровень запасов, время доставки товаров потребителю, отношение к поврежденным и пропавшим товарам, участие в программах по продвижению товаров и обучению персонала.

Сегодня для фирмы недостаточно просто произвести качественный товар. Он должен найти своего покупателя (потребителя). Фирмы постоянно сталкиваются с проблемой: как добиться этого с наименьшими затратами.

Широкая сеть маркетинговых посредников способна оказать помощь фирме в продвижении и сбыте ее продукции.

Посредники выполняют следующие основные функции, направленные на обеспечение эффективности торговой деятельности:

- установление целевого рынка, т.е. выявление основной группы или групп покупателей, для которых предназначаются предлагаемые товары;
- определение ассортимента товаров, наиболее полно учитывающего интересы как самого посредника, так и его покупателей;
- оказание наиболее приемлемого набора дополнительных услуг;
- установление наиболее приемлемой цены на предлагаемые товары;
- обеспечение эффективной политики продвижения товаров на рынок;
- установление наилучшего месторасположения торгового места.

Кроме того, посредники осуществляют проведение переговоров, занимаются организацией транспортировки и складирования, финансированием и выполняют другие функции.

Далеко не все производители умеют привлечь к участию в канале распределения квалифицированных посредников. Для того чтобы найти таких посредников, некоторым производителям приходится прилагать огромные усилия.

Выбор посредников, которые станут участниками канала распределения, можно рассматривать как независимую область управления каналами распределения.

Выбор участников канала изначально состоит из четырех этапов:

- разработка критериев отбора;
- подбор перспективных участников канала;
- оценка отобранных кандидатов по критериям;
- убеждение кандидатов стать участниками канала распределения.

На первом этапе фирма должна разработать набор критериев для выбора участников канала сбыта в соответствии с поставленными задачами в области сбыта и реализуемой стратегии.

На последнем этапе центральной проблемой является понимание того, что процесс отбора – это обоюдный процесс. Не только производители выбирают оптовых и розничных продавцов, различных агентов и брокеров, но и эти посредники также выбирают производителей. На самом деле довольно часто всем процессом выбора управляют крупные и влиятельные компании, занимающиеся оптовой и розничной торговлей. Следовательно, производитель, который хотел бы воспользоваться услугами участника канала сбыта, должен убедить его в том, что продажа его товара будет выгодной. Учитывая высокое качество работы оптовых и розничных торговых фирм наших дней, обеспечиваемое использованием лучших компьютеризированных систем, производитель должен будет представить себя и свою продукцию в выгодном свете, чтобы заинтересовать таких продавцов.

Оптовики, приобретающие право собственности на товар, часто характеризуются как независимые оптовые посредники, или дистрибьюторы. Это наиболее крупная и представительная группа оптовых посредников. При этом часть из этих посредников имеет свои складские помещения или арендует их. Другая часть не имеет своих складских помещений и не арендует. В результате перечень функций, выполняемых дистрибьюторами, различен, поэтому их подразделяют на оптовиков с полным циклом обслуживания и оптовиков с ограниченным циклом обслуживания.

Оптовики с полным циклом обслуживания выполняют весь перечень функций, связанных с обслуживанием покупателей. Прежде всего, они приобретают товар, принимая на себя весь риск, связанный с дальнейшей его реализацией. Они хранят товар на своих базах и складах, в значительной степени освобождая от этих функций производителей и потребителей товара. В процессе хранения выполняется важнейшая функция приспособления товаров под требования покупателей

или преобразования промышленного ассортимента товаров в торговый. Оптовики с полным циклом обслуживания выполняют транспортно-экспедиционные операции, кредитуют продавцов и покупателей. Важная функция этих оптовиков – информационно-посреднические услуги и рекламная деятельность.

В отличие от брокеров, посредничество которых может носить случайный характер, агенты обычно представляют покупателя или продавца на долговременной основе. При этом выделяются следующие виды агентов:

1. Агенты производителей обычно занимаются сбытом продукции нескольких товаропроизводителей, причем часто не всей продукции, а лишь определенной ее части. Эти агенты сохраняют за собой формальную самостоятельность, но в большей степени, чем другие зависят от указаний производителей товаров в отношении политики цен, территориальных границ деятельности, дополнительных услуг покупателям и гарантий на проданные товары. Основная сфера деятельности агентов производителей – это торговля мебелью, электротоварами, одеждой.

2. В отличие от агентов производителей сбытовые агенты заключают с производителями, преимущественно небольшими, договоры и на протяжении длительного периода занимаются сбытом всей выпускаемой ими продукции.

Таким образом, заменяя по существу торговый аппарат производителей, сбытовые агенты имеют гораздо большие права в области определения условий купли-продажи, чем агенты производителей.

Деятельность сбытовых агентов не ограничивается никакими территориальными границами. Свои конторы они обычно открывают в крупных торговых центрах в непосредственной близости от потенциальных покупателей. Представляя нескольких, часто конкурирующих производителей, сбытовые агенты могут иметь крупные обороты. Основная сфера деятельности сбытовых агентов – это поставки строительных материалов, металлопроката, каменного угля, промышленного оборудования, продукции химической промышленности;

3. Агенты по закупкам представляют собой самостоятельные коммерческие фирмы, которые на основе долговременных договорных отношений с обслуживаемыми покупателями закупают для них все необходимые товары, а также представляют информацию о движении цен на товары, сведения о потенциальных партнерах. Они могут завозить товары на свои базы, обеспечивая их складскую переработку и последующую доставку покупателям. Оплата услуг производится исходя из годового объема продаж;

4. Оптовики-комиссионеры – это агенты, которые вступают в физическое владение товаром и самостоятельно его продают, не работая при этом на основе долгосрочных соглашений и не неся ответственности за непроданный товар. Работают данные оптовики на условиях комиссионного вознаграждения.

Особую группу оптовых посредников представляют сбытовые конторы и отделения фирм-производителей, создаваемые с целью практически полного контроля над сбытовой деятельностью. Комплекс выполняемых ими функций аналогичен функциям независимых посредников, однако они заняты преимущественно сбытом продукции материнской компании. Именно это существенное ограничение позволяет выделить их в самостоятельную группу.

Сбытовые конторы физических операций с товарами не ведут, а если и имеют реализуемые товары, то лишь в виде товарных образцов. Их функции сводятся к следующему: установление контактов с потенциальными покупателями; сбор заказов и их размещение; организация транзитной отгрузки товаров со складов фирмы; рекламная деятельность.

В отличие от сбытовых контор сбытовые отделения занимаются складской переработкой продукции и создают запасы товаров.

Закупочные конторы обычно создаются в крупных торгово-промышленных центрах с целью закупок товаров для своих владельцев. Они по сути дела выполняют те же функции, что и брокеры и агенты, но являются структурным подразделением покупателя.

Оптовые скупщики сельхозпродукции освобождают сельскохозяйственных производителей от проблем, связанных с реализацией продукции. Скупая у этих производителей крупные партии продукции, оптовые скупщики поставляют ее предприятиям пищевой промышленности.

Оптовики-аукционисты действуют на рынке сельскохозяйственной продукции, однако не всей, а лишь той, с которой покупателю необходимо предварительно ознакомиться (чай, табак).

Нефтебазы выделены в особую группу оптовиков в силу специфики реализуемой продукции, предъявляющей свои требования к транспортировке, приемке, хранению и отпуску. Они обслуживают потребителей, испытывающих относительно небольшую потребность в горюче-смазочных материалах, а также поставляют топливо на автозаправочные станции.

Помимо перечисленных посредников, в организации оптовой торговли существенная роль отводится ярмаркам, выставкам, товарно-сырьевым биржам, оптовым рынкам. Однако их целесообразно рассматривать именно как организаторов, поскольку сами они непосредственного участия в актах купли-продажи не принимают.

Библиографический список

1. *Алесинская Т. В.* Основы логистики. Функциональные области логистического управления Часть 3. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010.
2. *Мишина Л. А.* Логистика: конспект лекций. М.: Эксмо, 2008.
3. *Власова В.Н.* Основы предпринимательской деятельности. М.: Финансы и статистика, 2006.

УДК 339.138

А.В. Фот

магистр

Ястребов А.П.

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН МУЗЫКАЛЬНЫХ ДИСКОВ

Музыкальная индустрия, которую мы привыкли видеть, возникла около ста лет назад, с того момента, когда технологии записи, хранения и воспроизводства звука стали возможны. Данная отрасль интенсивно развивалась, вместо моно пришло стерео, вместо виниловых пластинок пришли компакт-диски, а вместо больших граммофонов маленькие портативные плееры.

В целом, развитие стандартной традиционной музыкальной отрасли можно условно разделить на три составляющих:

1. Создание музыки: этот период достаточно хорошо представлен композиторами и поэтами.
2. Маркетинг: брендинг и промоушн – это сфера деятельности промоутеров, диджеев, танцевальных клубов, теле- и радиостанций, а также ретейлеров, продающих музыку и сопутствующие товары.
3. Распространение (дистрибуция): музыка, хранящаяся на физических носителях (CD, аудиокассеты), поставляется потребителям через розничную торговую сеть и в меньшей степени по другим каналам.

Такая структура была актуальна до 90-х гг. до тех пор, пока Интернет-пространство не стало общедоступным. Успех крупных порталов (CDNow, BuyMusic.com, Amazon.com) послужил примером для ряда крупных розничных операторов, тоже поспешивших выйти в on-line. Помимо этого, Интернет положил начало новому движению – Интернет-радиостанциям. Основная их часть

направляет своих слушателей за покупками в онлайн магазины [1]. На данный момент реализация музыки на рынке является одной из самых актуальных сфер.

Первые интернет-магазины появились в 1992 г. в США, когда сеть Интернет стала развиваться по всей стране. В 1995 г. Д. Безосом создан всем известный портал Amazon.com. Изначально он специализировался только на книгах, а в июне 1997-го г. в продажу были запущены музыкальные диски, в ноябре – видеопродукция [1].

В России же развитие интернет-магазинов пришлось на 1996 год. Первооткрывателем стало издательство «Символ-плюс», которое специализировалось на продаже книг и запустило проект 30 августа 1996 года. Данный сайт до сих пор работает и пользуется популярностью у любителей литературы.

На сегодняшний день существует множество магазинов, которые специализируются на продаже музыкальных дисков через сеть Интернет. Каждый из них обладает рядом признаков, по которым можно судить о качестве работы сайта. Рассмотрим самые основные признаки (рис. 1):

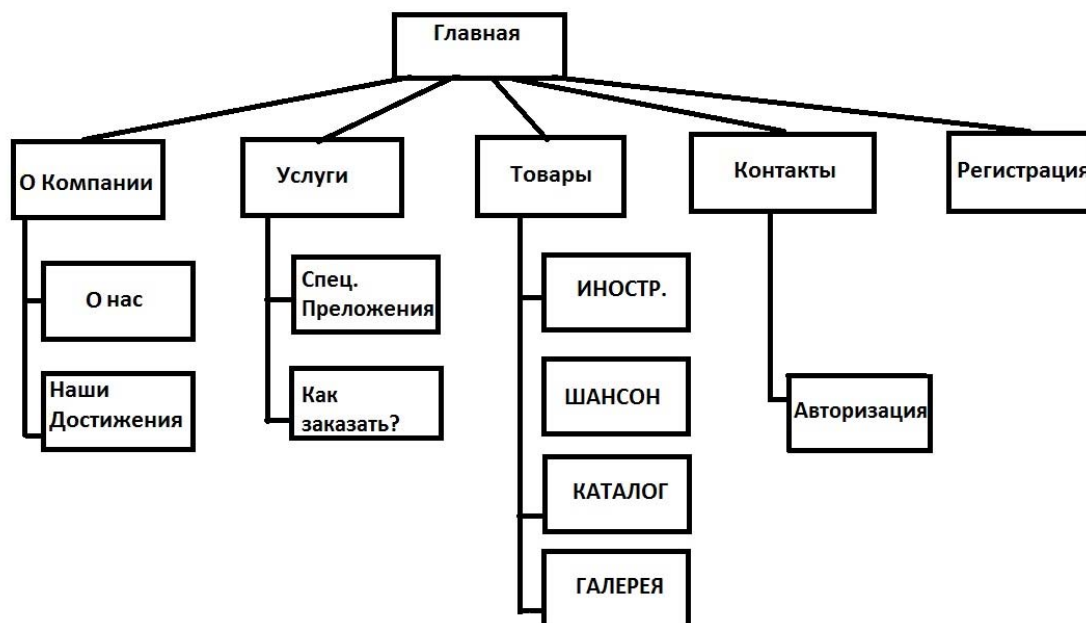


Рис. 1. Структура сайта музыкальных дисков

- *Достоверная контактная информация.* Наличие сведений о компании не вызовет у клиентов сомнений и какого-либо страха быть обманутыми. Каждый Интернет-магазин должен иметь информацию о себе.
- *Регистрация.* Пользователь преимущественно заинтересован в простой и быстрой регистрации. Масса проверок и других сложностей мало кого заинтересует.
- *Доставка.* Данный параметр является главным признаком любого Интернет-магазина. Чем она легче и быстрее, тем более привлекателен сайт для покупателей.
- *Широкий ассортимент.* Наличие большого выбора товара всегда является приоритетом для клиентов.
- *Выбор способа оплаты.* Покупатели уже привыкли платить электронными деньгами, банковскими картами и через платежные терминалы. Чем больше возможностей по оплате, тем проще клиентам.
- *Простая процедура заказа.* Никому не хочется тратить свое время и разбираться с тем, как оформить заказ товара. В рамках Интернет-магазинов осуществляется упрощение данной процедуры.
- *Описание товара.* Подробности о товаре играют основополагающую роль – многие товары и без того трудно покупать без возможности «пощупать», а если и сведения о нем практически отсутствуют, то риск получить при доставке не то, что ожидалось – возрастает многократно.

- *Репутация сайта.* Чем больше славится тот или иной сайт, тем больше он привлекает покупателей.

- *Дизайн.* Сайт должен обладать «приятным» дизайном, чтобы привлечь покупателя.

Перед тем, как осуществлять разработку Интернет-магазина музыкальных дисков, необходимо разобраться с тем, как будет работать сама информационная система. Разработчик должен заранее знать, какие вопросы и проблемы могут возникнуть в процессе работы. Для этого создается модель процесса с использованием специальных программ и технологий [2].

В качестве входных параметров выступают пользователи сайта. В качестве элементов управления используются: «Законодательство РФ» и «Инструкции компании». Механизмом воздействия являются – «Сетевое оборудование» и «Сотрудники». Выходными параметрами сайта являются либо «Доставка товара», либо «Отказ от покупок».

На сайте должны присутствовать следующие группы пользователей: администратор, зарегистрированный пользователь и незарегистрированный.

Для того чтобы определить, какими возможностями будет обладать та или иная группа, создается диаграмма прецедентов, которая полностью описывает функциональные возможности пользователей на сайте.

Администратор может вносить личные данные, изменять новости и всю необходимую информацию о товаре, добавлять «сэмплы» (оцифрованные фрагменты звучания инструментов) к товарам для реализации возможности прослушивания музыкальных произведений, изменять и назначать цены товаров (рис. 2).

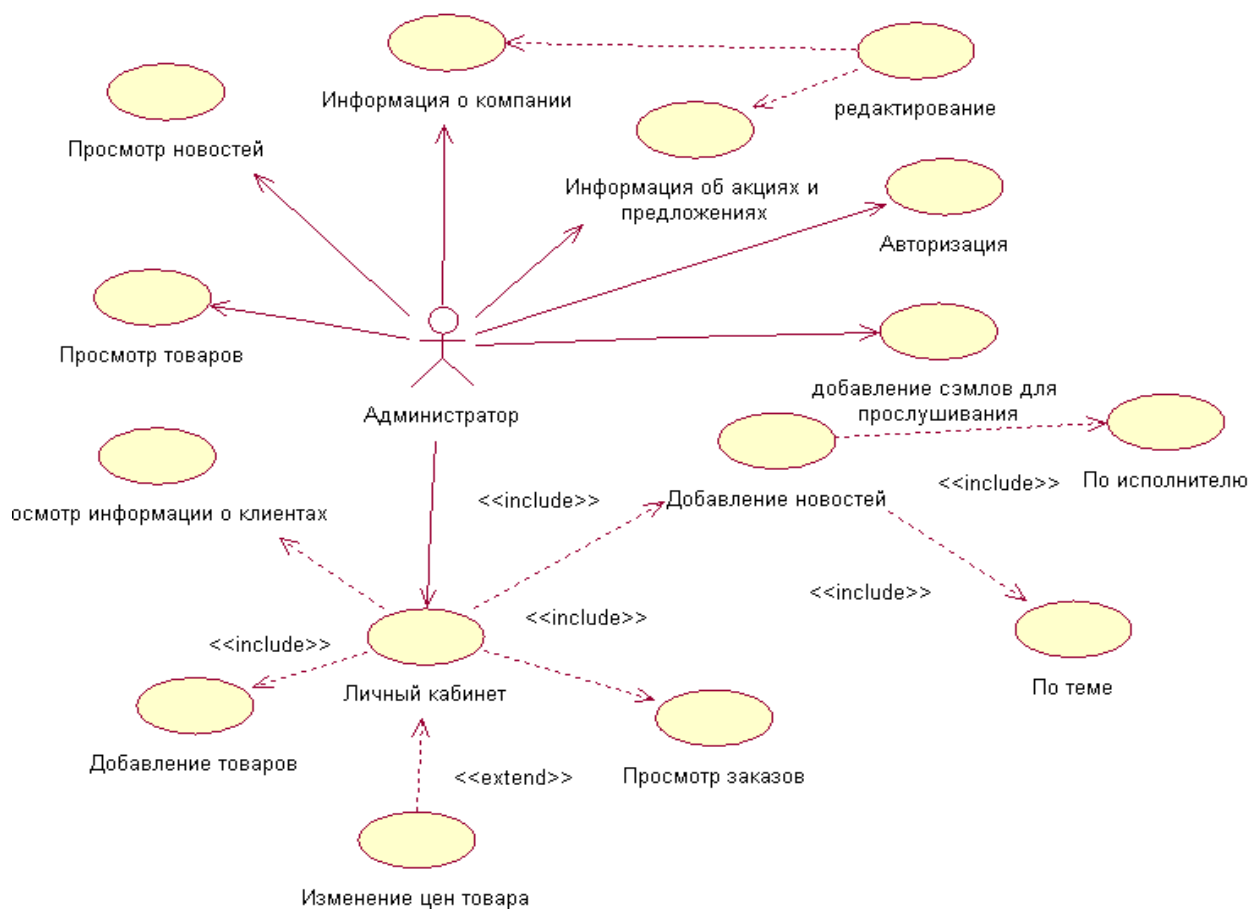


Рис. 2. Диаграмма прецедентов «Администратор»

Зарегистрированный пользователь может входить в систему под своим аккаунтом, читать всю необходимую информацию о товаре, прослушивать «сэмплы» к товарам. Незарегистрированный пользователь может зарегистрироваться, но не может покупать товары и не может прослушивать предварительные «куски» материала.

В настоящее время большинство проектов информационных систем разрабатывается в соответствии с определенной методологией разработки ПО. Как следствие, разработчикам требуется инструмент для моделирования данных на этапах анализа и проектирования. Таким инструментом являются ER-диаграммы.

В ER-методах проектирования баз данных (БД) используются понятия «сущность» и «связь». Рекомендуется называть «сущностью» объект, сведения о котором должны храниться в БД. Свойства сущности называют атрибутами. В реляционной модели данных сущности сопоставляют имя отношения, а атрибутам сущности – имена элементов кортежей. Ключ сущности – атрибут или совокупность атрибутов, значения которых однозначно характеризуют экземпляр сущности.

Связью называют отношение между сущностями.

Важным элементом разработки является логическая модель. Логическая модель – это абстрактный взгляд на данные, в нем данные представляются так, как выглядят в реальном мире и могут называться так, как они называются в реальном мире. Объекты модели, представляемые на логическом уровне, также характеризуются сущностями и атрибутами. Логическая модель данных является универсальной и для ее создания используется ряд инструментов, позволяющих при помощи простых манипуляций мышью быстро создавать различные варианты.

Физическая модель фактически является отображением системного каталога БД.

На главной странице сайта должно находиться меню, которое включает такие элементы, как Главная, О магазине, Товары, Новости, Все о доставке, Оставить комментарий. Меню позволяет пользователю зайти на любой раздел, который его интересует. Также в самой середине «шапки» сайта должно располагаться окно регистрации, которое позволяет пользователю зарегистрироваться, либо авторизоваться под своим аккаунтом. Данное окно доступно на всех страницах, что делает регистрацию намного проще.

Каждый раздел отвечает за свое предназначение. В поле «Товары» пользователь может выбрать товар, который его интересует. В разделе «Новости» – узнать новости из мира музыки, а в разделе «Все о доставке» узнать всю информацию о процедуре доставки товара.

В целом, удобство пользования сайтом является важнейшей предпосылкой успешной реализации интернет-магазина музыкальных дисков.

Библиографический список

1. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006.
2. Маклаков С.В. Создание информационных систем с AllfusionModelingSuite. М.: Диалог Мифи, 2007.

УДК 620.92

Ф.В. Черкашин

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

Я.О. Сумбарова

(канд. экон. наук, доц.) – научный руководитель

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ

Поскольку проблемы исчерпания основных топливных ресурсов и экологические проблемы, связанные с парниковым эффектом и изменением климата, затрагивают абсолютно все страны мира, то вопросы стратегии развития энергетики являются общечеловеческими проблемами. В так называемых развивающихся странах эти вопросы решаются медленнее, но тенденции решения практически во всех странах одинаковы.

В связи с исчерпанием и непрерывным подорожанием нефти и газа в будущем в качестве энергоресурсов возможны следующие альтернативы:

- уголь;
- гидроэнергия;
- ядерная энергия;
- возобновляемые источники энергии.

Угля на планете, по разным данным, осталось на 110 лет [1]. Однако его использование связано не только с экологическими проблемами, но и с рядом трудностей:

- недостаточность освоения ресурсов месторождений для увеличения масштабов использования (например, сегодня суммарная мощность угольных шахт и разрезов в России составляет около 405,3 млн т/год [2], для замещения других видов топливных ресурсов в будущем необходимо увеличить суммарную мощность в 2-3 раза, что практически невозможно, если учесть все проблемы, обусловленные существующим состоянием угледобывающей отрасли в стране, возможностями транспортировки);

- серьёзные социальные последствия, связанные с увеличением объёмов добычи угля;
- сложности и малая освоенность переработки в жидкое или газообразное топливо;
- высокие затраты на компенсацию наносимого экологического вреда и пр.

Таким образом, существует достаточно причин, чтобы отказаться от интенсификации потребления угля.

Ядерная энергетика ввиду огромной потенциальной опасности для биосферы и низкой конечной рентабельности не имеет долгосрочной перспективы крупномасштабного развития [3].

Что касается гидроэнергетики, в развитых странах гидропотенциал почти полностью исчерпан. Так, в Западной Европе экономический гидроэнергетический потенциал использован на 70%: в частности, на главной реке региона Рейне построен каскад из 27 ГЭС общей мощностью почти 3000 МВт. В Японии использовано порядка 90% гидропотенциала. Поэтому развитые страны в основном модернизируют уже существующие ГЭС или строят малые ГЭС и гидроаккумулирующие электростанции (ГАЭС).

Одним из существенных факторов, влияющих на мировую стратегию в энергетике, является демографический рост населения (до 9–10 млрд чел. к 2050 г.) и его подавляющее преобладание в развивающихся странах (до 90% прироста в экономически неразвитых регионах) [4]. При минимуме энергопотребления на одного человека в год 1 000 кВт·ч и прогнозируемом приросте около 100 млн потребителей в год необходимо вводить до 1 000 МВт электрической мощности каждые три года в течение 50 лет [4]. Такие темпы развития энергетики без нанесения существенного вреда окружающей среде может обеспечить только альтернативная энергетика.

Во многих развивающихся странах уже созданы специализированные министерства альтернативной энергетики (например, в Индии) и формируется соответствующая инфраструктура: специализированные фонды, заводы, полигоны и т.д.

Весьма важным подтверждением стратегической значимости развития альтернативной энергетики является создание во многих странах правовой базы для внедрения нетрадиционных возобновляемых источников энергии (НВИЭ) – законов и нормативных актов, обеспечивающих льготное налогообложение, дотирование НВИЭ со стороны государства, рекламу и пропаганду новых безопасных источников энергии.

Так, в США администрацией Дж. Буша было запланировано только налоговых льгот в этой сфере в размере 1,4 млрд долл. на 10 лет [4]. Особенно активно программа освоения НВИЭ стала развиваться в Германии с 2000 г., благодаря введению правительством страны беспроцентного кредитования и введению покупки государством энергии у владельцев установок НВИЭ по цене, в 10 раз превышающей тарифы. В США с 1995 г. действует утверждённая президентом страны «Стратегия устойчивого развития энергетики», предусматривающая государственную поддержку освоения НВИЭ, в том числе создание «миллиона солнечных крыш» до 2010 г.: покрытие частных и муниципальных зданий как тепловыми, так и фотоэлектрическими преобразователями [5]. Аналогичная программа реализуется в Германии.

В энергетической отрасли России по-прежнему преобладает концепция развития топливно-энергетического комплекса на основе использования органического и ядерного топлива. Нетрадиционные возобновляемые источники энергии (без гидроэнергии) занимают в энергобалансе страны около 1%. Несмотря на то, что Россия занимает сегодня одно из первых мест в мире по располагаемому потенциалу нефти и газа, эти запасы, как и во всём мире, могут истощиться в первой половине наступившего века. Поэтому долгосрочная стратегия развития ТЭК должна быть коренным образом изменена в соответствии с реальными прогнозами изменения потенциала ТЭР и с учётом нарастающих экологических негативных показателей. Ситуация в энергетике отражает кризисную картину в экономике страны: значительную долю годового бюджета России составляют доходы от экспорта ТЭР, атомная энергетика по-прежнему базируется на развитии оборонного комплекса страны. Совершенно очевидно, что цены на нефть и газ через 30 лет многократно возрастут. Следовательно, мы сегодня отдаём и сжигаем богатство нашей страны просто даром.

У России как составляющей мирового сообщества существует единственная разумная альтернатива: по мере развития производственного сектора экономики постепенно переводить энергетику на всё более полное использование огромного потенциала возобновляемых источников энергии, в первую очередь, при замене энергетических систем, отработавших свой ресурс.

Концепция развития нетрадиционной энергетики в нашей стране базируется на так называемой малой энергетике (до 30 МВт установленной мощности). Разработанная в 1994 г. «Концепция развития и использования возможностей малой и нетрадиционной энергетики в энергетическом балансе России» [6] сегодня устарела и требует корректировки и дополнений. Многие из приведённых в ней прогнозов (например, о ценах в фотоэнергетике) не оправдались. В этой концепции совершенно справедливо расставлены приоритеты освоения НВИЭ в отдалённых северных и восточных регионах страны.

Однако в концепции не описана стратегия дальнейшего развития нетрадиционной энергетики в масштабах всей энергетической отрасли. Развитие нетрадиционной (солнечной, ветровой, геотермальной, приливной, биологической) энергетики в России позволит решить несколько важных проблем:

- энергоресурсосбережение – замещение сотен миллионов тонн топлива;
- стабилизация тарифов на энергию;
- создание сотен тысяч новых рабочих мест;
- использование невостребованного огромного производственного и научно-технического потенциала;
- улучшение экологической обстановки;

- увеличение экспортного потенциала в сфере наукоёмких технологий и оборудования;
- получение реального годового дохода, сопоставимого по величине с годовым бюджетом страны (благодаря экономии топливных ресурсов, сокращению транспортных расходов, сокращению затрат на устранение вредных экологических последствий);
- снижение социальной напряжённости.

Решение названных проблем позволит, в частности, возродить производственную сферу, что послужит развитию экономики страны в целом.

Библиографический список

1. BP Statistical Review of World Energy June 2015. 32 с.
2. Угольные шахты и разрезы России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://miningwiki.ru/wiki/Список:Угольные_шахты_и_разрезы_России
3. *Douglass E.* Закрытие в США впервые за 15 лет атомных станций – сигнал к более широким проблемам в отрасли // *The Guardian*. 2013. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.theguardian.com/environment/2013/sep/24/us-nuclear-power-closures>
4. *Стребков Д.С.* Энергетические технологии для третьего тысячелетия // *Энергия*. 2001. № 3. С. 25-28.
5. *Пинов А.Б.* Программа США «Миллион солнечных крыш» // *Возобновляемая энергия*. 1998. № 4. С. 7—10.
6. Концепция развития и использования возможностей малой и нетрадиционной энергетики в энергетическом балансе России. М.: Минтопэнерго, 1994. 121 с.

УДК 333.332.1

А.И.Шакирова

бакалавр кафедры экономики высокотехнологичных производств

С.М.Молчанова

(канд. экон. наук, доц.) – научный руководитель

КРАУДФАНДИНГ КАК СРЕДСТВО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

С давних времен каждый экономический субъект хочет сохранить и приумножить свои сбережения. Но в современной экономической ситуации с высоким уровнем инфляции традиционные методы инвестирования не всегда помогают.

В общем виде инвестирование представляет собой процесс вложения капитала в ценные бумаги и иные финансовые инструменты с целью получения дохода в будущем и несущий определенный риск, связанный с выпуском, обращением и погашением соответствующих инвестиционных продуктов. Оптимальный вариант инвестирования финансовых ресурсов предполагает наилучшее сочетание возможности получения максимального дохода и минимальное присутствие рисков. Основными задачами инвестирования являются сбережение денежных средств для осуществления каких-либо серьезных денежных манипуляций в будущем, приумножение получаемого дохода и накопление финансовых средств. Понимая цели и задачи инвестирования, потенциальному инвестору следует выбрать для себя наиболее подходящий вид инвестирования:

- банковские вклады (или депозиты);
- ценные бумаги (акции и облигации);
- паевые инвестиционные фонды (ПИФ);
- хедж-фонды;
- драгоценные металлы (золото, серебро, платина и т.д.);

- недвижимостью;
- альтернативные – драгоценные камни, антиквариат, предметы роскоши и искусства, коллекции старинных монет, вин и др.

Следует отметить, что в последнее время на инвестиционном рынке получил распространение относительно новый вид инвестирования – краудфандинг.

Краудфандинг – это механизм привлечения финансирования от широких масс с целью реализации продукта, помощи нуждающимся, проведения мероприятий, поддержки бизнеса и т.д. [1]

Данный финансовый объект реализуется на просторах Интернета на определенных веб-сайтах, которые получили название краудфандинговых платформ. Примером таких российских платформ являются Planeta.ru, «С миру по нитке». Владелец платформы зарабатывает тем, что взимает комиссию за размещение объектов на ней.

Краудфандинг позволяет получить финансирование без участия банков, венчурных фондов или биржи. Несомненным плюсом является также личная заинтересованность спонсора в проекте. Например, он может поддержать любимую группу в выпуске нового альбома, воплотить идею революционного устройства, помочь человеку, взывающему о помощи. Плюсы краудфандинга для реализации идей очевидны, однако, спонсоры также могут получить выгоду от этих сделок.

По виду вознаграждения для спонсора выделяют 3 модели краудфандинга:

- без вознаграждения (пожертвование), когда спонсор не получает никакой выгоды от перечисления средств;
- нефинансовое вознаграждение, где, как очевидно из названия, инвестору предоставляются нефинансовые выгоды (участие в массовке фильма, включение в состав инвесторов, перечень которых приведен на диске группы и т.д.). По такому принципу функционирует одна из самых известных краудфандинговых платформ Kickstarter;
- финансовое вознаграждение.

Последняя в свою очередь делится на модель роялти, народное кредитование и акционерный краудфандинг [2].

Краудфандинг, базирующийся на модели роялти, позволяет инвесторам получать проценты от прибыли проектов (роялти). Основное преимущество для стартапа заключается в отсутствии необходимости продавать акции или брать займы для привлечения финансирования.

Что касается народного кредитования, то существуют два основных вида платформ – для физических и юридических лиц. В обоих случаях вкладчики получают ежемесячные платежи вместе с процентом. Сегодня такие платформы являются прекрасной альтернативой банковского кредита, так как стартапы могут получить финансирование под проценты ниже банковских. Система выплат полностью автоматизирована. К каждой платформе прикреплено коллекторское агентство, которое занимается возвратом средств в случае возникновения проблем.

Акционерный краудинвестинг представляет собой микроинвестирование, где разработчикам идеи не нужно доказывать крупным инвесторам целесообразность и минимальный риск вложения в их проект, а достаточно представить его широкой публике, готовой вложить немного своих сбережений. Эта модель пока что не очень распространена, но уже существуют более или менее успешные платформы по финансированию в обмен на долю в проекте.

По своей сути краудфандинг представляется полезным как для инвесторов, так и для создателей идеи. Но при вложении средств спонсору важна реализуемость проекта, соответственно, предпочтительнее выбирать платформы, которые гарантируют создание проекта или возвращают деньги.

В зависимости от передачи средств стартапу различают следующие виды краудфандинга:

- все или ничего – денежные средства переводятся участникам платформы при условии сбора всей суммы, заявленной при регистрации проекта;
- оставить все собранное – создателю проекта переводятся все собранные денежные средства, независимо от достижения заявленной суммы, за исключением комиссионных сборов платформы;

– награда – денежные средства являются оплатой труда работнику, который выполняет проект;

– сделка со свободной ценой – спонсоры сами определяют цену будущей продукции или выступают первоочередными покупателями первой партии. [3]

Полноценному развитию краудинвестинга во многих странах мира пока что мешает законодательство, которое запрещает данную форму инвестирования. Однако эксперты отмечают, что подвижки в этой сфере уже наблюдаются.

В России нет законодательной базы, которая бы закрепляла права инвесторов и обязанности объекта инвестиций. К тому же, в нашей стране организовать акционерный краудинвестинг проблематично. Для этого компания должна подготовить большое количество документов, что требует немалых затрат.

Таким образом, стартапам краудфандинг позволяет избавиться от бремени «большого инвестора», который зачастую начинает диктовать свои правила. Для вкладчиков же это – возможность инвестировать в разных ценовых категориях; анализируя интерес общественности, который прослеживается на платформах, можно оценить успешность проекта, а значит и риск вложения в него. Кроме того, не исключен вариант стать владельцем акций новой Microsoft или Apple за пару долларов.

Библиографический список

1. https://boomstarter.ru/crowd_learning/
2. Hudson M. Understanding Crowdfunding And Emerging Trends // Forbes, apr 9, 2015.
3. <http://rusbase.com/news/kraudfanding-v-rossii/>

УДК 330.322.214

Э.И. Шарипова

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

В.М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ

В рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних, что безусловно является перспективным и приоритетным направлением развития экономики Российской Федерации [1].

Основной задачей работы является изучение методологических вопросов финансового обеспечения инновационно-инвестиционной деятельности в жилищном строительстве путем рассмотрения инноваций, особенностей инвестиционной деятельности и раскрытия основных источников финансирования инновационно-инвестиционной деятельности в жилищном строительстве.

По мнению некоторых ученых, инновационная деятельность – это деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежных рынках [2].

Нынешнее строительство жилых домов постоянно развивается. Работники этой отрасли воплощают в жизнь разнообразные идеи, разрабатывают новые решения в улучшении быта потребителей. С каждым днем на рынке строительных материалов можно наблюдать, как расширяется ассортимент товаров, появляется все больше и больше разновидностей материалов. Инновационные подходы открывают широкий спектр возможностей как для новоселов, которые хотят сделать проживание более комфортным, так и для застройщиков, которые получают благодарные отзывы и финансовую прибыль. Люди отдают предпочтение жилым комплексам, которые разработаны с учетом новейших инновационных технологий, постепенно уходя от формата покупки типовой квартиры в типовом доме.

Конкурентная борьба во всех секторах экономики на современном этапе развития рыночных отношений становится всё сильнее. В ситуации, когда капитальные ресурсы ограничены и высока степень конкуренции, инновационно-инвестиционная деятельность отечественных предприятий является одной из определяющих. Если ранее основным фактором экономического роста были инвестиционные вложения, то теперь преимущества на рынке можно получить в первую очередь за счет использования инноваций.

В жилищном строительстве различают следующие виды инноваций (табл. 1):

Таблица 1

Виды инноваций

Вид инноваций	Содержание
Организационные	Холдинговые. Комплексные системы управления. Управление рисками. Управление качеством
Инвестиционные	Системы корпоративных инвестиций. Государственно-частное партнерство. Инновационные кредитные программы. Сберегательные программы
Технологические	Новые архитектурно-планировочные решения. Системы комплексного безостановочного строительства
Вид инноваций	Содержание
Технологические	Технология «Умный дом»
Материальные	Легковесные, тепло-звукоизоляционные строительные материалы. Новые виды строительных машин и оборудования

Про строительную сферу можно сказать, что она является консервативной по отношению к внедрению и широкому распространению инновационных технологий. В рейтинге инновационно активных отраслей ведущих экономических держав строительство занимает далеко не лидирующее положение, а, к сожалению, одно из последних мест, тем не менее разработка и внедрение инноваций в сферу строительства – это одно из активно развивающихся в последнее время направлений научно-технической деятельности.

Строительство активно использует новые технологии европейских и отечественных разработчиков. Данные технологии позволяют снизить себестоимость и сократить сроки возведения объектов, повышая при этом надежность, улучшая качество и эксплуатационные характеристики строящихся зданий [3]. Создание хорошо обоснованной системы финансирования инновационной деятельности создает условия для накопления финансовых средств, возможности их концентрации на ключевых направлениях инновационных процессов.

Общее направление инвестиционной деятельности в сфере строительства – финансирование строительных проектов, имеющих минимальные сроки осуществления и способных принести максимальную прибыль. В этом контексте инновационно-инвестиционные проекты в сфере жилищного строительства можно охарактеризовать как проекты, способные при относительно небольших инвестициях обеспечить создание конкурентоспособной продукции, реальное увеличение инвестиционного потенциала и инвестиционных ресурсов строительной организации.

Успех инновационной деятельности во многом определяется формами ее организации и способами финансовой поддержки. В настоящее время в качестве основных источников средств, используемых для финансирования инновационной деятельности в строительной сфере, выступают:

- средства институциональных и частных инвесторов;
- банковские кредиты;
- средства граждан;
- государственные средства;
- средства иностранных инвесторов и фондов.

Все они участвуют в хозяйственном процессе и тем или иным образом способствуют развитию инноваций [4]. Сегодня в России финансирование жилищного строительства осуществляется преимущественно из трех источников, таких как банковские кредиты, средства дольщиков и собственные финансовые ресурсы застройщиков.

Классификация методов финансирования, их организационных форм и соответствующих им инструментов и механизмов финансирования (табл.2).

Таблица 2

Методы финансирования

Методы финансирования	Организационные формы финансирования	Инструменты финансирования
Самофинансирование	Использование прибыли, амортизационных отчислений	Договора купли-продажи (земельного участка, строительных материалов), договора подряда
	Перераспределение денежных потоков между объектами инвестирования	
Методы финансирования	Организационные формы финансирования	Инструменты финансирования
Долевое финансирование	Акционерное финансирование	Публичное размещение акций, покупка долей в уставном капитале
	Долевое участие в строительстве: – населения	Договор долевого участия (ДДУ), членство в ЖК, долгосрочные депозиты
	- инвесторов – юридических лиц	Инвестиционные договора, договора купли-продажи квартир, ДДУ
	- коллективных инвесторов	Инвестиционные паи
Кредитное финансирование застройщиков и покупателей жилья	Инвестиционные кредиты	Кредитный договор с застройщиком
	Проектное финансирование (кредитование) в узком смысле	Кредитный договор с проектной компанией
	Ипотечные кредиты покупателям жилья	Ипотечный кредитный договор с покупателем жилья
	Облигационные и вексельные займы	Облигации, векселя

Методы финансирования	Организационные формы финансирования	Инструменты финансирования
	Жилищный лизинг	Договора купли-продажи квартир, договора жилищного лизинга
Бюджетное финансирование	Прямое бюджетное финансирование СМР в рамках госзаказа	Инвестиционные договора, ДДУ
	Финансирование (субсидирование) отдельных категорий покупателей жилья	Субсидии, жилищные сертификаты
	Рефинансирование банков, кредитующих застройщиков, за счет средств бюджета и внебюджетных средств	Кредитные договора, залоговые кредитные пулы, выкуп ипотечных ценных бумаг
Смешанное финансирование	Проектное финансирование (в широком смысле)	Кредитные договора, долевые и долговые ценные бумаги
	Частно-государственное партнерство в масштабных проектах	Прямое бюджетное финансирование, государственные гарантии, налоговые льготы, субсидирование процентных ставок по кредиту

В последние годы более 80% всех проектов финансировалось за счёт средств граждан, вкладывающих деньги в строительство квартир. Это привело к сокращению государственных капитальных вложений в жилищное строительство в условиях становления рыночной экономики. Незрелость банковской системы и высокие ставки кредитования жилищного строительства и ипотечного жилищного кредитования, а также монопольное положение застройщиков на местных рынках недвижимости привели к тому, что уже на ранних этапах развития жилищного рынка в России застройщики для финансирования строительства жилья стали привлекать непосредственно средства граждан, желающих приобрести жильё.

В последнее время увеличивается доля бюджетных ассигнований в структуре источников инновационного финансирования, увеличивается нагрузка на собственные средства предприятий [6]. Среди особенностей инвестиционной деятельности строительного предприятия можно выделить то, что инвестиционный процесс в данной сфере является длительным по времени. Широкому внедрению технологических инноваций в строительстве препятствуют следующие факторы:

- циклический характер строительства и особенности климатических условий;
- преобладание на рынке мелких фирм, которые не имеют возможности уделять должного внимания внедрению инноваций в свою деятельность;
- чрезмерная зависимость от субподрядчиков, при этом уровень интеграции в строительной сфере остается низким;
- отсутствие сертификации новых продуктов;
- недостаточное финансирование инновационных исследований;
- отсутствие свободного доступа к информации о новых продуктах;
- сопротивление инновациям со стороны покупателей;
- слабое взаимодействие между научно-исследовательскими центрами и строительными предприятиями;
- высокая себестоимость ввода в эксплуатацию объектов;
- недостаточная поддержка инновационной деятельности со стороны государства и так далее.

Изложенные факторы наиболее четко проявляются в настоящее время в отечественном жилищном строительстве, где инновации, как правило, внедряются с заметным отставанием во времени по сравнению со сферой торговли или промышленности. На практике довольно часто происходят случаи, когда инновации одобрены, но в итоге так и не получают широкого распространения в строительстве [7].

С началом реформ в России резко ухудшилось финансовое состояние строительных предприятий, образовался острый дефицит денежных средств. Ограниченность финансовых ресурсов усугубилась удорожанием кредитов, прогрессирующей инфляцией. В то же время, развитие рыночных отношений привнесло новые формы и методы финансирования оборотных средств строительных организаций, которые перешли к самостоятельному формированию своей экономической политики. Это связано с прекращением полного государственного финансирования жилищного строительства и началом финансирования за счет других источников.

Библиографический список

1. *Мягчихин Н. В.* Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в Российской Федерации // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2012. № 93. С. 135.
2. *Плотников А. Н.* Механизм инвестирования инновационной деятельности. Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2014. 217 с.
3. *Стрельцин Я. С.* Особенности реализации инновационно-инвестиционных проектов в сфере жилищного строительства // Вестник СГТУ. 2012. № 1 (63). Вып. 1. С. 272-277.
4. Инновации в строительном кластере: барьеры и перспективы / А. А. Виньков, И. Н. Имамутдинов, Д. С. Медовников, С. Д. Розмирович. М.: Инновац. бюро «Эксперт», 2015. 218 с.
5. Мониторинг административных барьеров в жилищном строительстве в России / Л. Е. Бандорин, Н. Б. Косарева, Т. Д. Полиди, В. Т. Фадеев, К. В. Холопик. М.: Национальное объединение строителей (НОСТРОЙ), 2012. 134 с.
6. *Гудименко Г.В.* О финансировании жилищного строительства в России/ Г.В. Гудименко
7. *Селютина Л. Г., Песоцкая Е. В.* Управление инновационно-инвестиционными процессами в строительстве. СПб.: СПбГИЭУ, 2011. № 6 . С. 227-228.

УДК 330.322.214

Э.И. Шарипова

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э.И. Крылов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ФАКТОРЫ РИСКА, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Жилищное строительство является одной из основных сфер определяющих экономическую стабильность и рост экономики страны, которая требует существенных и долгосрочных финансовых вложений. Это определяет особую необходимость эффективного управления инвестициями для устойчивого функционирования и развития строительной компании [1].

Основной задачей работы является выявление факторов риска влияющих на эффективность инновационно-инвестиционной деятельности в жилищном строительстве путем изучения основных рисков возникающие при реализации инновационно-инвестиционной деятельности в жилищном строительстве.

Реализация инновационно-инвестиционных проектов в сфере жилищного строительства в современных условиях является бизнесом с довольно высоким уровнем риска. Многие строительные компании в условиях кризиса по различным причинам становятся убыточными, ликвидируются, не способны успешно реализовывать такие проекты. Этому способствуют многие причины, но среди основных выделяются: некачественное планирование, недостатки контроля за внешней и внутренней средой проекта, неудовлетворительная система управления.

Любая строительная деятельность в России, особенно в сфере строительства жилых домов, относится к высокорискованной сфере. Исходя из этого, участники проектов строительства объектов недвижимости должны:

- выявлять возможные риски;
- правильно их оценивать;
- предпринимать решения для снижения рисков.

Постоянное увеличение факторов риска для строительных предприятий требует непрерывного совершенствования методик управления этими рисками.

Инвестиционная деятельность всегда сопряжена с определенным набором рисков. Оценка рисков инвестиционных проектов в строительной сфере весьма сложна, поскольку строительство – процесс долгосрочный с наиболее отдаленным и трудно прогнозируемым результатом. В связи с неопределенностью будущих событий инвестор вынужден выявлять, измерять и управлять рисками инвестиционных проектов [2].

В основе рисков лежат такие два фактора, как вероятность и неопределенность. При этом вероятность характеризует возможность получения определенного конкретного результата, а неопределенность связана с неполнотой или неточностью информации об условиях реализации проекта, в том числе о связанных с ними затратах и результатах.

Применительно к инвестиционной деятельности, связанной с разработкой и реализацией проектов, наиболее распространено такое понятие риска.

Под риском инвестиционной деятельности понимается возможность возникновения таких условий, которые приведут к негативным последствиям для всех или отдельных участников проекта.

Все виды рисков в сфере строительства, так или иначе могут быть отражены финансовыми измерениями. Риски могут увеличивать затраты по проекту или сделке, что приведет к снижению доходов. И, если учесть специфику строительной деятельности, то инвестиционные риски можно классифицировать по различным признакам.

Рассмотрим основные риски, которые необходимо учитывать при реализации проектов в жилищном строительстве (Таблица):

Виды риска

Вид риска	Классификация риска	Характеристика риска
По источникам возникновения	Систематический риск	Определяется внешними обстоятельствами, не зависит от субъекта и обычно не регулируется им. Сюда относятся страновой риск (политические и экономические риски) и риск форс-мажорных обстоятельств (природные катаклизмы)
	Несистематические риски	Присущи конкретному субъекту, они зависят от его состояния и определяются его конкретной спецификой. К несистематическим рискам относятся: деловой риск, технический риск, риск «слабого» управления, риск ликвидности

Вид риска	Классификация риска	Характеристика риска
По степени возможного прогнозирования	Прогнозируемые риски	Связаны с факторами неопределенности, которые могут наступить вследствие циклического развития экономики, смены конъюнктурных циклов развития инвестиционного, финансового и других рынков, а также предсказуемого развития конкуренции (например, инфляционный, процентный риски)
	Непрогнозируемые риски	Связаны с факторами неопределенности, вероятность наступления которых отличается полной неопределенностью, и их нельзя определить на данном этапе по той или иной причине (например, риски форс-мажорной группы, макроэкономические риски и др.)
По видам потерь	Риск упущенной выгоды	Связан с вероятностью наступления косвенного ущерба (неполучения или недополучения прибыли) вследствие неосуществления какого-либо мероприятия
	Риск снижения доходности	Определяется вероятностью уменьшения размера, планируемого к получению дохода
	Риск прямых инвестиционных потерь	Вероятность неправильного выбора объектов инвестиционных вложений, полной или частичной потери инвестированного капитала (например, кредитный риск, риск банкротства и т. д.)
По степени наносимого ущерба	Частичные	Запланированные показатели, действия, результаты выполнены частично, но без потерь
	Допустимые	Запланированные показатели, действия, результаты не выполнены, но потерь нет
	Критические	Запланированные показатели, действия, результаты не выполнены, есть определенные потери
	Катастрофические	Невыполнение запланированного результата влечет за собой разрушение субъекта (проекта предприятия)
По стадии проекта на которой они возникают	На инвестиционной фазе	Риск превышения сметной стоимости проекта; риск задержки сдачи объекта; риск некачественного выполнения инженерных изысканий территории под строительство; риск выбора некачественной архитектурной концепции проекта, риск непрохождения экспертизы проекта и т. д.
	На производственной фазе	Производственные риски (технологический, управленческий, транспортный, сырьевой); коммерческие риски (риски реализации продукта); экологические и другие риски гражданской ответственности; финансовые риски (кредитный риск, риск изменения процентной ставки, валютный риск и т. д.)
	На фазе закрытия проекта	Риски финансирования и рефинансирования работ по закрытию проекта; риски возникновения гражданской ответственности и т. д.

Риски оказывают отрицательное влияние на эффективность реализации инновационно-инвестиционного проекта, которая может снижать потенциальную привлекательность проекта [3].

Для инновационно-инвестиционных проектов жилищного строительства управление рисками имеет большое значение. Особое внимание следует уделить:

- профилактике (предотвращению) риска путем создания качественной проектной документации и соблюдения стандартов при строительстве;
- уклонению от нежелательных рисков путем отказа от ненадежных партнеров, страхования деятельности, своевременного оформления документации, минимизации кредитных ресурсов и т.д.;
- распределению ответственности между партнерами по бизнесу, распределению риска по этапам работы;
- получению дополнительной информации о платежеспособности населения, потребительском спросе на жилье, его структуру и т.д.;
- локализации риска.

Применение системного подхода к выявлению причин возникновения рисков, которые имеются во внешней и внутренней среде предприятия, а также выбор оптимальных методов их оценки позволит строительной организации [4] создать эффективную систему принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь проекта, вызванных его реализацией.

Библиографический список

1. *Островская Э. Н.* Риск инвестиционных проектов. М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2011. 29 с.
2. *Касьяненко Т.Г., Маховикова Г.А.* Инвестиции: учеб. пособие. М.: Эксмо, 2012. 240 с.
3. Управление рисками в недвижимости / под общ. ред. П.Г. Грабового. М.: Проспект, 2014. 424 с.
4. Экономическая оценка инвестиций. 2-е изд. / под общ. ред. М.И. Римера. СПб.: Питер, 2015. 480 с.

УДК 339.138

В. А. Шилкина

магистрант

Ястребов А.П.

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА КАК ЭЛЕМЕНТА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ

На сегодняшний день проблема переустройства и развития городов является предметом открытых дискуссий по всему миру. Научный интерес к проблемам урбанистики среди представителей различных социальных групп повсеместно и непрерывно растёт на протяжении последних десятилетий. Этот тезис подкрепляется фактом наличия специализированных учебных заведений, занимающихся вопросами урбанистики, программ высшего образования, реализующихся в ведущих вузах, выпуском тематических периодических изданий и т.д.

Проблемы территориального развития свойственны практически всем городам на данный момент, так как общество и экономика находятся в процессе непрерывного развития, а вместе с ними трансформируются нужды и потребности, которые общество выдвигает по отношению к городскому пространству. Но жилые территории в свою очередь не являются предметом, которому свойственна лёгкая и быстрая модификация. В значительной степени это касается малых городов Российской Федерации, обладающих особой спецификой.

Основной период роста количества новых городов – в основном муниципальных образований – пришёлся на XX в. В большинстве случаев, это города, построенные на постсоветском пространстве, часто спроектированные вокруг какого-либо крупного предприятия, которое являлось основным работодателем и поставщиком социальных благ для населения. Экономические кризисы конца XX-го начала XXI в. значительно изменили социально-экономическую структуру городов, некогда бывших промышленными и культурными центрами в рамках существовавшего административно-территориального деления внутри регионов. Города, выполнявшие свою функцию пространства, адаптированного под нужды населения, перестали справляться со своей задачей, вследствие чего многим городским системам на сегодняшний день свойственен некроз. Упадок социальной инфраструктуры, отсутствие необходимого количества рабочих мест, обветшание производственных мощностей, несоответствие уровня заработной платы уровню цен на потребительские товары, упадок культурной сферы и пр. – типичные проблемы абсолютного большинства малых российских городов. Эти факторы оказывают негативное влияние на качество жизни в таких городах и, как следствие, способствуют росту уровня миграции трудоспособного населения в региональные центры и города федерального значения. Такие понятия, как человеческий капитал, а также уровень профессиональных навыков, качество профессионального образования местного населения отходят на второй план. Критически низкий уровень частных и государственных инвестиций, а вместе с ним и приток капитала в провинции обусловлен непривлекательным инвестиционным климатом, присущим провинциальным городам. На фоне процессов, имеющих место быть в национальной и глобальной экономике, рецессия социально-экономического, технологического, культурного состояния малых городов лишь усугубляется. Территории оказываются неспособны конкурировать за свои внутренние и внешние ресурсы. Понятие конкуренции территорий в свою очередь позволяет начать рассматривать вопросы развития в экономической плоскости, делая акценты на таких понятиях, как конкурентное преимущество, маркетинговые стратегии и т.п. Эти и другие обстоятельства актуализируют проблемы разработки научно обоснованных стратегий развития городского хозяйства и стратегий формирования инвестиционной привлекательности города. Они должны учитывать ресурсный потенциал и многообразную внешнюю среду, определяющие интенсивность конкуренции на рынке геопродуктов [1].

Рассматривая территориальный объект с точки зрения маркетинговой концепции, возникает возможность применения к нему маркетинговых механизмов. Одним из инструментов системы интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения территории будет являться её благоприятный имидж. Понятие имиджа территории на сегодняшний день дифференцировано разными авторами, в него вкладываются разные смыслы в зависимости от контекста изучения проблематики:

– Имидж города является производной от его потенциала. Имидж как внешняя форма проявления внутреннего содержания концентрирует в себе основные свойства и характеристики объекта (города). Имидж геопродукта города – это устойчивый, исторически складывающийся образ определенной географической местности (города), существующий или возникающий в воображении большинства субъектов, входящих в целевую аудиторию при упоминании названия этой территории [1].

– Имидж – это сложный и многоликий аспект идентификации, это один из наиболее действенных социально-психологических территориальных регуляторов [2].

– Имидж территории – очень разноплановый, иногда искусственно создаваемый образ, который складывается в сознании людей. Репутация территории тесно связана с ее имиджем; они достаточно сильно влияют друг на друга; в идеале их формирование и развитие должны происходить параллельно, в тесной увязке [3].

– Имидж территории – это набор ощущений и образных, эмоционально окрашенных представлений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально психологических и других особенностей данной территории [4].

– Имидж места – решающий фактор, определяющий то, как жители и деловые круги будут реагировать на данное место [5].

Проанализировав и обобщив приведённые определения, можно сформулировать следующее: имидж есть субъективная интерпретация набора объективных характеристик, определяющая социально-психологический контекст той или иной территории, подвергаемая естественным и искусственным корректировкам. Подобная формулировка означает, что изменение каждого из включенных параметров дает возможность управлять этими изменениями с целью формирования благоприятного имиджа. Стратегии развития муниципальных образований предполагают в основном изменения социально-экономических характеристик, так как они являются наиболее приоритетными в развитии любого города, в то время как имидж может напрямую влиять на скорость, направление и успех реализации вышеуказанных изменений. Необходимо при этом отметить двойственную природу имиджа территории: в контексте осуществления социально-экономических преобразований имидж может выступать как причиной, так и следствием. Если на этапе своего формирования и продвижения имидж является результатом эффективного управления, то в долгосрочной перспективе имидж играет ключевую роль в продвижении территории на различных рынках, являясь мощным источником конкурентного преимущества.

Процесс формирования имиджа территорий является проблемой междисциплинарного характера, так как территория, помимо своих прямых значений, может рассматриваться, как мегапредприятие или поставщик услуг (для местного населения, туристов), как товар (для частных инвесторов), как ресурс (для государства), как проект (для архитекторов и дизайнеров), и т.д. Из этого следует, что к этому процессу применяются экономика, право, социология, градостроительство и т.д. Формирование имиджа для той или иной территории подразумевает системный подход к этому процессу, что может являться одной из основных трудностей на пути реализации всего процесса. Необходимо учитывать потребности всех заинтересованных сторон и целевых аудиторий, выстраивая позитивный имидж территории, в том числе города.

Имидж как фактор влияния на выбор потребителя приобретает особое значение в условиях обеспечения благоприятного инвестиционного климата малых городов. Имиджевые стратегии, таким образом, заведомо обладают высоким потенциалом для решения задач, стоящих сегодня перед малыми городами. Использование маркетинговых технологий, в частности формирование имиджа и стратегическое управление им в малых городах Российской Федерации, даёт возможность созданию городу конкурентного преимущества.

Библиографический список

1. Мещеряков Т. В. Имидж города как стратегический фактор эффективного маркетинга территории // Проблемы современной экономики. 2009. №2 (30)
2. Воронцова Г. В., Бушман А. О. Механизмы формирования благоприятного имиджа территории // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института / СКГИ. 2015. №1 (13). С.17-24.
3. Хасбулатова Б. М. Маркетинг территорий как основной фактор повышения социально-экономического уровня региона // Креативная экономика. 2010. № 12 (48). с. 97-101.
4. Важенина И. С. Имидж и бренд региона: сущность и особенности формирования // Экономика региона. 2008. №1. С.49-58.
5. Котлер Ф. Маркетинг мест: пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. Под ред. Г. Ивашевской. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. 376 с.

УДК 519.95.01

Д.О.Шишкин

студент кафедры информационных технологий предпринимательства

Т. Ф. Осипова

(ст. преподаватель) – научный руководитель

МОДЕЛИРОВАНИЕ АРХИТЕКТУРЫ ПРОГРАММНОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В RUP-МЕТОДОЛОГИИ

Аннотация. Приведена обобщенная типовая модель архитектуры программного и технического обеспечения для проектирования информационных систем на примере биохимической лаборатории. Она построена в нотациях языка UML по RUP-методологии в представлениях Use Case View, ComponentView и Deployment View. На основе этих моделей сделаны расчеты для определения объема памяти для хранения резервных копий и функционирования приложения, также планирования затрат на приобретения программного и технического обеспечения и установки и для ввода их в действия.

Ключевые слова: модель, объектно-ориентированное моделирование, диаграмма прецедентов, язык UML, RUP-методология, архитектура информационной системы.

Моделирование архитектуры программного и технического обеспечения (ПО и ТО) актуально при проведении реинжиниринга информационной системы(ИС) организации. Так, на примере биохимической лаборатории было произведено масштабирование ИТ-инфраструктуры компании в целях обеспечения процессов учёта заявок и результатов исследований клиентов. Целесообразность проведения подобного рода мероприятий обусловлена необходимостью выделения сервера исследовательских работ для обеспечения надёжности хранения таких данных. Помимо сервера для организации описанных процессов необходимы и другие элементы. В результате масштабирования, существующая часть ИС была расширена компонентами по учёту заявок и результатов исследований клиентов, а такие размытые понятия как объёмы памяти и стоимость дополнительного ПО и ТО рассчитаны при помощи математики нечётких чисел [4].

Понятие архитектуры информационной системы в объектно-ориентированном моделировании – это организационная структура системы, включающая в себя разделение системы на части, связи между этими частями, механизмы взаимодействия и основные принципы проектирования системы [1, 2, 3]. Поэтому под архитектурой информационной системы можно понимать структуру взаимодействия основных компонентов системы через интерфейсы, в том числе взаимодействия с компонентами, составленными из более мелких частей и интерфейсов [5].

Архитектура информационной системы представляется в RUP-технологии множеством из следующих пяти архитектурных компонент, которые соответствуют основным элементам в соответствующих моделях (рис. 1).

Такая архитектура носит название «Представление архитектуры 4+1».

Схема прецедентов является основой для разработки бизнес-архитектуры. Бизнес-архитектура требует тщательного изучения прецедентов в целях создания прототипов для подтверждения основных концепций. Дополнительной предметной областью, влияющей на создаваемую архитектуру приложений, являются модели требований к информационной системе [2]. На основе исследований этих требований построены бизнес-модели необходимого программного обеспечения (рис. 2) и технического обеспечения (рис. 3) с учетом их функций для решения задач пользователей. На основе построенных бизнес-моделей было выделено существующее ПО и ТО, расположенное в левом пунктирном прямоугольнике, и разрабатываемое, необходимое для расширения имеющейся ИС. После того, как построены бизнес-модели, создаются архитектуры программного обеспечения (рис. 5) и технического обеспечения (рис. 6). Они представляют собой элементы ИТ-инфраструктуры, такие как сервера, сетевые элементы и другое оборудование, необходимое

для поддержки функционирования приложений и расчета поставки, реализованная в представлении развертывания (рис. 6).

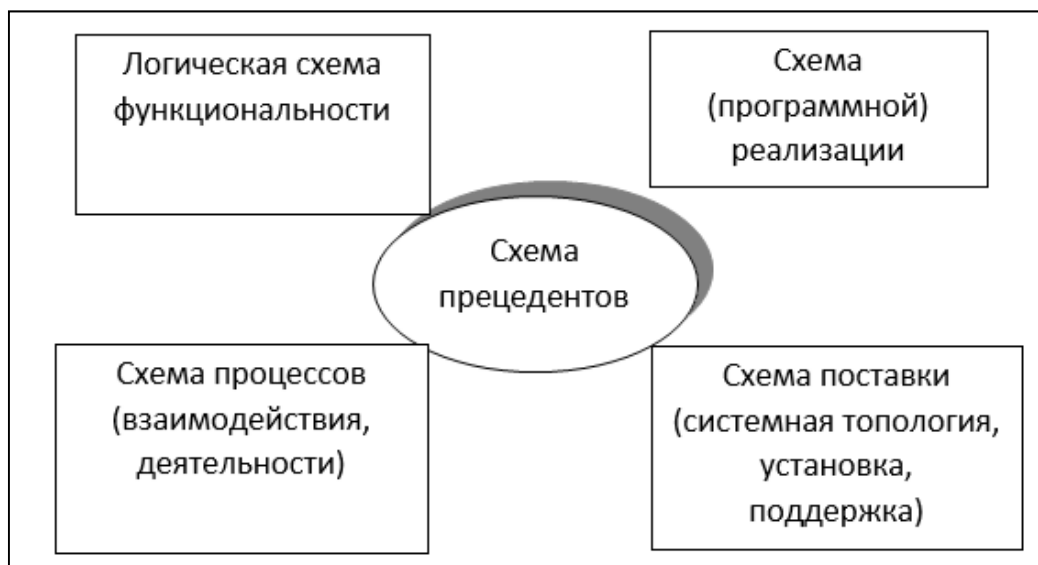


Рис. 1. Представление архитектуры в методологии Rational Unified Process

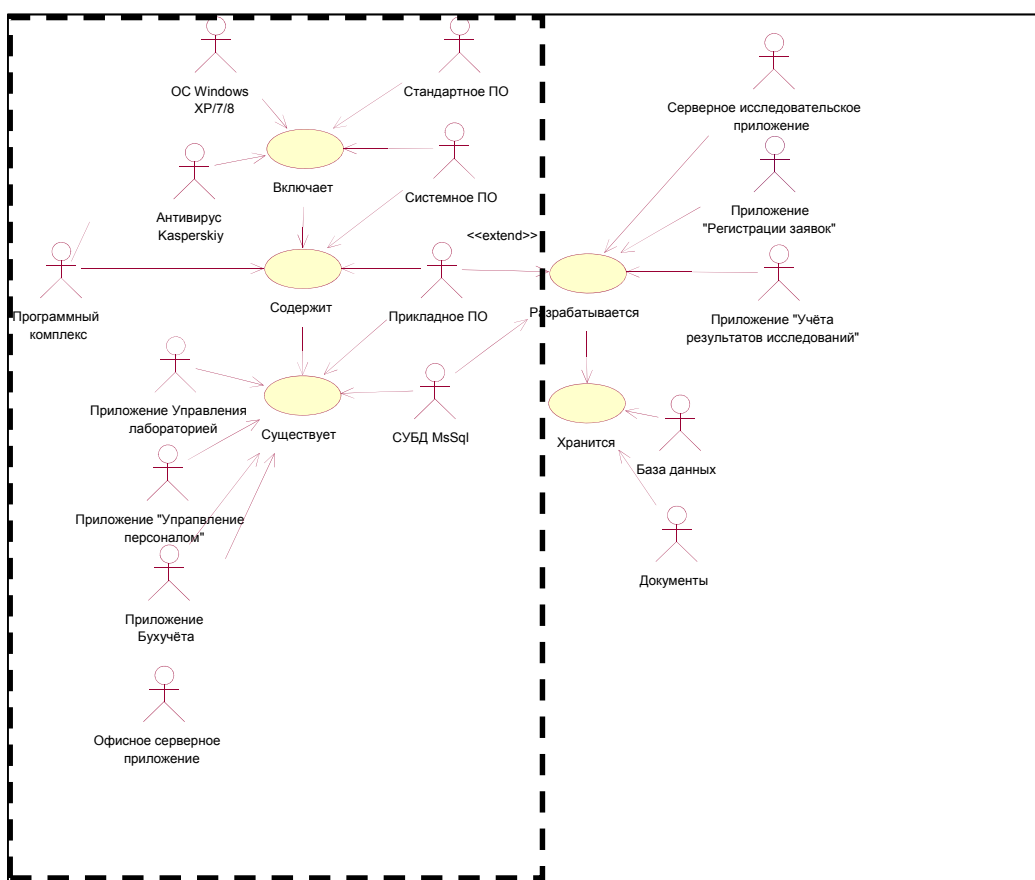


Рис.2. Программный комплекс

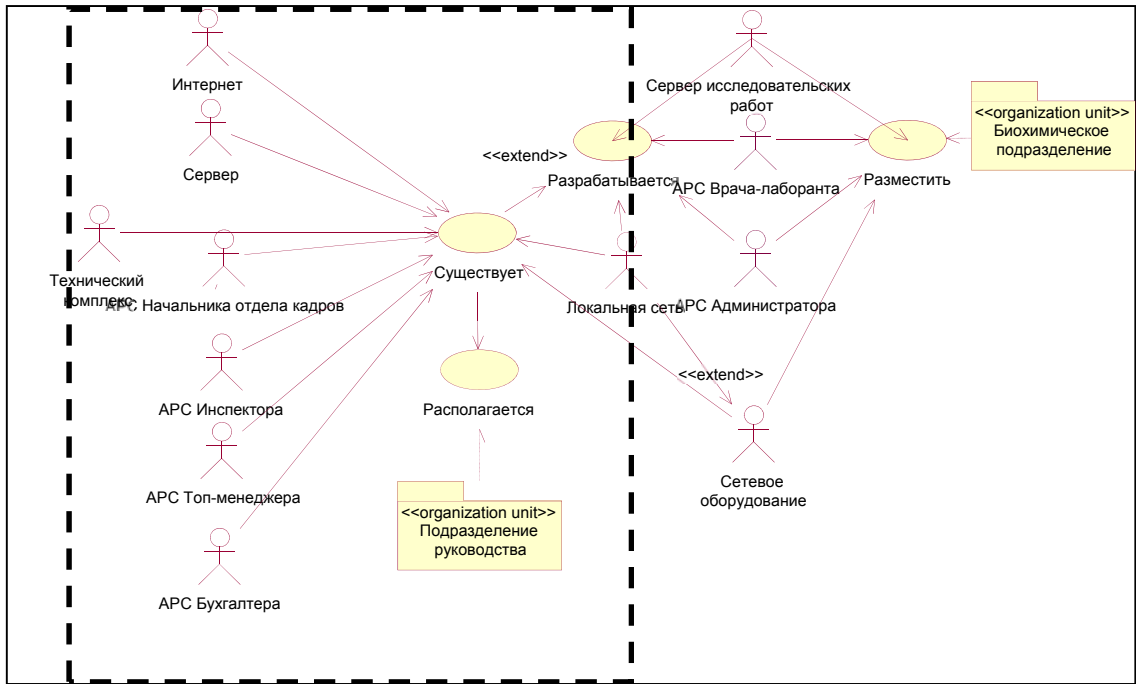


Рис.3. Технический комплекс

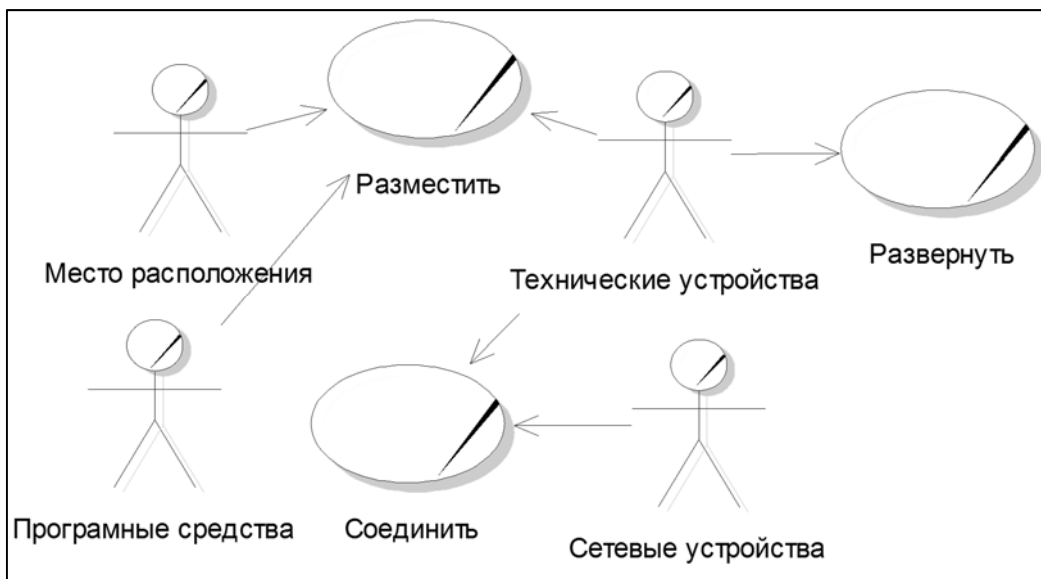


Рис. 4. Диаграмма прецедентов для построения модели топологии

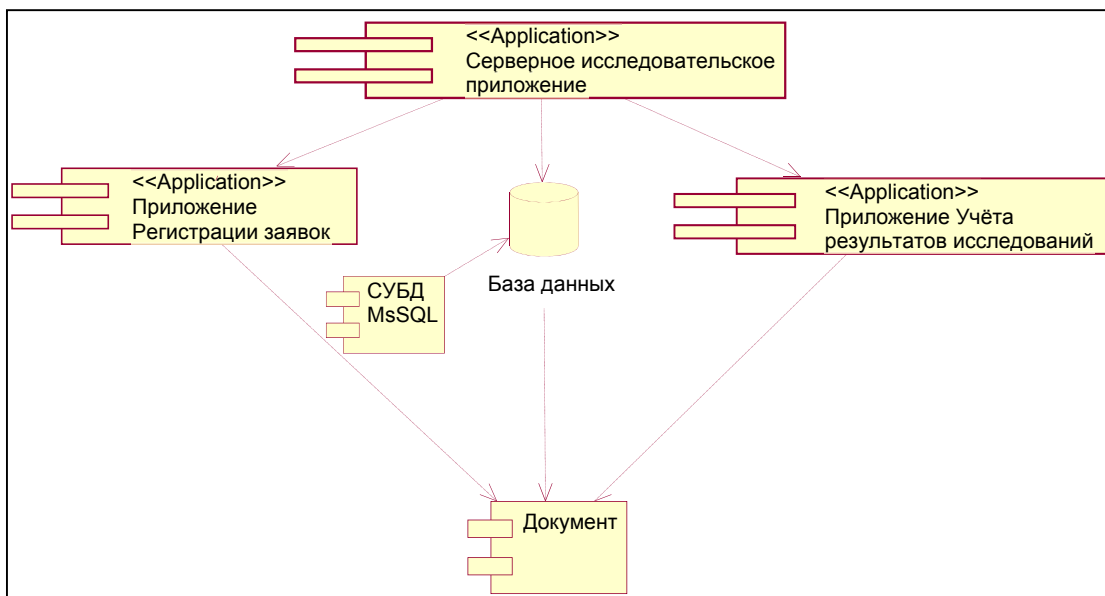


Рис. 5. Диаграмма компонентов



Рис. 6. Топология разрабатываемого технического обеспечения

Схемы прецедентов программного и технического обеспечения построены по типовой модели прецедентов размещения ПО и ТО.

В ИС бизнес-процесса обычно используется распределенная база данных (РБД). Это оправдано тем, что:

- структура РБД обычно соответствует структуре предприятия;
- обеспечиваются высокие системные характеристики (малое время отклика за счет распараллеливания процессов, высокая надежность);
- организуются модульная реализация взаимодействия, расширение аппаратных средств;
- осуществляются независимые разработки локальных БД через стандартный интерфейс.

РБД – система логически интегрированных и территориально распределенных БД, языковых, программных, технических и организационных средств, предназначенных для создания, ведения и обработки информации. Это означает, что информация физически хранится на разных ЭВМ, связанных сетью передачи данных.

Для рассматриваемой системы была выбрана централизованная стратегия хранения данных, обеспечиваемая архитектурой клиент/сервер. Копия БД хранится на сервере – в вычислительном центре. Сервер – узловая станция компьютерной сети, предназначенная в основном для хранения данных коллективного пользования и для обработки запросов в ней, поступающих от пользователей других узлов. На сервере чаще всего хранятся только данные, запрашиваемые пользователями. Пользователь – компьютер, обращающийся к совместно используемым ресурсам, которые предоставляются другим компьютером (сервером). На рис. 6 показано, что центральным звеном является компьютер – сервер ИС, где хранится вся информация, т.е. используется архитектура централизованной многопользовательской системы. Клиентские приложения располагаются на автоматизированных рабочих местах. Связь между компьютерами осуществляется по локальной сети. В данном случае по названию приложения понятно, что рабочие места находятся в отделах, где работают эти пользователи.

При внедрении ИС в организациях самыми затратными статьями считается закупка и установка технического и программного обеспечения. При выборе сервера и других элементов технических средств важными являются размер памяти БД и приложений, влияющий на характеристики обработки данных: быстродействие, необходимый размер оперативной и внешней памяти, частоту обновления данных и создания архивов. Все значения этих характеристик являются размытыми (неточными), поэтому для расчетов применим математику нечетких чисел [5].

Обозначим нечеткое число следующим образом по формуле

$$\tilde{a} = a / \mu,$$

где a - значение нечеткого числа; μ - функция принадлежности.

При помощи рис. 5 представим требуемый объем памяти как сумму нечетких объемов памяти на дистрибутивы, программы, базу данных, два вида приложений, документы и резерв:

$$\tilde{V} = \tilde{V}_d + \tilde{V}_p + \tilde{V}_{db} + \tilde{V}_{a1} + \tilde{V}_{a2} + \tilde{V}_{doc} + \tilde{V}_r,$$

где \tilde{V}_d - объем памяти на дистрибутивы; \tilde{V}_p - объем памяти на программы; \tilde{V}_{db} - объем памяти на базу данных; \tilde{V}_{a1} - объем памяти на приложение первого вида; \tilde{V}_{a2} - объем памяти на приложение второго вида; \tilde{V}_{doc} - объем памяти на документы; \tilde{V}_r - объем памяти на резерв.

Требуемый объем памяти как нечеткое число определяется по формуле

$$\tilde{V} = V / \mu$$

Значит, объем памяти является нечетким числом, функция принадлежности которого определяется максимальной функцией принадлежности составляющих объемов.

Рассчитаем объем памяти в Mb как функцию от времени. В начальный момент времени задаем вектор значений

$$V = [1360.8 \quad 0.2 \quad 212 \quad 100 \quad 100 \quad 15 \quad 260]$$

и вектор функций принадлежности

$$\mu = [0.8 \quad 0.8 \quad 0.8 \quad 0.4 \quad 0.4 \quad 0.6 \quad 0.7].$$

Находим сумму значений $V = 2048Mb = 2Gb$ и максимальную функцию принадлежности $\mu_{max} = 0.8$. Считаем, что функция, отражающая зависимость объемов памяти от времени, линейна. Повторяем те же расчеты для нового момента времени, сохраняя найденный вектор μ . Объем памяти V – функция времени, показанная на рис. 7. Значение функции принадлежности объема памяти равно 0.8.

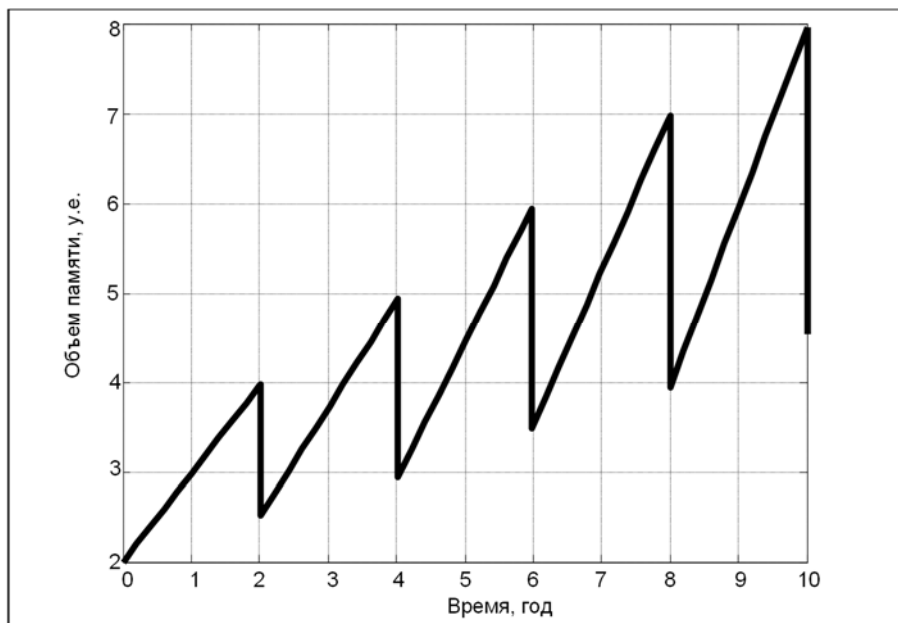


Рис. 7. Нарастание и архивация объемов памяти

За 10 лет объем памяти возрастает в 4 раза с уверенностью 0.8. Полученные результаты носят методический характер. Они показывают применение предлагаемой методики расчета технических характеристик ТО.

Следующая задача связана с расчетом затрат на приобретение необходимых технических и программных средств для функционирования ИС на основе схемы топологии (рис. 6). Для этого рассмотрим совокупности нечетких чисел. Каждое многоточечное нечеткое число (М-число) описывает один вид затрат, состоящий из разных цен на один из видов закупаемых компонентов. Различные цены определяются тем, что рассматриваются различные фирмы с примерно похожими характеристиками. Используемые нечеткие цены имеют разные функции принадлежности.

В общем виде задача расчета затрат ставится следующим образом. Совокупность нечетких М-чисел представлена формулой

$$\tilde{X}_1 = (x_{11} / \mu_{11}, \dots, x_{1k} / \mu_{1k}), \dots, \tilde{X}_n = (x_{n1} / \mu_{n1}, \dots, x_{nm} / \mu_{nm}).$$

Сумма пары нечетких М-чисел построенной системы вычисляется по формуле

$$\tilde{X} = \tilde{X}_1 \oplus \tilde{X}_2 = (x_1 \oplus x_2), \mu_X = \sup_{x_1+x_2} (\min(\mu_{X_1}, \mu_{X_2})).$$

Затем формула применяется для остальных пар нечетких М-чисел.

Пусть теперь необходимо закупить следующие объекты ИС:

- Сервер, где будут храниться все программные средства с нарастанием объемов (рис. 7), также архивные копии за 4 года.
- Два персональных компьютера со средними характеристиками для организации двух рабочих мест, подсоединенных по локальной сети к серверу исследовательских работ, дополнительные 3 лицензии на СУБД для установки программного обеспечения.

Выберем по 4 варианта различных компьютеров и запишем для них вектор значений с ценами в тыс. руб. и вектор соответствующих функций принадлежности. Фирмы-производители компьютеров и цены на их товар описаны в (табл. 1). Также производители лицензий и их расценки приведены в (табл. 2).

Таблица 1

Цены производителей технического оборудования

Наименование производителя	КЕЙ	Dell	Lenovo	HP
Цена сервера, р.	95 900	60 450	60 460	98 870
Цена компьютера, р.	16 990	23 067	37 956	50 990

Таблица 2

Цены производителей программных лицензий

Наименование производителя	T.T. CONSULTING	1С-ПАРУС	SYSOFT
Цена, р.	41 643	26 761	42 746

Пример расчёта суммы нечётких М-чисел в среде Matlab приведён ниже:

Первое многоточечное нечеткое число (сервер) = [95.9 60.4 60.5 98.9];

Вектор ФП длиной 4 = [0.6 0.8 0.8 0.5];

Второе многоточечное нечеткое число (компьютер) = [34 46.2 76 102];

Вектор ФП длиной 4 = [0.4 0.5 0.8 0.6].

Сложим эти многоточечные нечетких числа, выбирая сначала комбинацию с минимальной суммарной стоимостью, а затем – с максимальной функцией принадлежности.

Результаты расчётов:

$\tilde{s} = \{129.9/0.4, 142/0.5, 171.9/0.6, 197.9/0.6, 94.4/0.4, 106.6/0.5, 136.4/0.8, 162.4/0.6, 94.5/0.4, 106.7/0.5, 136.5/0.8, 162.5/0.6, 132.9/0.4, 145.1/0.5, 174.9/0.5, 200.9/0.5\}$.

В результате решения задачи были получены и выбраны нечёткие суммы затрат {136.4/0.8, 162.4/0.6, 106.7/0.5} с минимальной ценой в рамках рассматриваемых принадлежностей. В результате был получен диапазон из трёх чисел с минимальной, средней и максимальной ценой закупки. Первый вариант попадает в средний ценовой диапазон и является наиболее достоверным, согласно ему необходимо закупить сервер фирмы Dell и 2 компьютера марки Lenovo. Второй вариант является также достаточно достоверным, но более дорогим, чем первый, согласно ему необходимо закупить сервер и компьютеры марки Dell. Третий вариант является для нас наиболее желаемым по цене, однако менее реализуемым за счёт низкой достоверности. Таким образом, необходимо закупить сервер Lenovo и компьютеры марки HP.

Третье многоточечное нечёткое число (лицензии)=[41.6 26.8 42.7];

Вектор ФП длиной 3=[0.8 0.5 0.8].

Сложим многоточечные числа на техническое и программное обеспечение и лицензии.

Результаты расчётов:

$\tilde{s} = \{178/0.8, 204/0.6, 148.3/0.5, 163.2/0.5, 189.2/0.5, 133.5/0.5, 179.1/0.8, 205.1/0.6, 149.4/0.5\}$.

Так же, как и при вычислении предыдущей суммы, выбираем 3 наиболее предпочтительных варианта {178/0.8, 204/0.6, 148,3/0.5}, которым соответствуют лицензии фирм: T.T. CONSULTING, 1С-ПАРУС и SYSOFT.

Аналогичные расчёты проводятся с затратами на программное обеспечение, установку и запуск ТО и ПО с ценами различных фирм на такие услуги. Применение подобных расчётов помогает спрогнозировать, суммарное значение затрат в зависимости от ситуации на рынке и собственное финансовое положение.

Таким образом, были использованы модели архитектуры RUP, для того чтобы спланировать объёмы памяти и общую сумму затрат закупаемого программного и технического обеспечения.

Библиографический список

1. Рамбо Д., Якобсон А., Буч Г. UML. Специальный справочник. СПб.: Питер, 2002. 658 с.
2. ГОСТ 34.602-89. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Стадии создания.
3. Кратчен Ф. Введение в RUP. 2-е изд. Пер. с англ. М.: Вильямс, 2002. с. 178.
4. Ибрагимов В.А. Элементы нечеткой математики. Баку. 2009. 392 с.
5. Трутнев Д. Р. Архитектуры информационных систем. Основы проектирования: учеб. пособие. СПб: НИУ ИТМО, 2012. 66 с.

УДК 338.5.01

Д.О. Шишкин

студент кафедры информационных технологий предпринимательства

Л. В. Рудакова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКЦИИ

Стремление различных производителей получить как можно больше прибыли и расширить собственную целевую аудиторию приводит не только к увеличению ассортимента выпускаемой ими продукции, но и к совершенствованию способов её продвижения на рынке. Казалось бы, чем больше линейка продукции, тем легче потребителю сделать наиболее подходящий для него вариант покупки. Ведь увеличение ассортимента, прежде всего, связано с наличием у покупателя неудовлетворённого спроса на товар. Однако увеличение числа торговых марок носит двоякий характер: с одной стороны, учитываются все предпочтения потребителей касательно продукции, с другой – покупателю становится всё сложнее ориентироваться в большом мире товаров, что приводит к значительной трате времени на покупку, ошибкам в выборе продукта и т.п.

С увеличением ассортимента продукции производителям становится всё сложнее донести до потребителя именно свой товар, т.е. дифференцировать его среди продукции конкурентов. Как правило, наиболее важными для покупателей характеристиками товара являются: удобство расположения, внешний вид, имидж, а также качество товара. Сочетание описанных выше свойств товара позволяет выделить необходимый вид продукции в глазах потребителей.

Однако разнообразие продукции не всегда приводит к «замешательству» потребителя во время покупки. Например, выбирая масло или маргарин, покупатель будет смотреть, скорее всего, на их цену и выберет более дешёвый вариант. Такая ситуация характерна для рынка однородной продукции, где товары различных производителей являются совершенными заменителями. Однако иная ситуация складывается на рынке дифференцированного продукта, где покупателю приходится делать выбор в пользу определённой товарной марки. Примерами таких продуктов могут служить автомобили, алкогольные напитки, пиво, моющие средства и др.

Измерение и анализ разнородности продуктового рынка необходим, прежде всего, для выявления на нём наиболее влиятельных производителей различных товарных марок. Изучение таких производителей даёт полную картину о степени дифференциации рассматриваемого рынка. Измерение и анализ рынка может проводиться по следующим показателям:

- подсчёту числа торговых марок на одном предприятии;
- объёму расходов предприятия на рекламу, благодаря чему у потребителей формируется представление о бренде товара;
- перекрёстной эластичности спроса, данный показатель отражает, как изменение цены на один товар влияет на спрос товара конкурента;
- анализу приверженности марке по опросам потребителей;
- индексу энтропии, который показывает степень приверженности потребителей торговой марке и рассчитывается по следующей формуле [1]:

$$E = \sum_{i=1}^n \delta_i \ln \left(\frac{1}{\delta_i} \right),$$

где m – количество продавцов; δ – доля продавца в общем объёме приобретения товара.

Выбор какого-либо показателя для анализа дифференциации рынка зависит исключительно от доверия эксперта к различным подходам, которые стоит применять в комплексе для получения наиболее полной картины об исследуемом рынке.

Наиболее распространённым и приближённым к реальной жизни видом дифференциации является горизонтальная дифференциация, заключающаяся в сравнении товаров, требующих равного количества ресурсов для их производства, но отличающихся по дизайну. Существует два типа горизонтальной дифференциации: модель Хотеллинга (линейного города) и модель Салопа (кругового города). Данные модели наглядно отражают поведение потребителей и продавцов на рынке дифференцированного товара и являются, безусловно, важными для понимания данного процесса.

Модель Хотеллинга (линейного города) описывает равномерное расположение потребителей и продавцов на улицах одного города, расположенных в единичную линию, а товарные марки отличаются друг от друга только удалённостью от потребителя. Предположим, что на рынке присутствуют предприятия А и В, которые продают один и тот же товар. Покупатель делает покупку у того продавца, ближе к которому он расположен (рис. 1) [2].

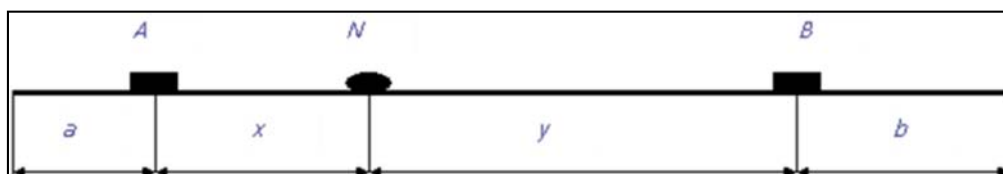


Рис. 1. Модель линейного города:

А и В – продавцы товаров; N – потребитель; а,х,у,б – расстояния до продавцов и конца города

В данном случае поведение участников описывается двумя ситуациями:

1. Цена товара фиксирована, а расстояние – нет. Потребитель совершает покупку у того продавца, ближе к которому он расположен. При рассмотрении ситуации отображённой на (рис. 1), потребитель предпочтёт товар продавца А. В свою очередь продавец А будет ближайшим для большего числа потребителей, если он расположен левее продавца В. Когда продавец В лишится части своих покупателей, то в следующий период он переместится левее продавца А, чтобы переманить потребителей левой части линейного сегмента. Данный процесс продолжается, пока оба продавца не окажутся в центре улицы, тогда у них будет общее число покупателей (рис. 2) [2].

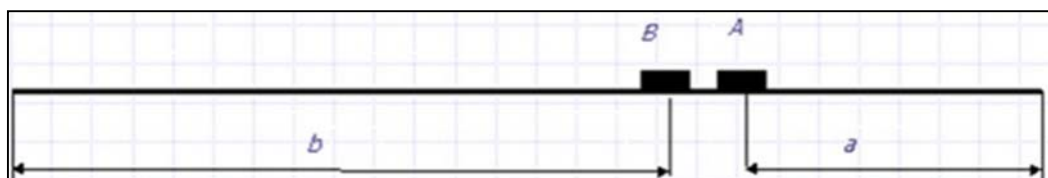


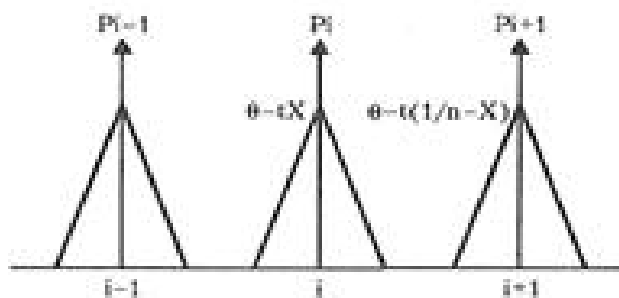
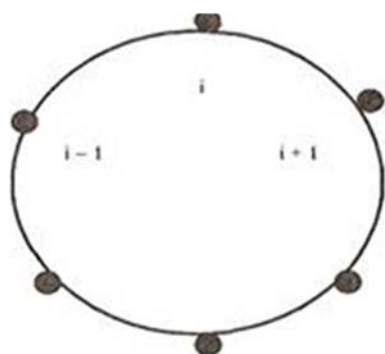
Рис. 2. Поведение продавцов

2. Расстояние фиксировано, а цена – нет. Если продавцы расположены на разном расстоянии от потребителя, то ближайшая фирма назначит цену выше на свой товар, и его будут покупать те потребители, которые предпочитают удобство расположению транспортным издержкам и низкой цене. В данном случае общие потребительские издержки рассчитываются по следующей формуле [1]:

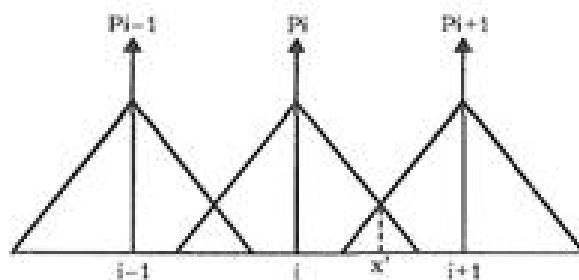
$$C = P_A + tx ,$$

где P – цена товара; t – транспортные издержки; x – расстояние от потребителя до продавца (у продавца В, расстояние будет $(1-x)$).

Модель Салопа описывает поведение участников на примере кругового города (рис. 3) [3].



а. Модель Салопа: случай 1



б. Модель Салопа: случай 2

Рис. 3. Модель кругового города

Начальные условия модели Салопа такие же, как в модели Хотеллинга. Но на рынке существует торговая марка, безусловно предпочитаемая потребителями, и покупатель имеет возможность приобрести товар более высокой полезности.

Основной идеей модели Салопа является сочетание функции полезности и потребительского излишка, которые влияют на выбор покупателя, т. е. потребитель купит данный товар, если его излишек больше излишка конкурента. Потребительский излишек представляет собой разницу между функцией полезности и ценой на товар продавца. Поведение продавцов на рынке зависит от их количества и расположения. Данная ситуация продемонстрирована на рис. 3 и может иметь два пути развития: малое число продавцов на большом расстоянии друг

от друга говорит о том, что каждый из них является монополистом собственного сегмента потребителей, и конкуренция между ними невозможна; большое число продавцов на малом расстоянии порождает ценовую конкуренцию между ними, а потребитель основывается на выборе производителя с максимальным излишком.

Исходя из вышеописанного, можно сказать, что модель Салопы наиболее полно описывает ситуацию на рынке дифференцированного продукта, поскольку зачастую покупатель основывает свой выбор именно на наличии потребительского излишка, который включает в себя полезность продукта и его реальную цену, в то время как модель Хотеллинга фиксирует один из двух параметров (расстояние и цена), что в принципе невозможно осуществить на современном рынке.

Библиографический список

1. Экономика отраслевых рынков: учебное пособие / под ред. С. В. Васильева, А. Г. Секисов. Чита: ЧитГУ, 2011. 125 с.
2. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. М.: Юрайт, 2011. 906 с.
3. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allrefs.net/c12/43bl8/p26/>. – Заглавие с экрана. – (Дата обращения 01.03.2016).

УДК 656.13

К.С. Юдина

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

Я.О. Сумбарова

(канд. экон. наук, доц.) – научный руководитель

ФИНАНСОВО – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Развитие современного транспорта – важнейшее условие модернизации экономики. Развитие этой отрасли народного хозяйства дает синергетический эффект на макроуровне и микроуровне. Этот эффект включает:

- развитие межрегиональной кооперации, массового предпринимательства и торговли;
- превращение крупных городов в центры агломераций, развитие пригородов, куда перемещаются офисы крупных компаний, что разгружает от транспортных потоков центры городов и способствует развитию региональной культуры, занятости и т.д.;
- возрождение городов с затухающей экономикой, изменение экономических и социальных условий жизни в этих городах. В России это особенно актуально для 343 моногородов, где проживает 14 млн россиян;
- резкое увеличение заказов на транспортную технику, металл, стройматериалы и т.д., создание системы грузовой логистики с сотнями тысяч рабочих мест, стратегических альянсов и партнерств, повышающих конкурентоспособность регионов, развитие интермодальных перевозок и электронной коммерции, преобразующей отечественную экономику;
- включение экономики регионов в глобальный рынок.

В настоящее время транспортный комплекс (ТК) России – это свыше 160 тыс. км магистральных железнодорожных и подъездных путей, 984 тыс. км автомобильных дорог с твердым покрытием, 1 млн км морских судоходных линий, 100 тыс. км внутренних водных путей, около 1 млн км авиалиний. По этим транспортным артериям ежегодно перевозится около 5 млн тонн груза [1].

Основные фонды ТК оцениваются приблизительно в 300 трлн руб., что составляет около 29% от основных фондов отраслей материального производства, в отрасли работают свыше 4 млн чел., а доля транспорта в ВВП России в последние годы составляет около 5%. Транспорт играет центральную роль в процессе развития. Он обеспечивает передвижение людей, товаров и услуг, расширяет возможность трудоустройства. Развитие транспортной отрасли во многом зависит от решений, принимаемых в самых разных секторах. Однако наряду с тем, что транспортные инвестиции повышают уровень общественного благосостояния, они также могут создавать угрозы или риски, вызывающие острые или хронические последствия для здоровья людей, нанося ощутимый ущерб экономике. Более того, отмечают эксперты Всемирного банка, растущие масштабы этой проблемы чреваты последствиями для всей страны, обостряя демографический кризис и еще больше обременяя экономику, теряющую миллиарды долларов в результате ДТП.

Коренное обновление транспорта и транспортной инфраструктуры снизит экологическую нагрузку на население и природу, повысит безопасность граждан и грузов, обеспечит устойчивую работу транспорта зимой и в чрезвычайных условиях, снизит транспортные расходы и повысит конкурентоспособность России на внутреннем и внешнем рынках. Совокупные дорожные фонды в 2015 г. превысили 391 млрд руб., что позволяет передать регионам управление логистикой, сохранив за центром сооружение высокоскоростных дорог, оснащенных спутниковой навигацией, строительство новых морских, речных портов и аэропортов, воссоздание транзитной системы водного сообщения, содействие переводу судов с российскими экипажами под национальный флаг. Особое значение имеет развитие системы интермодальных перевозок с использованием международных транспортных коридоров.

Развитие транспорта предполагает повышение плотности железных и автомобильных дорог, их реконструкцию в соответствии с современными требованиями и включение в глобальную евроазиатскую систему. В целом по странам СНГ плотность железных дорог составляет 6,4 км на 1000 кв. км территории по сравнению с 49 км в странах ЕС. Крупнейшая в СНГ транссибирская магистраль нуждается в замене ряда мостов и реконструкции пути, уложенного на вечной мерзлоте в Забайкалье [1].

Транспортная стратегия России предусматривает развитие международных коридоров Япония – Южная Корея – Северная Европа, Южная Азия – Каспий – Волга – Балтика, Северного морского пути и т.д. В условиях глобализации грузооборот российских портов растет быстрее, чем мощности по его приему на стыке с железными дорогами, что вызывает большие потери.

Развитие транспорта имеет и негативный внешний эффект с точки зрения экологии. За последние 10 лет темпы прироста количества автомобилей в 5 раз обогнали темпы развития дорожной сети. Это привело не только к хроническим пробкам, но и к загрязнению атмосферного воздуха. Неблагоприятное воздействие на качество атмосферного воздуха оказывают, прежде всего, выбросы от автомобильного транспорта [3].

Россия до сих пор обходилась транспортной инфраструктурой, созданной еще в советские годы, однако она морально и физически устарела. Износ парка грузовых вагонов составляет около 65%. Из-за отсталой технологии, перевозки через Транссиб составляют менее 1% товарооборота между Европой и Юго-Восточной Азией. Более 70% торговли России и СНГ обеспечивается перевалкой в портах Прибалтики, Финляндии и т.д. По оценке Минтранса РФ, из-за низкой пропускной способности дорог и их плохого качества, приводящих к увеличению расхода топлива, снижению скорости перевозок, росту ДТП и т.п., ежегодно теряется 4% ВВП.

В России намечено до 2018 г. вложить 2,6 трлн руб. в развитие железнодорожного транспорта, в том числе 1 трлн руб. на модернизацию пути и закупку подвижного состава.

Парк грузовых и пассажирских локомотивов РЖД (около 20 тыс. ед.) изношен более чем на 70%. По данным Комитета Госдумы по транспорту, к настоящему времени выработали свой ресурс 70% железнодорожных мостов, 15% полотна эксплуатируется с превышением сроков капитального ремонта.

Реализация государственной программы позволит обеспечить снижение транспортёмкости валового внутреннего продукта в 2020 г. на 7,7% по отношению к уровню 2011 года. Уменьшение транспортной нагрузки на экономику за счёт снижения уровня транспортных издержек в конечной стоимости российской продукции до 12,5% к 2020 г. по отношению к 2011 г. позволит повысить конкурентоспособность и эффективность отраслей экономики.

Экспорт транспортных услуг увеличится в 2 раза по отношению к уровню 2011 г., а объём транзитных перевозок по российской территории увеличится на 12,7 млн тонн.

В результате реализации мероприятий госпрограммы число происшествий на транспорте должно сократиться на 16,2% по отношению к уровню 2011 г.

Реализация мероприятий госпрограммы с учётом уточнения приоритетности инвестиционных проектов позволит достичь утверждённых ключевых показателей эффективности транспортного комплекса и будет способствовать достижению показателей, установленных указами Президента России от 7 мая 2012 г.

Реализация госпрограммы осуществляется за счёт средств федерального бюджета, в том числе за счёт средств Федерального дорожного фонда, средств консолидированных бюджетов субъектов Федерации и внебюджетных источников.

Общий объём финансирования госпрограммы за период реализации составляет около 12,3 трлн руб., в том числе за счёт средств федерального бюджета – 6,85 трлн руб. (из них средства Федерального дорожного фонда – 4,78 трлн руб.), Фонда национального благосостояния – 150 млрд руб., консолидированных бюджетов субъектов Федерации – 58,7 млрд руб. и привлечённых инвестиций – 5,2 трлн. руб.

Библиографический список

1. *Андреев В.Е.*, Конкурентоспособность региона и методика ее оценки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://reklama.rezultat.com>
2. *Горин В., Перепаков В.*, Транспортная политика России: мрачный опыт реформ и светлые перспективы// Экономические стратегии. 2009. №2. С. 14-18.
3. *Дмитриев А В.* Управление транспортными системами: учеб. пособие / СПбГУЭФ. СПб., 2010. 96 с.
4. *Дмитриев А В.* Система показателей эффективности транспортного обслуживания// Стратегии развития инструментов коммерции: учеб. пособие / СПбГУЭФ, СПб., 2010. 348 с.
5. *Дыбская В. В.* Управление складированием в цепях поставок. М.: Альфа-Пресс, 2009. 720 с.

УДК 338.28

Ю.С. Яковлева

магистр

Ястребов А.П.

(д-р техн. наук, профессор) – научный руководитель

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Несмотря на то, что все инновационные процессы в экономике вызываются конкуренцией на рынке товаров и услуг, сам рынок в виду огромной неустойчивости и изменчивости не способен запускать инновационные процессы в нужных масштабах и направлениях, не способен обеспечить непрерывность и равномерность процесса инновизации в экономике в целом. Таким образом, конкурентная борьба является только причиной, источником инновационных процессов, однако для запуска инновационного процесса необходимы ещё условия, способствующие их развитию.

Понятие «потенциал» включает в себя источники, возможности, средства, запасы, которые могут быть использованы физическими и юридическими лицами, в том числе предприятиями, организациями, административно-территориальными образованиями, государством для решения задач, достижения целей в определенной области.

Под экономическим потенциалом» понимают совокупную способность отраслей народного хозяйства производить промышленную и сельскохозяйственную продукцию, осуществлять капитальное строительство, перевозку грузов, оказывать услуги населению в определённый исторический момент. Экономический потенциал определяется количеством трудовых ресурсов и качеством их профессиональной подготовки, объёмом производственных мощностей промышленных и строительных организаций, производственными возможностями сельского хозяйства, протяжённостью транспортных магистралей, и наличием транспортных средств, развитием отраслей непродуцированной сферы, достижениями науки и техники, ресурсами разведанных полезных ископаемых, т. е. элементами, составляющими производительные силы общества.

Вопросам формирования инновационного потенциала в научной экономической литературе уделяется много внимания. Для оценки качества инновационного потенциала, который должно иметь эффективно функционирующее предприятие необходимо знать структуру экономических категорий «инновационного потенциала предприятия» и «инновационного потенциала отрасли» [3]. Структура инновационного потенциала может быть представлена единством трех взаимосвязанных составляющих: ресурсной, функциональной и результативной (рис. 1).

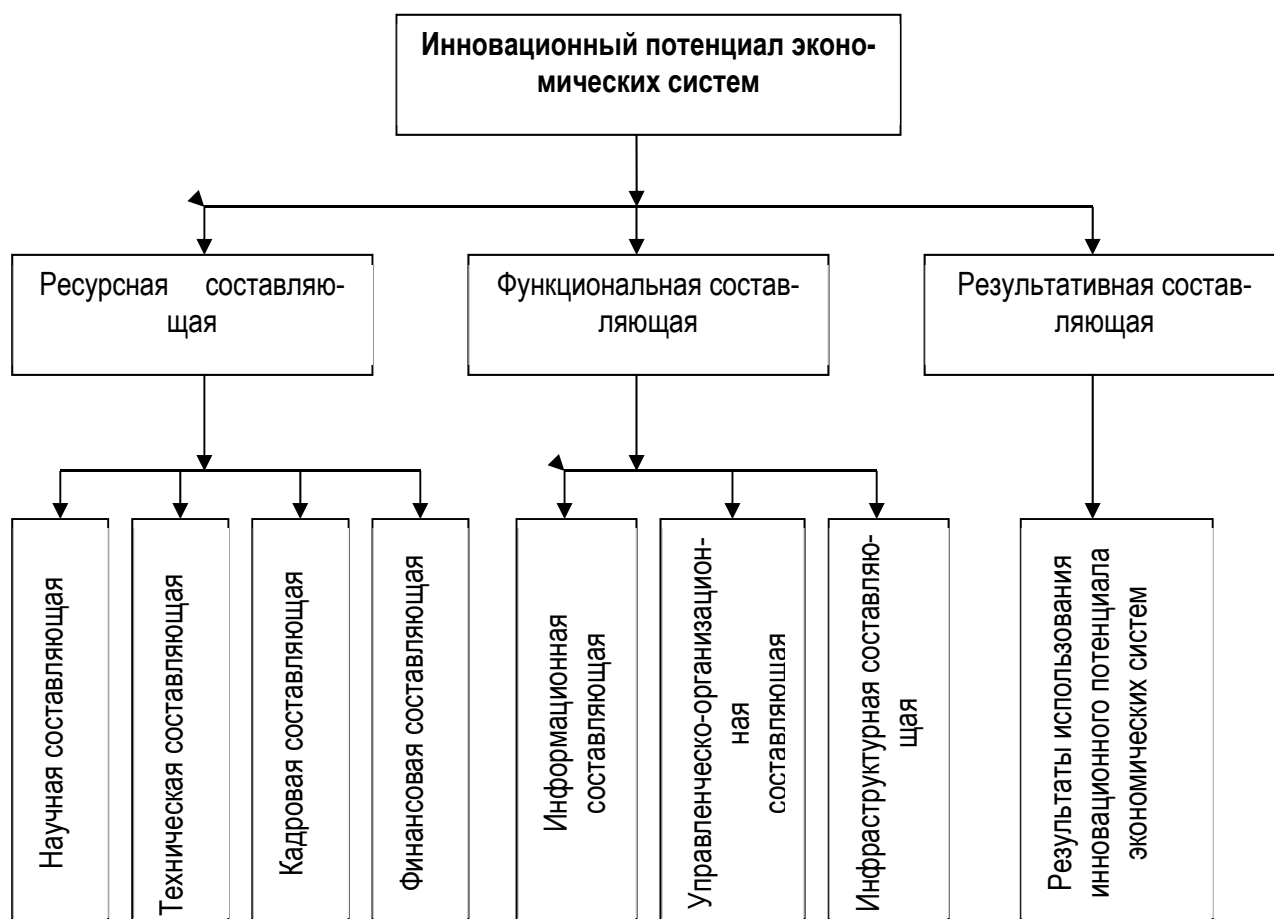


Рис. 1. Структура инновационного потенциала экономических систем

Благодаря сравнительному анализу теоретических подходов были выявлены критерии рассмотрения сущности инновационного потенциала экономических систем: ресурсный, функциональный и результативный. Необходимость теоретического обоснования базового определения

инновационного потенциала обусловлена неоднозначностью трактовки его характеристик, свойств и элементов.

Таким образом, под инновационным потенциалом экономической системы следует понимать уровень ее возможностей по достижению целей инновационного развития путем осуществления инновационных проектов, программ инновационных преобразований и мероприятий по внедрению инноваций.

Инновационный потенциал включает в себя как потенциальные ресурсы и возможности для повышения эффективности инновационной деятельности, так и достигнутый результат (уровень внедрения достижений научно-технического прогресса) по указанным направлениям. Кроме того, необходимо учитывать существующие и потенциальные ограничения со стороны внешней и внутренней среды, а именно – природно-климатические условия, социальные, демографические факторы, приоритеты государственной (региональной) политики и т.д. [4, 7-9].

Инновационный потенциал отрасли состоит из совокупности инновационных потенциалов отдельных предприятий и их окружающей инфраструктуры, совокупность которых обретенная региональной инфраструктурой определяет инновационный потенциал региона. Отсюда следует предположить, что инновационный потенциал отдельных предприятий может составлять инновационный потенциал различных отраслей. Также инновационные потенциалы отдельных отраслей взаимосвязаны друг с другом в составлении инновационного потенциала региона. Отражение взаимосвязи инновационных потенциалов различных уровней экономических систем отражает рис. 2 [1, 3].

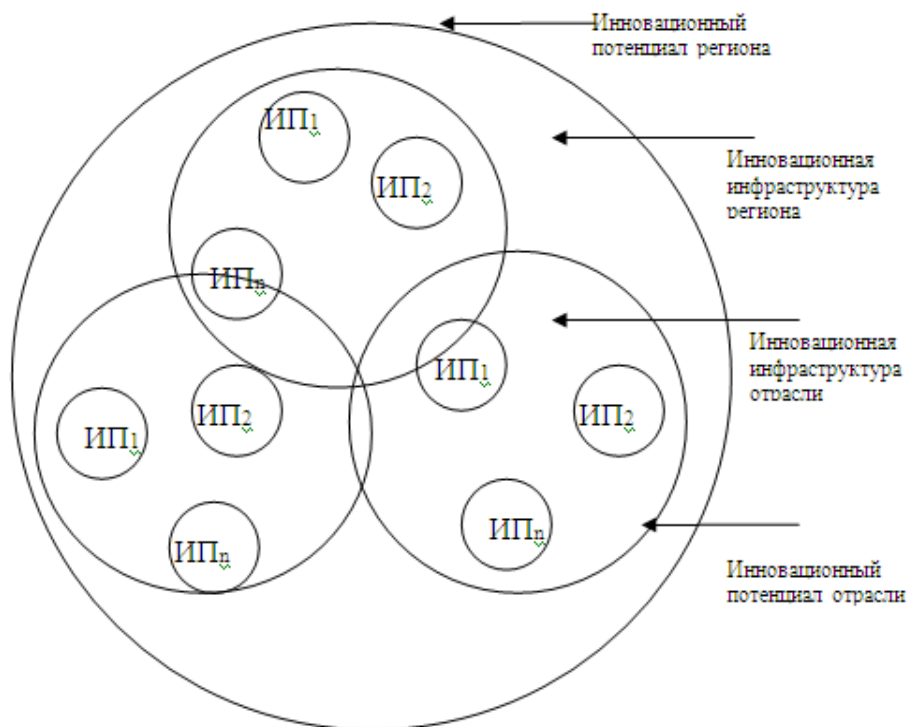


Рис. 2. Взаимодействие инновационных потенциалов экономических субъектов различных уровней

На рис. 2 показано, что инновационный потенциал отдельных предприятий может составлять потенциал нескольких отраслей одновременно. Произведенная предприятием инновационная продукция может нести в себе существенный рост возможностей инновационного развития для других предприятий и отраслей. Также имеющиеся ресурсные и организационные возможности отдельных предприятий и отраслей могут быть использованы для осуществления различных типов инноваций.

Выявление взаимосвязи между используемым инновационным потенциалом и результатом осуществляемой инновационной деятельности является важным вопросом.

Финансовые и капитальные инвестиционные ресурсы непосредственным образом (качественно и количественно влияют на инновационный потенциал. Этот вид ресурсов входит в состав инвестиционного потенциала составляющей инновационного потенциала как органическое единство наличных ресурсов и неиспользованных возможностей их альтернативного вложения.

Погасить формирование и будущую реализацию самого инновационного потенциала и приостановить инновационный процесс по внедрению отраслевых базисных инноваций может ограниченность финансовых ресурсов. Предприятия вынуждены искать более экономичные варианты вложения финансовых ресурсов, исходить из возможностей и реализовывать улучшающие инновации (идти по пути модернизации, взамен принципиально новых преобразований).

Основой прогнозирования успешности достижения экономической эффективности инновационных проектов, осуществление которых требует значительных инвестиций, выступает оценка качества управления финансами предприятия.

Еще одной важной составляющей инновационного потенциала является интеллектуальный потенциал – возможность развития и использования интеллектуального капитала – совокупность достигнутого уровня развития человеческого капитала социально-экономической системы соответствующего уровня – знаний, умений, навыков, ценностей, информации, профессионального уровня работников, закреплённых в интеллектуальном потенциале в виде брендов, патентов, лицензий, имиджа, который может быть использован системой для решения стоящих перед ней задач по самосохранению и инновационному развитию [2].

Интеллектуальный потенциал включает в себя способность человеческих ресурсов предприятия воспринимать и генерировать инновации, инновационную информированность, обеспеченность инновационными техническими средствами, орг.техникой и связью. Он также не только выполняет обеспечивающую функцию, но и выступает креативным активирующим компонентом инновационного потенциала организации.

За осуществление инновационных процессов на предприятии, в отрасли, в экономике, а также трансфер технологических инноваций отвечает инфраструктурный потенциал предприятия, включающий совокупную способность производственной, социальной и инновационной инфраструктур обеспечивать условия, необходимые для реализации инновационного потенциала соответствующего уровня экономической системы.

«Потребительский потенциал» характеризуется совокупной способностью производимого продукта удовлетворять некоторую потребность потребителей и способностью инновационного продукта удержать и формировать еще несформировавшуюся потребность в инновационном продукте у потенциальных потребителей, а также их платежеспособностью. Этот компонент имеет определяющее значение в инновационном потенциале экономических систем всех уровней.

Особую роль в инновационном потенциале играет предпринимательский потенциал руководителей государства, администрации территориального образования, отдельного предприятия, что характеризует их способность принятия экономически правильных решений в условиях риска и неопределённости, в том числе решений о финансировании осуществления инновационных проектов, даёт импульс инновационному процессу на соответствующем уровне экономической системы, выступает его движущей силой.

Предпринимательский потенциал руководителей определяет организационный потенциал организаций, который порождает возможность внедрения инновационного проекта в существующей организационной структуре предприятия или потребность выделения инновации в самостоятельную бизнес-линию.

Таким образом, инновационный процесс захватывает все стороны деятельности организации, внедрение продуктовой инновации, требует технологических и процессных иннова-

ций, полной инновизации предприятия. Совокупность осуществлённых к моменту запуска инновационного проекта организационных инноваций способствует его более эффективному внедрению.

Инновационный потенциал предприятий имеет решающее значение в процессе их инновизации, определяет их инновационную активность. Поэтому качество оценивания инновационного потенциала становится основой оценки перспектив внедрения в организации инновационных проектов, эффективности производимых инновационных преобразований. Возможность качественного оценивания инновационного потенциала позволяет своевременно управлять его формированием, инновационными преобразованиями, поддерживая тем самым конкурентоспособность отечественного бизнеса в глобальном экономическом пространстве.

Библиографический список

1. *Беляев О. Г., Корнилов Д. А.* Оценка инновационного потенциала экономических систем // Управление экономическими системами. № 3. 2012.
2. *Евенко В.В., Ерохин Д.В., Зайцева Я.В.* Интеллектуальный капитал промышленного предприятия и способ его измерения [Электронный ресурс] URL:http://science-bsea.narod.ru/2006/ekonom_2006/evenko_intilekt.htm
3. *Задумкин К.А., Кондаков И.А.* Научно-технический потенциал региона: оценка состояния и перспективы развития: монография / Вологда: ИСЭТ РАН, 2011. 205 с.
4. *Шевченко И.В., Александрова Е.Н.* Оценка инновационного потенциала национальной экономики. // Финансы и кредит, № 33, 2005.

УДК 330

К. И. Ялмурзина

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

В. М. Власова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

АНТИИНФЛЯЦИОННЫЕ МЕРЫ В РОССИИ

Аннотация. В статье говорится об антиинфляционных мерах, существующих в настоящее время, а также о том, какие меры применяются в России для предотвращения инфляции или ее снижения.

Ключевые слова: инфляция, антиинфляционные меры, тактические и стратегические меры.

Инфляция сегодня является одной из наиболее острых проблем в экономике. Она затрагивает все страны, все государство в целом и каждого в отдельности. Поэтому необходимо проводить меры, которые будут способствовать ее предотвращению или, в крайнем случае, ее уменьшению. В данной статье мы рассмотрим, какие антиинфляционные меры существуют и какие используются в России.

Выбор политики и антиинфляционных мер зависит от приоритетов, устанавливаемых правительством. Антиинфляционная политика различна во всех странах, о чем свидетельствуют различные уровни инфляции. Если ставится цель стимулировать рост производства, то предпочтение должно отдаваться политике доходов. Если же надо сдержать экономический рост, то проводится дефляционная политика. Когда ставится задача снизить инфляцию любой ценой, используются комбинированные методы из политики доходов и дефляционной политики. В период инфляции

при сильном снижении жизненного уровня населения проводится индексационная политика, которая полностью или частично компенсирует населению потери от обесценения денег. В целом, антиинфляционные меры в России должны предусматривать выход на устойчивый хозяйственный рост и качественное улучшение комплекса основных макроэкономических показателей.

Существуют тактические и стратегические антиинфляционные меры. Первые направлены на ликвидацию последствий инфляции (предполагают либо увеличение предложения, либо сокращение спроса, а может быть и то, и другое), а вторые – на устранение причин инфляции. Стратегические меры требуют длительного времени для их достижения. Для увеличения спроса может быть применено уменьшение налогов на производителей, стимулирование инвестиций и др. А для сокращения спроса – увеличение налогов. Монетаристы в борьбе с инфляцией предлагают изменять денежную массу в стране и процентную ставку. Также могут быть применены контроль над ценами, индексация доходов и др. Индексация доходов осуществляется в зависимости от темпа роста инфляции [2].

Для достижения какого-то результата в борьбе с инфляцией необходимо использовать комплекс мер: сокращение дефицита бюджета, проведение рациональной налоговой политики, устранение диспропорций в экономике, увеличение конкурентоспособности отечественных производителей, стабилизацию денежного обращения, повышение курса отечественной валюты, ограничение роста тарифов естественных монополий и др.

Для борьбы с инфляцией Правительством Российской Федерации разрабатывается ряд мер, которые должны значительно уменьшить этот экономический показатель.

Рассмотрим, какие антиинфляционные меры были применены правительством и ЦБ в Российской Федерации в 2014-2015 гг.

Министерство экономического развития, Министерство финансов и Центральный Банк РФ влияют на уровень инфляции, проводя грамотную денежно-кредитную политику и формируя сбалансированный бюджет страны [4].

Основная причина роста инфляции в 2014 г. – немонетарные факторы, т.е. те, которые не связаны с объемом денежной массы.

Одним из шагов, которые предпринял ЦБ РФ, было повышение ставки рефинансирования. Через ключевую ставку Центробанк влияет на цену денег в экономике (по этой ставке финансовый регулятор предоставляет кредиты банкам). Такой элемент денежно-кредитной политики как повышение ключевой ставки влечёт за собой рост стоимости денег и снижение экономической активности, тормозится инфляция. В свою очередь понижение ключевой ставки стимулирует рост, но может и повысить инфляцию. Во время ажиотажа на валютном рынке Центробанк резко повысил ключевую ставку и со временем начал её понижать, ориентируясь на инфляционные ожидания. Высокая ставка привела к удорожанию кредитов, для компаний они стали в некоторых случаях неподъёмными и невыгодными, это привело, с одной стороны, к замедлению роста цен, а с другой – к повышению привлекательности вкладов (ставки по ним тоже выросли) [1].

Однако увеличение ставки рефинансирования не принесло больших результатов в сокращении темпов инфляции, так как Центральный Банк стал бороться с теми немонетарными факторами, которые не играли здесь большой роли. Увеличение ключевой ставки привело к тому, что предприятия не смогли брать под большой процент кредиты для развития производства, и предложение сократилось, что опять привело к повышению цен.

Еще одно важное звено, которому Центральному Банку необходимо уделить внимание – это валютный рынок. Некоторые экономисты считают, что правильным решением в сложившейся ситуации в нашей стране будет отказ от продажи валюты, и, наоборот, возобновление скупки валюты при первой же возможности. Это сделает более предсказуемым и стабильным курс рубля и даст уверенность российским производителям в сохранении их ценовой конкурентоспособности.

Кроме того, индексация денежной массы на уровень инфляции должна стать непреложным правилом денежно-кредитной политики ЦБ РФ, так как если возрастает уровень инфляции, то на тот же уровень необходимо увеличивать и объем денежной массы в стране [3].

Итак, для борьбы с инфляцией государство и Центральный Банк должны проводить грамотную денежно-кредитную политику и применять целый комплекс мер по ее предотвращению.

Библиографический список

1. <http://www.cbr.ru/>
2. <http://www.economicportal.ru/>
3. <http://finuni.ru/>
4. <http://minfin.ru/>.

УДК 330

К. И. Ялмурзина

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Э. И. Крылов

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

ПОСЛЕДСТВИЯ ИНФЛЯЦИИ В РОССИИ В 2014-2015 ГОДАХ

Аннотация. В статье раскрываются последствия инфляции в России в 2014-2015 гг., обобщается то, как инфляционный процесс отразился на сферах жизни общества и экономику страны в целом.

Ключевые слова: инфляция, цены, последствия инфляции.

Одним из негативных явлений в экономике является инфляция, имеющая довольно большое количество определений. Одно из них – это многофакторное явление, обусловленное действием ряда причин, ведущих к обесценению денег и росту диспропорций общественного производства, и оказывающее влияние на цены в сторону их повышения [2].

В данной статье мы проанализируем, какие, по нашему мнению, последствия повлекла за собой инфляция в России в 2014-2015 гг.

По данным Федеральной службы государственной статистики инфляция в нашей стране в 2014-2015 годах и вплоть до сегодняшнего момента имеет нарастающий характер. Это негативно сказывается на экономике всего государства и может привести к стагнации, снижению уровня производства и уровня жизни населения [3].

Цены на потребительские товары и услуги возросли в 1,5 раза и более и возрастают в настоящее время. Реальные доходы населения сокращаются, и сейчас на равную сумму можно купить значительно меньшее количество товаров, чем год – полтора назад.

Причинами столь резкого увеличения уровня инфляции являются множество факторов. Снижение цен на нефть, падение курса рубля, санкции против РФ, усиливающиеся структурные диспропорции в экономике, массивный отток капитала за рубеж, практически нулевой прирост ВВП и др. [1].

В результате наложенных на Российскую Федерацию санкций, сократилось количество некоторых товаров. Из-за угрозы дефицита этих товаров люди стали скупать их, а производители, в свою очередь, увидели в этом хорошую возможность нажиться и подняли цены.

Также на увеличение цен повлияло и соотношение курса рубля к доллару и евро. Одной из главных причин развернувшегося в стране экономического кризиса является проседание цен на нефть, которое повлекло за собой падение курса национальной валюты.

Увеличение курса иностранных валют привело к тому, что производители, работающие с зарубежными партнерами, на закупку материалов, полуфабрикатов и др. начали расходовать значительно больше средств, т.е. увеличились расходы на производство товаров и услуг. Увеличение расходов привело к увеличению себестоимости продукции, и, естественно, чтобы получить прибыль от продажи этих товаров, производители вынуждены увеличивать цену на них либо находить какие-то другие каналы поставок сырья и материалов по более выгодной цене.

Как и в 2014 г., российские власти несколько раз в течение 2015 г. были вынуждены повышать прогноз по инфляции, остановившись в итоге на 12,2-12,8 %, ожидаемых к концу года. Рост цен на продукты по итогам ноября 2015 г. достиг 16,3 % годовых. Некоторые продовольственные товары подорожали еще больше: так, подсолнечное масло стало дороже за год на 44,6 %, сахарный песок на 30,2 %, фрукты и овощи в среднем на 24,3 %.

Постоянное увеличение цен и обесценение денег ведет к тяжелым последствиям и для жителей страны. Доходы населения сокращаются, это приводит к тому, что они покупают меньшее количество товаров. Пытаясь сэкономить, приобретают более дешевые продукты, бытовую химию и услуги, либо вовсе себе в чем-то отказывают, это приводит к сокращению спроса на товары и услуги, уменьшению уровня жизни населения. Показатель, свидетельствующий об уровне жизни в стране, – это доходы граждан, из которых вычитают обязательные платежи и инфляцию. В 2015 г. этот показатель в России демонстрировал отрицательную динамику, закрепив тенденцию прошлого года.

Сокращение спроса для производителей означает уменьшение прибыли и понижение объемов производства продукции. Это ведет к тому, что предприятию становится нечем отвечать по своим обязательствам: совершать платежи по кредитам, выплачивать заработную плату сотрудникам и т.д. Поэтому чтобы не обанкротиться, приходится искать пути снижения расходов денежных средств. Некоторые из них видят это в сокращении штата и экономии таким образом на заработной плате.

Сотрудники, попадающие под сокращение, остаются без работы, т.е. растет уровень безработицы в стране. Если же эта категория граждан на момент увольнения имела обязательства по выплатам какого-либо кредита, ей становится нечем его погашать, соответственно, это затрагивает и банковскую сферу.

По объему промышленного производства Россия, завершив 2014 г. в небольшом плюсе (3,9 % годовых), в феврале опустилась ниже нуля и там оставалась в течение всего года. Наибольший спад наблюдался в мае, когда в годовом выражении – т.е. по отношению к предыдущему маю – промышленность упала до 5,5 %. По сравнению с прежними промышленными рецессиями новейшей истории России нынешняя характеризуется более плавными темпами спада. В то же время, если в 2008 г. спад достиг 12,8 % годовых, но затем практически сразу обернулся ростом, на сей раз разворачивания тренда не просматривается.

Для правительства сложившаяся экономическая ситуация в стране также тяжела. Растет недовольство граждан в связи с инфляцией и ростом безработицы. Нестабильность валюты негативно сказывается на положении РФ на мировой арене, падает ее рейтинг по большой группе показателей. Понижение цен на нефтегазовые продукты, которые Россия поставляет в другие страны, ведет к сокращению доходной части бюджета, в то время как расходы все возрастают. Увеличиваются расходы бюджета на поддержание и развитие производства внутри страны, сельского хозяйства, социальные выплаты (например, пособие по безработице), а также появилась и новая категория – это расходы на поддержание и развитие Крыма. Государство вынуждено искать пути экономии. И уже были предприняты некоторые меры – сокращение численности государственных служащих. Это затронуло и учителей, и преподавателей, и врачей, и сотрудников силовых структур.

Итак, можно сделать вывод, что инфляция – это кризисное явление в экономике для всей страны: начиная с простого народа и заканчивая высшими органами власти [4].

Библиографический список

1. Докаев В. Д., Вазаров Х. Экономический кризис 2014/2015 в России: причины и последствия// Молодой ученый. 2016. №2. С. 480-485
2. <http://www.econmotion.ru/>
3. <http://www.gks.ru/>
4. <http://www.moluch.ru/>.

УДК 331.101.3

А.Н. Яськова

магистрант кафедры безопасности высокотехнологичных систем

М.Н. Тумова

(д-р экон. наук, профессор) – научный руководитель

**ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ**

Нарастание общественных противоречий, усложнение экономической и политической ситуации в стране обуславливает необходимость повышения эффективности государственного управления в целом и государственного аппарата, в частности. Достижение данных целей невозможно без повышения эффективности труда государственных гражданских служащих, что в свою очередь невозможно без создания эффективной и стройной системы мотивации работников государственного аппарата.

С начала формирования государственной гражданской службы Российской Федерации, в современном ее понимании, был поставлен вопрос о необходимости повышения эффективности гражданской службы и результативности профессиональной служебной деятельности гражданских служащих [1].

Путь к эффективному управлению человеком лежит через понимание его мотивации. Только зная то, что движет человеком, что побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления человеком. Для этого необходимо знать, как возникают или вызываются те или иные мотивы, как и какими способами, мотивы могут быть приведены в действие.

Мотивация труда государственных служащих еще не до конца изучена. Она имеет свои особенности, которые отличают ее от мотивации в коммерческом секторе. Например, механизм мотивации в государственных органах власти основан, прежде всего, на административно-командных стимулах, т.е. деятельность государственных служащих строго регламентирована и в своей основе имеет комплексную систему социально-экономических отношений между государственными служащими. Система мотивации здесь – это взаимодействие административных и трудовых норм.

Как любые работники, госслужащие также при прохождении государственной службы преследуют достижение своих целей, которые следует учитывать в кадровой политике при их мотивации.

Можно выделить некоторые особенности трудовой деятельности государственных служащих: вся работа направлена на реализацию государственных и общенациональных интересов; четкий регламент управления; жесткие нормы трудовой дисциплины; высокая ответственность должностных лиц за последствия принимаемых и реализуемых решений [2].

Сама система мотивации государственных гражданских служащих с четким определением этого понятия не описана. Однако можно изучить российскую нормативно-правовую базу, различные социологические опросы и сделать вывод о том, что система мотивации состоит из следующих компонентов (оказывающих прямое воздействие на мотивацию госслужащих):

1. *Государственные гарантии.* Государственные гарантии создают нормальные условия работы, а также мотивируют сотрудников на эффективное выполнение работы. Они обеспечивают правовую и социальную защищенности госслужащих, стабильный кадровый состав. Их назначение – сделать госслужбу более привлекательной в глазах как госслужащих и потенциальных работников, так и обычных граждан. Гарантии представляют собой систему положительных стимулов, потому что они обеспечивают должные условия труда работников. В идеале, если все условия для работы созданы, то дальше ответственность лежит на работнике: каковы его навыки, умения, качества.

Данный элемент мотивации госслужащих говорит о том, что нематериальная мотивация также важна, как и материальная.

2. *Оплата труда.* Оплата труда государственного гражданского служащего является более конкретным стимулом. И является основным средством его материального обеспечения и стимулирования его деятельности.

Денежное содержание госслужащего состоит из 3 частей: месячного оклада в соответствии с занимаемой должностью, оклада за классный чин и иных выплат. Должностной оклад устанавливается Указом Президента, по отдельным должностям может устанавливаться единое денежное содержание, в котором учтены все выплаты (за классный чин, за выслугу лет, за особые условия труда, за работу с государственной тайной), кроме премий и ежемесячных денежных поощрений.

3. *Поощрения и награждения.* Поощрения и награждения – важный элемент мотивации госслужащих. Они позволяют мотивировать служащих на выполнение работы, на повышение лояльности к органу исполнительной власти, в котором они проходят службу. Они также оказывают влияние на служебную дисциплину. Их применение основано на благодарности за безупречно выполненную работу или безукоризненное выполнение служебных обязанностей.

4. *Конкурсный отбор.* Конкурсный отбор имеет косвенное влияние на мотивацию, он скорее может гарантировать, что на госслужбу придет квалифицированный и ответственный работник. Это основной способ замещения должностей государственной гражданской службы. Конкурс на замещение должности госслужбы представляет собой определение из числа кандидатов наиболее соответствующего требованиям должности (условиям конкурса).

5. *Прохождение государственной гражданской службы и возможности карьерного роста.* Прохождение государственной службы – это динамика служебного положения госслужащего, его карьерный рост или спад. Этот процесс также является мотивом для поступления на госслужбу и ее прохождения или для повышения эффективности деятельности сотрудника. Основными элементами прохождения госслужбы являются поступление на госслужбу, период адаптации, аттестация, перевод на другую должность, присвоение чинов, поощрение, привлечение к ответственности, прекращение службы. Мотивируют сотрудника к деятельности в данном случае повышение или понижение по карьерной лестнице, поощрения и ответственность, а также и аттестация в какой-то степени.

6. *Ротация.* С точки зрения мотивации, ротация увеличивает багаж знаний работника, таким способом можно повысить заинтересованность работника в осуществляемой им служебной деятельности. Ротация проводится в целях повышения эффективности гражданской службы, помогает в противодействии коррупции. Осуществляется в пределах одной группы должностей с учетом уровня квалификации, образования и стажа госслужащего.

7. *Аттестация.* Аттестация – это процесс определения соответствия сотрудника предъявляемым к нему требованиям в соответствии с занимаемой им должностью. Позволяет повысить

чувство ответственности за выполняемую работу, а также попасть в кадровый резерв, что является стимулирующим фактором.

Все эти элементы системы мотивации исходят из социально-правового статуса и правового положения государственного гражданского служащего, который состоит из прав, обязанностей, ограничений, запретов, ответственности, требований, гарантий и экономического обеспечения (в целом, все, что связано с государственной службой). Социально-правовой статус госслужащего – это установленные государством меры должного и возможного поведения государственного служащего. Это статус (который также может интерпретироваться как занимаемой должностью, уровень образования и вознаграждение) не только определяет место госслужащего в административном процессе, но и может удовлетворить его потребность в уважении, в признании и т.п., таким образом, является сильным мотивирующим фактором [3].

Система мотивации госслужащих является сложной и комплексной. Здесь можно проследить взаимосвязь с теорией Портера-Лоулера: указано на комплексность и важность элемента мотивации в процессе управления, а также на факт того, что оплата труда далеко не единственный стимул.

Из вышесказанного следует, что действующая система мотивации труда государственных гражданских служащих не является достаточно действенной и требует серьезного развития с использованием системного подхода. Сегодня мотивация госслужащих осуществляется, в основном, путем жестких административных методов, основное внимание уделяется контролю исполнения функций, соответствию деятельности госслужащих установленным нормам и процедурам, что провоцирует формальное отношение к выполнению должностных обязанностей или их неисполнение [4].

Для построения комплексной системы управления персоналом в органах государственного управления целесообразно проводить оценку как потребностей и мотивации сотрудников, так и факторов, влияющих на их демотивацию. Это даст возможность более точно проанализировать эффективность действующей на данный момент времени системы мотивации и стимулирования работающих государственных служащих, и при необходимости внести нужные коррективы для ее улучшения.

Мотивацию необходимо осуществлять, применяя гибкие административные и управленческие механизмы. Система приказов и отчетов в большей степени необходимо заменить системой экономических стимулов, используя технологии государственного управления, ориентированного на результат. Но для эффективного проведения преобразований требуется создать стимулирующую среду, а это значит нужно менять организационную культуру [5].

Таким образом, исследование факторов управления трудовой мотивацией в сфере государственной службы показывает, что наступило время для переоценки используемых методов мотивации с целью нахождения более эффективных. Для повышения результативности деятельности государственных гражданских служащих требуется использовать комплексный подход и модернизацию систем государственного управления с применением новых концепций и технологий менеджмента, психологии управления и социологии.

Библиографический список

1. Козырев А.А. Система мотивации трудовой деятельности государственных служащих // Управленческое консультирование. 2011. №4. С. 33–35.
2. Черепанов В. В. Основы государственной службы и кадровой политики: учебник для студентов. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2014. 679 с.
3. Пугачев В. П. Мотивация трудовой деятельности: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М. 2011. 394 с.
4. Захаров Н.Л. Социальные регуляторы деятельности российского государственного служащего. М.: Изд-во РАГС. 2012. 118 с.
5. Зеленцова Е.В. Культура как *ultimo ratio* для России // Управленческое консультирование. 2011. №1. С. 202.

УДК 339.942

Е.Ю. Яшина

студент кафедры международного предпринимательства

Г.Ю. Пешкова

канд.экон.наук, доц. – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКО-РОССИЙСКОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Российско-китайское сотрудничество в инвестиционной сфере имеет свои особенности, которые основываются на специфических чертах экономики стран: с российской стороны отношения завязаны на сырьевой основе, а с китайской – на переработке сырья и создании готовой продукции. В этой связи возникают и инвестиционные потоки с обеих сторон, направленные в интересные сферы экономики. Помимо этого страны поддерживают друг друга по ряду других причин, освещённых в статье.

CHINESE-RUSSIAN INVESTMENT COOPERATION FEATURES

Chinese-Russian relations are complicated under nowadays circumstances. Both of the countries are trying to gain more power in economic and political fields day after day to make themselves more noticeable on the international level. Each country has one of the widest territories in the world along with natural resources. This is one of the reasons to develop faster and more active, than other countries, as to refer to China, which took the advantage with the number of workforce. Russia decided on another way, and took its role in the world with oil, gas and other raw materials.

This have become one of the points for the interaction. Russian side is interested in selling its' resources, while China needs more materials.

Even though Soviet Union had not had a lot of interaction with China, in the last years China changed its' policy and started cooperation with other countries actively, and Russian Federation is not an exception.

At the beginning the most of the intercommunication were made at the border-zone among individuals. Even though the countries have created Shanghai Cooperation Organization and signed up an Agreement on good-neighbourhood, friendship and bilateral development of Russia and China in 2001, sides had acted quiet ineffectively through the first years [1]. The reason for the problematic cooperation is hidden in a territorial dispute in Amur river water area, started with uncertainty in boards establishment.

However, in 2005 the governments solved the problem and since then started a new period in Russian-Chinese relations [2].

Ever since then governments of the countries started developing some new connections in political and investment areas, which used to be held aside. Joint military maneuvers and mutual years of cooperated country became a sign of new era of cooperation. Even though Chinese partners had had some problems with investment in 2008 (table 1), which might have occurred because of the world crisis, the amount of the investment support has grown back fast. As to refer to the Russian side, the table shows only decrease of the investment flow. Thus, Russia turned out to be mostly the recipient in such kind of relationship.

The reason for that position of Russian side is simple: China is well known for its' fast growth of the economy and level of industrialization, while Russia is slow and its growth mostly depend on nature resources, than on industry and other areas of economy, because of the difficulties in restructuring of infrastructure.

Table 1

The amounts of the investment flow between Russia and China, 2006-2013, millions of US dollars

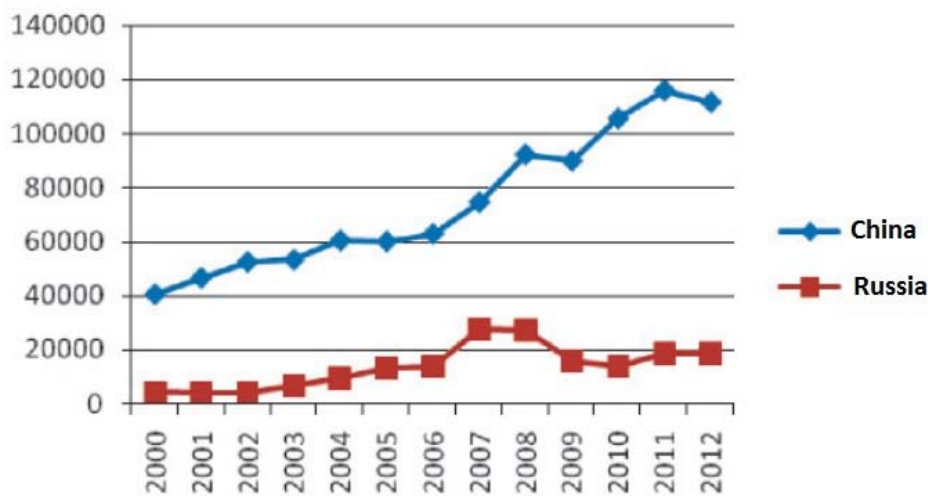
(According to Ministry of Commerce of China)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
China to Russia	470	438	240	410	594	303	660	4 080
Russia to China	67	52	60	32	35	31	29,9	22,08

Source: [3]

As for the investment climate, China is obviously more sustainable with stable level of growth, while Russia is suffering another economical and political crisis at the moment and loses it's rating, according to Standard & Poor's and Moody's, going down to speculative rate [4].

On the other hand, policy of government and availability of resources, according to the rating of World Bank 'Doing Business', Russia is currently at the 51st position, while China is only 85th [5]. Despite that fact, China is still more attractive for investors, because the real numbers say, that through the last decade the direct investment flow to China is 5-6 times higher, than to Russia (pic. 1).



Pic. 1. Flow of the direct investment, 2000-2012, millions of US dollars [1]

However, Chinese economy grew strong enough to become the investing one. Russia, as a neighbour, became one of the potential investment recipient, but what are the destinations of Chinese investments?

There are three levels of investments [6]:

- interstate level, which is the main platform of making the cooperation possible by the means of international agreements;
- interregional level is meant to maintain the connection between the regions of states, which will cooperate in the future and create new ways of developing regions together;
- individual contacts is the lowest, but the most important level, on which businessmen cooperate and decide on the details.

Going up from the lowest level means to start with main projects of companies. The most important part of it is referring to the field of power, mainly to oil and gas providers. About 90% of Chinese investment is made in this area.

Starting from 1999 Russia planned on making a pipeline for gas and oil transportation to China, however the project stuck on the stage of planning until 2004. This is the same year to the year of ending of territorial dispute. After that it took another 5 years to sign up the actual agreement on the project and to start its realization.

China gave 10 billion dollars to 'Transneft' company and 15 billion dollars to 'Rosneft' company, thus China paid for the whole pipeline system 'Eastern Siberia – Pacific Ocean'. The project have been finished by 2011 and the process of cooperation moved forward. For example, about 13 oilfields of Siberia became free from custom duties [7]. After the success of the project sides decided on building another pipeline, but for gas this time.

However, oilfields are not the only interest of China to invest in.

The capital of Chinese-Russian cooperation is Saint-Petersburg, where one of three representative offices of Chinese Eximbank in the world is found. Saint-Petersburg is a good example of Chinese interest in building investment, because Chinese investors have build a complex residential area with business-center for the dialog with Russian companies.

Also there are projects of infrastructure building between Primorsky Krai and Jilin Province of China, which are cooperating as an international rout from Japan, China and South Korea to Europe [8].

At this point must be said, that sides built and signed the strategic plan of Far East and Eastern Siberia and Chinese North-East cooperation till 2018, which shows the deep connection between regions and helps them to cooperate and develop faster. This is an example of the second-level cooperation.

Still, the interstate cooperation is on the high level as well, because countries decided on creation of Russian-Chinese Investment Fond in 2012. The real agreement on the Fond have been signed in the may of 2015, however the contents of the document are secret, so that the real meaning of it hardly can be estimated [9].

The most part of interstate cooperation is tied to agreements and new resolutions, which are made to facilitate the communication of international business.

On the other hand, what are the main destinations of Russian investment? It is different types of manufacturing, raw materials treatment and parts production plants. The biggest project cost is 5 billion dollars with 49% of Russian investment into oil processing plant in Tianjin from 'Rosneft' [8].

Thus, China invests mostly into power area of economy and into infrastructural projects, while investment into China is attracted to manufacturing. This is why China is more developed industrially, than Russia. Even though Chinese cooperation in the investment depends on political actions, they still are thought through, because China invests into developed areas of Russian economy.

Both sides of Russian-Chinese cooperation are interested in bilateral development, because they can fill the gaps in each others economies and that is the reason to keep going through the processes of further convergence.

Библиографический список

- 1 Россия и Китай: опыт и потенциал регионального и приграничного взаимодействия./ под ред. В.Л. Ларина; Владивосток: Дальнаука, 2014. 207 с.
- 2 Россия отдаёт Китаю пол острова/ Л. Светлова, И. Мирошников// URL: <http://www.kp.ru/daily/23383/33010/> (дата обращения: 16.11.2015)
- 3 Портал внешнеэкономической информации/ Основные итоги инвестиционного сотрудничества России и Китая, URL: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/cn_ru_relations/cn_rus_projects/ (дата обращения: 16.11.2015)
- 4 Trading Economics Кредитный Рейтинг – список стран, URL: <http://ru.tradingeconomics.com/country-list/rating> (дата обращения: 16.11.2015)

- 5 Школа Инвестора/ Рейтинг Doing Business 2016, URL: <http://investorschool.ru/rejting-doing-business-2016> (дата обращения: 15.05.2016)
- 6 Ларин В.Л. В тени проснувшегося дракона: Российско-китайские отношения на рубеже XX-XXI веков. Владивосток: Дальнаука, 2006. 424 с.
- 7 Россия проложит в Китай трубопровод на китайские же деньги, URL: <http://www.politforums.net/economics/1234926988.html> (дата обращения: 16.11.2015)
- 8 Global Business Services/ Инвестиции и предложения из Китая, URL: <http://gbs.su/investitsii-i-predlozheniya-iz-kitaya/> (дата обращения: 16.11.2015)
- 9 Российский Фонд Прямых Инвестиций, URL: <http://rdif.ru/Partnership/> (дата обращения: 16.11.2015)

УДК 339

В.Н. Яшина

студентка кафедры международного предпринимательства

Л.А. Трофимова

(доцент, кандидат экономических наук, доцент) – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

По состоянию на 2016 год в республике Беларусь функционирует 6 свободных экономических зон: «Брест», «Гомель-Ратон», «Минск», «Витебск», «Могилев», «Гродноинвест», а также идет строительство белорусско-китайского индустриального парка [1, 2, 3]. На 13 мая 2016 г. в свободных экономических зонах Республики Беларусь работает 429 предприятий – резидентов, на которых занято свыше 124 тыс. человек [4].

Шесть зон образовались в период 1996-2002 гг. и представляют собой комплексные зоны, а белорусско-китайский индустриальный парк «Великий Камень» был создан на базе соглашения между Республикой Беларусь и Китаем в 2012 году. Приоритетными направлениями развития во всех зонах являются машиностроение, приборостроение, электроника, химическая и деревообрабатывающая промышленность, продовольственная отрасль и др. В частности, в новой свободной экономической зоне особое внимание будет уделено развитию наукоемких отраслей: биотехнология, фармацевтика, тонкая химия, оптика и др.

Особенности всех свободных экономических зон Беларуси объясняются ее действующей системой льгот и преференций, а именно:

- прибыль от реализуемой продукции своего производства освобождается от налога с начала ее получения в течение 5 лет, а после этого резидент платит налог на 50% ниже ставки, но не более 12% установленной ставки по республике (ставка налога на прибыль в республике – 18%, если иное не установлено в Налоговом Кодексе). Эта льгота является очень привлекательной. В современном мире никто не стремится платить большие налоги со своего дохода, в результате чего процветает теневая экономика, коррупция и идут поиски различных схем ухода от налогов через, например, оффшорные зоны. Условия предоставления льгот на прибыль способствуют честному ведению бизнеса, тем более в Республике Беларусь они привлекательнее, чем в России (в России в основном налог на прибыль в особых экономических зонах сокращается с 20% до 15,5%, а только в отдельных зонах достигает 13,5%);

- резиденты освобождаются от налога на имущество независимо от направления пользования в течение 3-х лет. Для создания хорошего и прибыльного производства требуется то или иное имущество, обычно дорогостоящее (здания), и если это не аренда, то оно облагается налогом, поэтому освобождение от этого налога – явно еще одно выгодное условие для привлечения

инвесторов. Причем, в свободных экономических зонах Беларуси направление пользования неважно (исключением является аренда и лизинг), а, например, в Российской Федерации освобождение предоставляется на 5-10 лет, но для ведения деятельности в соответствии направления зоны (технично-внедренческие, промышленно-производственные, туристско-рекреационные, портовые);

– резиденты освобождаются от госпошлины за выдачу специальных разрешений на труд иностранных граждан на территории государства. При нехватке рабочих или ведущих специалистов, а также для въезда директоров и инвесторов предприятий с иностранным капиталом упрощается система разрешений, при которой въезд не оплачивается. Это является стимулирующей особенностью для въезда. В России же иностранные работники особых экономических зон не освобождаются от уплаты государственной пошлины на специальные разрешения (пошлина 3500 руб.) [5].

– резиденты освобождаются от налога на землю. Земельные участки на территории свободной экономической зоны не подлежат налогообложению первые годы (5 лет), а потом ставка рассчитывается исходя из кадастровой стоимости и коэффициентов в зависимости от назначения участков. В российских особых экономических зонах резиденты освобождаются от земельного налога на 5-10 лет в соответствии с направлением зоны;

– расходы на создание инженерной и транспортной инфраструктуры для реализации инвестиционного проекта резидентом финансируется в эквивалентной сумме более чем 10 миллионов евро (эти средства предусмотрены в государственной программе по инвестированию). В свободных экономических зонах идет активное развитие строительства дорог и логистических центров. Инвесторы могут использовать железнодорожные пути, которые находятся непосредственно на территории зон. Финансирование транспортной и общей инфраструктуры от государства оказывает влияние на повышение рентабельности и эффективности проектов резидентами.

В особых экономических зонах Российской Федерации транспортные, социальные, таможенные и прочие коммуникации создаются за счет средств бюджета на уровне федеральном, субъекта и местном. Резидентам предоставляется участок земли со всей инфраструктурой.

Таким образом, такая организация свободных экономических зон в Республике Беларусь позволяет снизить трудозатраты резидентов и срок окупаемости проектов.

Все перечисленные выше льготы и преференции создают привлекательные возможности для ведения бизнеса на территории свободных экономических зон Республики Беларусь, позволяют снизить финансовую нагрузку на начальном этапе проекта, в результате чего создаются благоприятные условия для реализации инновационных и других проектов.

Библиографический список

1. Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Китайской Народной Республикой от 18.09.2011 <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic00/text292.htm> (Дата обращения 18.05.2016)
2. Индустриальный парк «Великий камень» <http://www.industrialpark.by/> (Дата обращения 18.05.2016)
3. Официальный сайт Республики Беларусь <http://www.belarus.by/ru/business/business-environment/industrial-park-great-stone> (Дата обращения 18.05.2016)
4. Министерство экономики Республики Беларусь <http://www.economy.gov.by/ru/investors/lgoty-preferencii/cez> (Дата обращения 18.05.2016)
5. Федеральная миграционная служба России http://92.fms.gov.ru/foreign_national/trud_migrant/osob_osushch_trud_deyat_inostr_grazhd/ (Дата обращения 10.04.2016)

УДК 343

Гилёв К. М.

студент 4 курса юридического факультета

Д.Ю. Сафин

(д-р юр. Наук, профессор) – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИИ НА РОСТ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье анализируются актуальные проблемы уголовного права, связанные с миграционными процессами и их влиянием на криминологическую обстановку в отдельных регионах России.

Ключевые слова: миграция, преступность, государственная политика, противодействие преступности.

Одной из серьезнейших проблем современного мира в целом и России в частности является рост преступности, тесно связанный не только с социально-экономическими условиями жизни в конкретных странах и регионах, но и с миграционными процессами. Безусловно, миграция, в особенности неконтролируемая и нелегальная, подпитывает рост преступности.

Миграционные процессы, протекающие в обществе, стали представлять собой комплексное социальное явление как внутригосударственной, так и международной жизни, а проблема их регулирования стала одной из наиболее актуальных проблем социально-политического и экономического развития государств. Как социальное явление миграция имеет сложный, многоаспектный и порой конфликтный характер.

Став повседневной реальностью жизни нашего государства, миграция привлекает к себе все большее внимание посредством своей связи как с позитивными процессами в виде заполнения «пустующих» позиций на рынках труда или решения демографических проблем, так и с негативными процессами, в том числе и преступностью. Причем последние, по мнению целого ряда исследователей и общественных деятелей, способны перевешивать позитивные последствия миграционных процессов.

Это внимание обусловлено увеличением объемов миграции. Так, на сегодняшний день в России насчитывается, по разным сведениям, от 10 до 15 миллионов только внешних мигрантов (находящихся на территории страны как легально, так и нелегально), в то время как объемы внутренней миграции учету практически не подлежат. И было бы наивным полагать, что все мигранты ведут себя исключительно в рамках существующего законодательства.

По информации, обнародованной руководителем главного управления Следственного комитета по Москве Вадимом Яковенко, количество преступлений, совершенных мигрантами, увеличилось почти наполовину. «Если в 2012 г. иностранцами совершалось каждое восьмое убийство, то сейчас – каждое пятое. Если в 2012 г. ими совершалось каждое третье изнасилование, то в 2013 г. – 43 %», – пояснил глава управления. Он добавил также, что сейчас иностранцы ежедневно совершают в Москве более 30 преступлений, что на треть больше показателя 2012 г., т. е., мигранты совершают более 11 тыс. преступлений в год только в одной Москве. Также высокопоставленный сотрудник следственных органов впервые официально признал, что реальный уровень преступности среди мигрантов в Москве значительно выше, чем он обозначен в статистике, и может достигать 60–70%. «Очевидно, что реальный уровень преступности иностранцев значительно выше, поскольку статистический учет этих преступлений ведется только от числа уже раскрытых», – отметил он.

Рост преступности является одним из первоочередных следствий миграции и обусловлен, в первую очередь, социальными, психологическими и социокультурными характеристиками мигрантской среды.

Если говорить о психологических факторах, то стоит отметить, что миграция, как правило, связана с социальной неустроенностью, экономическими и социальными потерями. Вследствие этого многие мигранты (до 70%) даже после успешного прибытия на новое место испытывают стресс, ощущение психологической травмы¹.

Основная часть мигрантов представляет собой молодых (или относительно молодых) трудоспособных мужчин в возрасте 18-40 лет, которые, с одной стороны, не лишены определенного стремления к повышению своего благосостояния (поскольку отправились в другие страны и регионы в поисках заработка, «лучшей доли»), но с другой стороны – в большинстве своем не обладают высоким уровнем образования и квалификации, либо вынуждены работать не по специальности. В принимающем обществе мигранты изначально занимают низшую ступень социальной иерархии и то, насколько они смогут удовлетворить свои амбиции и повысить свой статус, прежде всего, зависит от повышения их материального благосостояния. Отсюда можно сделать определенный вывод, что присутствует социальное неравенство, поскольку образ жизни, присущий гражданам Российской Федерации и являющийся для них нормальным, для мигрантов видится как роскошный и соответственно вызывает определенные мысли и настроения по поводу «выравнивания» этого уровня.

Не стоит забывать также и о том, что значительная часть мигрантов прибывает в принимающие страны из более отсталых не только в экономическом отношении, но и кардинально отличающихся в культурном плане государств и регионов. Так, нужно иметь в виду, что существует различие в правовых системах государств, ведь в некоторых странах или конкретных регионах этих стран до сих пор наличествует практика применения норм обычного права при разрешении тех или иных спорных ситуаций.

Необходимо учитывать и то, что некоторые аспекты поведения, присущие обществу принимающей страны, совсем недопустимы в тех странах, откуда прибыли мигранты. То, что у них на родине карается и осуждается, для общества принимающего государства может не являться серьезным нарушением каких либо устоев ввиду собственного направления развития и менталитета. Отсюда у приезжих граждан появляется ощущение того, что они вырвались из определенных рамок, которые были присущи их обществу, вследствие чего появляется чувство вседозволенности. Таким образом, вся природа поведения мигрантов является очень противоречивой, начиная от первоначального стресса до последующей адаптации и приобретения чувства вседозволенности и безнаказанности.

Всегда существуют две стороны медали, поэтому не стоит говорить о том, что данная проблема связана исключительно с деятельностью приезжающих граждан.

Во многом принимающая сторона также заинтересована в прибытии к ней мигрантов. Это обуславливается экономическим фактором, поскольку пока у принимающего государства будет необходимость в недорогой и в тоже время продуктивной рабочей силе, поток мигрантов в поисках заработка не будет уменьшаться. Но также стоит отметить, что во многих случаях продукция, к которой «прикладывают руку» мигранты, по количественному показателю будет на высоте, а вот с ее качеством очень часто встает вопрос. Речь в данном случае идет опять же о том, что данные граждане трудятся в принимающей стране не по своей специальности.

В существующем механизме вливания мигрантов в российское общество существуют недостатки законодательства, при всем этом также существует элемент коррупции, с которым хоть и борются, но он по-прежнему проявляет себя.

К сожалению, какие-то попытки скорректировать государственную политику в сфере управления миграцией власти страны предпринимают только в последние годы. Так, с 1 января

¹ Криминология: учебник для вузов / под общ. ред. А. И. Долговой. М., 2007. С. 824

2015 г. въезжающим на территорию России мигрантам придется проходить тестирование на знание русского языка, истории и основ законодательства Российской Федерации. Мера, безусловно, нужная и интересная, особенно если будет создана надежная защита от коррупционных проявлений.

В современной России сложилась парадоксальная ситуация, когда политические и общественные деятели, многие ученые и журналисты говорят о том, что этнической преступности или преступности мигрантов не существует, а преступления совершают люди всех национальностей, но при этом об этнической преступности постоянно говорят в своих выступлениях работники правоохранительных органов, по теме этнической преступности пишутся статьи, в том числе в солидных научных журналах, защищаются кандидатские и докторские диссертации по юридическим, социологическим, философским, психологическим наукам. Поэтому в данном вопросе все же имеет смысл слушать не столько ангажированную общественность, сколько профессионалов: работников полиции, специальных служб, ученых – исследователей данного вопроса.

В марте 2014 г. заместитель начальника Управления уголовного розыска ГУ МВД по г. Москве майор полиции Михаил Гусаков заявил, что на этническую преступность приходится по меньшей мере 17 % совершенных в городе преступлений¹. Расширить борьбу с этнической преступностью еще год назад, в январе 2014 г., призвал министр внутренних дел РФ и бывший начальник ГУВД Москвы Владимир Колокольцев². Наконец, неоднократно активизировать борьбу с этнической преступностью и нелегальной миграцией призывал и Президент Российской Федерации В.В. Путин³.

Во избежание дальнейшего роста преступности среди мигрантов в Российской Федерации необходимо совершенствовать законодательство в данной сфере, не допускать вмешательства элемента коррупции в данную категорию общественных отношений. Также было бы целесообразно направить экономическую модель государства в сторону самодостаточности и независимости от рабочей силы извне, что помогло бы сократить как безработицу внутри страны, так и уменьшить поток мигрантов, что способствовало бы уменьшению уровня преступности среди данной категории населения. Но, по всей видимости, полностью прекратить этот поток не удастся, поэтому очень важно, чтобы в наше государство попадали исключительно добропорядочные представители мигрантов, чему должно поспособствовать государство, совершенствуя процедуру пребывания в Российскую Федерацию граждан из других государств в качестве мигрантов.

Библиографический список

1. Криминология: учебник для вузов / под общ. ред. А. И. Долговой. М., 2007.
2. Фалалеев М. Таких гостей нам не надо // Российская газета. 26.03.2014.
3. Егоров И. Останови и досмотри. Столичные стражи порядка отчитались о работе // Российская газета. 27.01.2014.
4. Иванцов Г.П. Путин потребовал от МВД активизировать борьбу с этнической преступностью // Российская газета 10.03.2013.

¹ Фалалеев М. Таких гостей нам не надо // Российская газета. 26.03.2014.

² Егоров И. Останови и досмотри. Столичные стражи порядка отчитались о работе // Российская газета. 27.01.2014.

³ Иванцов Г.П. Путин потребовал от МВД активизировать борьбу с этнической преступностью // Российская газета 10.03.2013.

УДК 327

Н. А. Гречихина

магистрантка юридического факультета ГУАП

П.П. Глущенко

(д-р юр. Наук, профессор) – научный руководитель

ПОЛНОМОЧИЯ И ПРЕДМЕТЫ ВЕДЕНИЯ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ.

Аннотация. Статья посвящена представлению содержания полномочий Президента России во внешней политике в современных условиях.

Ключевые слова: Конституция РФ, Президент России, внешняя политика, полномочия.

Президент нашей страны обладает широкими правами и полномочиями по направлению внешнего политического курса Российской Федерации. Деятельность Президента предопределяет развитие внешних связей и позицию России на международной арене. Задачи Президента Российской Федерации включают осуществление и руководство внешней политикой Российской Федерации, проведение переговорной деятельности по вопросам внешней политики. Подтверждением активного участия нашего Президента во внешней политической деятельности являются регулярные и взаимовыгодные встречи с главами ведущих иностранных государств мира [1, С.51] Кроме этого, Президент активно принимает личное участие в важнейших международных дипломатических форумах, совещаниях и переговорах, а также регулярно осуществляет телефонные консультации и обмены мнениями с ведущими зарубежными главами государств и политическими деятелями.

В большей степени поддержание и налаживание международных диалогов и руководство внешней политикой Президент осуществляет через Министерство иностранных дел России. Отметим, что Президент Российской Федерации и министр иностранных дел представляют наше государство по должности, т.е. без специальных полномочий (в соответствии с многолетней международной практикой) по всем вопросам внешних отношений.

Статья 86 Конституции Российской Федерации закрепляет полномочия Президента нашей страны в области внешней политики. Стратегический внешнеполитический курс и непосредственно руководство его выполнением разрабатывает и проводит Президент в сотрудничестве с парламентом [2]. В направлении внешнеполитического руководства страной Президент инструктирует Министра иностранных дел РФ по всем принципиальным вопросам. Непосредственно Президент устанавливает прямые контакты с главами иностранных государств, регулярно проводит телефонные консультации и переговоры с руководством сопредельных стран и других государств, также принимает личное участие в важнейших международных мероприятиях, совещаниях и т.д. Президент страны проводит переговоры и подписывает международные договоры Российской Федерации (Согласно п. «б» ст. 86 Конституции РФ). В международных договорах признаны эти права и полномочия главы государства. Кроме этого, согласно Венской конвенции «О праве международных договоров», глава государства в силу своих функций и без необходимости специального предъявления полномочий считается лицом, представляющим государство при совершении всех действий, относящихся к заключению договоров.

Нужно пояснить, что подписание Президентом международных договоров могут двояко толковаться с юридической точки зрения: В ряде случаев подписание международного договора выступает промежуточной стадией заключения документа, который требует последующего утверждения внутри страны, например, ратификации. Но в других случаях документ является окончательной формой заключения договора, тогда стороны отражают в нем пункт о вступлении соглашения в силу с момента подписания. Поэтому что Президент может подписывать и заключать только те договора, которые не требуют последующей ратификации или утверждения .

Президент подписывает ратификационные грамоты, фиксирующие процедуры ратификации международных договоров (Согласно п. «в» ст. 86 Конституции Российской Федерации). Подписание данной ратификационной грамоты Президентом означает документальное подтверждение факта выражения согласия на обязательность для Российской Федерации ратифицируемого международного договора. Последовательность ратификация международных договоров определяется законом «О международных договорах». [3] На начальном этапе ратификации Государственная дума принимает федеральный закон о ратификации, далее он рассматривается Советом Федерации и только после этого его подписывает Президент. И только после утверждения федерального закона, Президент подписывается ратификационную грамоту, которая скрепляется его печатью и подписью Министра иностранных дел. Отказом от заключения международного договора является не подписание Президентом ратификационной грамоты или федерального закона о ратификации, что не может считаться нарушением международных обязательств по существу.

Каждая ратификационная грамота состоит из трех частей:

Вступительная часть, где указывается орган, ратифицирующий международный договор (Федеральное Собрание Российской Федерации); далее – наименование ратифицируемого договора, обязательно место и дата его подписания. Основная часть, в которой приводится полный текст договора, так называемые оговорки к документу, также тексты всех дополнительных соглашений и приложений (они являются неотъемлемой частью договора). Заключительная часть, в которой формулируется торжественное заявление о точном и неуклонном соблюдении данного договора. Подписанные и заверенные ратификационные грамоты сдаются на хранение депозитарию многостороннего договора. Обязательной считается процедура обмена ратификационными грамотами после заключения двустороннего договора.

Президент лично принимает верительные и отзывные грамоты дипломатических представителей (согласно п. «г» Конституции РФ). Верительная грамота – документ, который выдается главам иностранных дипломатических представительств в ранге чрезвычайных и полномочных послов или посланников для удостоверения их представительского характера и аккредитования в стране их пребывания. Данная грамота подписывается и выдается лично главой направляющего государства, обязательно скрепление ее подписью министра иностранных дел. Грамота должна быть адресована главе Российской Федерации. В обязательном порядке должна быть указаны имя и фамилия дипломатического представителя, его дипломатический ранг, подтверждаются полномочия представлять интересы его государства в Российской Федерации; содержится просьба верить его словам и действиям. Дипломатический ранг определяется на основании соглашения между российским Министерством иностранных дел и дипломатическим ведомством иностранного государства.

С момента вручения верительной грамоты Президенту РФ дипломатический представитель считается приступившим к выполнению своей деятельности. В случае отзыва дипломатического представителя Президенту Российской Федерации направляется отзывная грамота главы государства. В отзывной грамоте отмечается факт отзыва дипломатического представителя, выражается мнение о важности миссии отзываемого служащего по содействию поддержания и развития отношений между Российской Федерацией и страной, которую он представлял. Президенту Российской Федерации отзывную грамоту вручает вновь назначенный дипломатический представитель одновременно с его верительной грамотой. Структура оформления отзывной грамоты аналогична форме верительной грамоты.

Отметим, что в полномочия Президента Российской Федерации также входят назначение и отзыв дипломатических представителей России в зарубежных государствах и международных организациях. Но каждое назначение осуществляется только после консультаций с соответствующими комитетами или комиссиями палат Федерального собрания.

Библиографический список

1. Дегтев Г.В. Становление и развитие института президентства в России: теоретико-правовые и конституционные основы. М., 2010.С.51.
2. Конституция Российской Федерации. М.:Норма, 2015.Ст.86.п.а.
3. Федеральный закон от 15.07.1995 N 101-ФЗ «О международных договорах Российской Федерации»//»Собрание законодательства РФ»(в ред. Федерального закона от 12.03.2014 N 29-ФЗ)

УДК 323

М. В. Леушева

магистрантка юридического факультета

П. П. Глущенко

(д-р юр. Наук, профессор) – научный руководитель

ПОЛНОМОЧИЯ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ВО ВНУТРЕННЕЙ ПОЛИТИКЕ

Аннотация. В статье представлены содержание и особенности осуществления полномочий Президента Российской Федерации во внутренней политике на современном этапе.

Ключевые слова: Конституция России, Президент Российской Федерации, полномочия, предметы ведения, внутренняя политика.

Конституционные полномочия Президента вытекают из его статуса как главы государства, которые обеспечивают согласованное функционирование и взаимодействие органов государственной власти по определению основных направлений внутренней политики государства. Правовые границы данной прерогативы главы государства обуславливаются тем, что все основные направления развития государственной политики страны должны соответствовать Конституции и федеральным законам. Данные полномочия касаются и затрагивают все стороны внутренней государственной деятельности. В общем, их можно объединить по следующим сферам полномочий, касающихся:

- 1) формирования федеральных органов государственной власти;
- 2) участия в законотворчестве;
- 3) функционирования исполнительных органов государственной власти;
- 4) обеспечения осуществления и реализации полномочий федеральной государственной власти на всей территории Российской Федерации;
- 5) иные сферы внутренней государственной деятельности.

Необходимо рассмотреть эти основные направления прав и полномочий Президента РФ. К наиболее важным полномочиям главы государства относится участие его в процессе формирования федеральных органов государственной власти. Кандидатуры на должность судей (Высший Арбитражный суд, Верховный суд, Конституционный суд), Генерального прокурора глава государства должен представить для назначения Совету Федерации. В итоге, Совет Федерации РФ назначает судей Высшего Арбитражного, Верховного Конституционного судов и Генерального прокурора (согласно ч. 1 ст. 128 Конституции Российской Федерации). Сам глава государства, согласно порядку, установленному федеральным законом, назначает судей других федеральных судов.

На Президента возложен и ряд полномочий, касающихся деятельности парламента (согласно ст. 84 Конституции РФ). Так, в соответствии со ст. 84 Конституции, глава государства назначает выборы в нижнюю палату, в том числе с учетом федерального закона; в случаях и порядке, предусмотренных Конституцией РФ, распускает Государственную думу. В полномочия Президента РФ входит подписание и обнародование федеральных законов страны, право отлагательного вето

(ст. ст. 107 Конституции РФ). Президент обладает правом законодательной инициативы, т.е. правом разрабатывать и вносить различные законопроекты в нижнюю палату Парламента. Кроме этого, обладает полномочиями подавать обращения с запросами в Конституционный суд РФ (согласно Конституции РФ и ст. 125 нормативных актов, о толковании Конституции). В права главы государства входит возможность внесения предложений о поправках и пересмотре отдельных положений Конституции РФ, включая и другие субъекты, выделенные в ст. 134 Конституции РФ.

За главой государства закреплён наибольший объём полномочий в сфере, связанной не только с формированием, но и с основной деятельностью органов исполнительной власти [1, С.94]. Председатель Правительства после своего назначения представляет Президенту предложения о структуре федеральных органов исполнительной власти, их перечне (ч. 1 ст. 112 Конституции РФ).

В соответствии с Конституцией, глава государства совместно с Правительством РФ должен обеспечивать создание условий для функционирования федеральной государственной власти страны (ч. 4 ст. 78 Конституции РФ). При реализации данных функций Президента важнейшее значение имеют такие органы, как действующий институт полномочных представителей Президента в федеральных округах и Государственный Совет РФ. Давая оценку полномочиям Президента страны по отношению к основным органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, следует отметить, что:

1. В полномочия Президент РФ входит использования согласительных процедур для предупреждения и разрешения значительных разногласий между органами государственной власти РФ и ее субъектов, включая органы государственной власти субъектов страны. Кроме этого глава государства обладает полномочиями передавать право решения разрешения спора на рассмотрение суда соответствующей инстанции в случае не достижения сторонами согласованного решения (ч. 1 ст. 85 Конституции РФ).

2. В случае противоречия принятых актов исполнительных органов власти субъектов страны положениям Конституции РФ и федеральным законам, а также нормам международных обязательств РФ, либо при нарушении прав и свобод человека и гражданина, глава государства обладает правом приостановить их действие до разрешения этого вопроса судом соответствующей инстанции (ч. 2 ст. 85 Конституции Российской Федерации).

3. Глава государства в рамках своих полномочий выносит предупреждение законодательным органам субъектов РФ в виде Указа по устранению выявленных судом нарушениях, в случаях, описанных и предусмотренных в рамках Федерального закона. В случае неисполнения решения суда в период 3 месяцев Президент направляет в нижнюю палату законопроект федерального закона о роспуске данного законодательного (представительного) органа субъекта страны.

4. В рамках случае утверждённых федеральным законом, Президент обладает правом отстранения от должностей высших должностных лиц – руководителей высших исполнительных органов государственной власти. Данная ситуация подразумевает отставку высшего исполнительного органа государственной власти, которую возглавляет указанное лицо. Отрешению данного лица предшествует предупреждение в виде решения суда о незаконности изданного органом государственной власти нормативного акта с последующем игнорированием исполнения решения суда в течение двух месяцев. В результате, Президент назначает временно исполняющего обязанности высшего должностного лица (руководителя высшего исполнительного органа) субъекта страны на интервал времени до вступления в должность вновь избранного.

Кроме этого, Президент РФ вправе вносить в Государственную думу проект федерального закона об отрешении главы муниципального образования от должности, а также, роспуске представительного органа местного самоуправления. Данное решение должно разрабатываться, если данные структуры субъекта РФ не принимают установленных федеральным законом мер в отношении лица, нарушившего своим актом федеральную конституцию или закон представительного органа муниципального образования и т.п.

Верховный Главнокомандующий Вооруженными Силами России – Президент РФ. Президент назначает и освобождает от должности высшее командование Вооруженных Сил, утверждает

военную доктрину страны; утверждает и присваивает высшие воинские звания; формирует и возглавляет Совет безопасности РФ, статус данного органа определяется Федеральным законом № 390 ФЗ от 28.12.2010 «О безопасности».

Отметим, что данный Совет безопасности России является конституционным органом. Задачей данного органа является подготовка решений Президента по вопросам обеспечения защищенности общества, жизненно важных интересов и условий проживания личности и государства от внутренних и внешних угроз, а также проведение единой государственной политики в области обеспечения безопасности.

Самостоятельным подразделением Администрации Президента является Аппарат Совета безопасности РФ. Данная структура имеет статус главного управления делами главы государства. Президент вправе вводить на территории страны или в отдельных ее местностях военное положение в случае агрессии против нашей страны или непосредственной угрозы агрессии. При этом должен незамедлительно сообщить об этом Совету Федерации и Государственной думе [2]. Президент уполномочен объявлять и о введении на территории России чрезвычайного положения с соблюдением условия незамедлительного уведомления об этом нижней и верхней палатам Парламента [3]. Все указы о введении чрезвычайного и военного положения должны быть утверждены Советом Федерации РФ. Отметим, что режим военного положения, обстоятельства и порядок введения чрезвычайного положения утверждены и определены федеральными конституционными законами. Так, 30 мая 2001 г. акт такого рода о чрезвычайном положении принят [4]. В данном документе конкретно определены цели введения чрезвычайного положения, суть и содержание указа Президента, особенности деятельности Федерального собрания Российской Федерации в этих условиях. Кроме того, определены срок действия чрезвычайного положения, меры и временные ограничения, принимаемые при этом, организация и содержание особого управления территориями, на которой введено чрезвычайное положение и др. В случае введения чрезвычайного положения необходимо уведомить и проинформировать Организацию Объединенных Наций, Совет Европы, а также сопредельные страны и государства.

Необходимо сказать, что Президент как глава государства наделен и другими полномочиями, вытекающими из его статуса. К данным полномочиям относятся такие, как награждение государственными наградами, присвоение почетных званий Российской Федерации и высших специальных званий, вопросы предоставления политического убежища и гражданства, осуществление решений помилования.

Отметим, что к государственным наградам относятся: звание Героя России, ордена, медали и знаки отличия России; почетные звания РФ. Президент по данному вопросу издает указы об учреждении государственных наград, о награждении ими; вручает награды; формирует Службу государственных наград Президента; образует Комиссию по государственным наградам. Государственных наград могут быть удостоены не только граждане Российской Федерации, но и иностранные граждане и лица без гражданства.

В Российской Федерации учреждены следующие государственные награды: звание Героя Российской Федерации; орден «За заслуги перед Отечеством»; орден Жукова; орден Мужества; орден «За военные заслуги»; орден Почета; орден Дружбы; медали – ордена «За заслуги перед Отечеством»; медали – ордена «За отвагу»; медали – ордена «Защитнику свободной России»; медали – ордена «За спасение погибавших»; медали – ордена Суворова; медали – ордена Ушакова; медали – ордена Нестерова; медали – ордена «За отличие в охране государственной границы»; медали – ордена «За отличие в охране общественного порядка»; медаль Жукова; знак отличия «За безупречную службу».

Президент наделен правом назначения и проведения Всероссийского референдума (п. «в» ст. 84 Конституции Российской Федерации). согласно п. «и» ст. 83 Конституции РФ глава государства для выполнения своих полномочий формирует Администрацию Президента Российской Федерации. Для обеспечения деятельности Президента Администрация создает все информацион-

ные, консультативно-правовые, организационные, материально-технические и другие условия, которые необходимы для осуществления полномочий главы государства, также связь Президента Российской Федерации с другими федеральными органами государственной власти и органами государственной власти субъектов Федерации.

Библиографический список

1. История становления и современное состояние исполнительной власти в России. М., 2003. С. 94.
2. Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ «О военном положении» (одобрен СФ ФС РФ 16.01.2002) // Собрание законодательства РФ. 04.02.2002. № 5. Ст. 375.
3. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ «О чрезвычайном положении» (ред. от 07.03.2005) // Собрание законодательства РФ, 04.06.2001. № 23. Ст. 2277.
4. *Абдрашитов В.М., Джамбалаев Я.Р., Епифанов А.Е.* Комментарий к Федеральному Конституционному Закону от 30 мая 2001 г. N 3-ФКЗ «О чрезвычайном положении».

УДК 3.07

А. А. Тимофеева

студентка кафедры правоведения таможенного дела

И.В. Тимофеева

(канд. юр. наук, доцент) – научный руководитель

АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЙ СТАТУС ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ

Аннотация. В статье исследуются особенности административно-правового статуса государственных гражданских служащих таможенных органов в Российской Федерации

Ключевые слова: административно-правовой статус, государственная гражданская служба, таможенные органы

Таможенные органы в механизме современного Российского государства занимают специфическое место в силу возложенных на них функций по выработке государственной политики, нормативному правовому регулированию, контролю (в том числе валютному) и надзору в области таможенного дела, борьбы с контрабандой и иными преступлениями и правонарушениями. Для решения названных задач законодатель наделяет их особыми государственно-властными полномочиями, подкрепленными необходимыми средствами и методами принуждения, в связи с чем государственная служба в таможенных органах имеет особый характер.

Государственный служащий таможенных органов имеет специфическое правовое положение (правовой статус). Для него определены особые условия поступления на государственную службу, прохождения и прекращения службы. Государственный служащий таможенных органов реализует предоставленные ему полномочия и функции как внутри государственной администрации, так и по отношению ко внешним субъектам права (гражданам, другим организациям и т.д.). Став государственным служащим таможенных органов, гражданин входит в сложный организм, который можно представить в виде конструкции, состоящей из четырех элементов: 1) занимаемая государственная должность; 2) наличие конкретного квалифицированного разряда; 3) вхождение в установленный штат государственных служащих; 4) особое место, определяемое конкретными должностными обязанностями и устанавливающее наименование этого государственного служащего – руководитель, должностное лицо, представитель власти и т.д.

Правовой статус государственных служащих таможенных органов базируется на основополагающих положениях, закрепленных во Всеобщей декларации прав человека, Резолюции 34/169 Генеральной Ассамблеи ООН (в которой содержится Кодекс поведения должностных лиц по поддержанию правопорядка) [1], в Конституции Российской Федерации [2], федеральных законах, указах Президента Российской Федерации, постановлениях Правительства Российской Федерации, ведомственных нормативных актах.

Административно-правовой статус государственных служащих таможенных органов представляет собой установленное и гарантированное государством особое положение государственного служащего, исполняющего свои полномочия по определенной должности государственной службы. Согласно действующему законодательству, должностными лицами таможенных органов Российской Федерации являются граждане, занимающие должности в указанных органах, которым в установленном порядке присвоены специальные звания (сотрудники таможенных органов) или классные чины [3].

В системе государственной службы таможенных органов Российской Федерации складываются разные правовые статусы государственных служащих: общий, особенный, специальный и индивидуальный.

Общий правовой статус установлен Конституцией России, федеральными законами. Особенный правовой статус отражает специфику его служебной деятельности в отдельных видах государственной службы. Специальный правовой статус определяется правовым положением таможенного органа, его специализацией. Специальный правовой статус носит профессиональный характер. Специальный правовой статус – это статус, специально предоставленный государственному служащему таможенных органов для выполнения задач и функций, возложенных на таможенный орган. Индивидуальный правовой статус определяется должностной инструкцией по занимаемой должности государственной службы. Данный правовой статус включает в себя нормы общего, особенного и специального правового статусов государственного служащего таможенных органов.

Гражданские служащие составляют большую часть персонала таможенных органов. В соответствии со статьей 73 Федерального закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации» [4] на государственных гражданских служащих распространяется действие трудового законодательства в части, не урегулированной указанным законом. Таким образом, правовой статус гражданских служащих имеет отличительные особенности, которые оказывают влияние на их служебную деятельность. Они обусловлены особенностями трудовой деятельности. Их административно-правовой статус отличается, с одной стороны, от статуса сотрудников и, с другой – от работников, статус которых полностью определяется трудовым законодательством [5].

На государственных гражданских служащих таможенных органов не распространяются все специальные нормативно-правовые акты, регламентирующие служебные отношения сотрудников таможенных органов, включая Федеральный закон «О службе в таможенных органах Российской Федерации» и дисциплинарный устав таможенной службы Российской Федерации, а также законодательство о государственной правоохранительной службе Российской Федерации.

Основными нормативно-правовыми актами, закрепляющими административно-правовой статус государственных гражданских служащих таможенных органов и порядок прохождения ими службы, являются Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации», а также Приказ ФТС Российской Федерации «Об утверждении служебного распорядка ФТС России» [6].

Раскрывая содержание особенностей административно-правового статуса государственных гражданских служащих, необходимо указать, что в отличие от сотрудников таможенных органов они: 1) не имеют специальных званий таможенной службы, права на ношение форменной одежды, знаков различия таможенной службы, права на ношение и хранение огнестрельного ору-

жия и специальных средств, служебных удостоверений (сотрудников) и жетонов с личными номерами; 2) не выполняют функции, связанные с оперативно-розыскной деятельностью; 3) не принимают присягу сотрудников таможенной службы; 4) не проходят военно-врачебную экспертизу, государственную дактилоскопическую регистрацию и т.д. [5].

Таким образом, государственный гражданский служащий таможенных органов – гражданин Российской Федерации, взявший на себя обязательства по прохождению гражданской службы в системе таможенных органов Российской Федерации. Он осуществляет профессиональную служебную деятельность на должности гражданской службы в соответствии с актом о назначении на должность, служебным контрактом, за что получает денежное содержание из средств федерального бюджета.

Библиографический список

1. Всеобщая декларация прав человека, принятая 10.12.1948 г. // Российская газета. 1995. 5 апреля.
2. Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. (в ред. от 30.12.2008 г.) // Российская газета. 2009. 21 января.
3. Федеральный закон «О службе в таможенных органах Российской Федерации» от 21.07.1997 г. (в ред. от 22.12.2014 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1997. № 30. Ст. 3586; 2014. № 52 (часть I). Ст. 7542.
4. Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 г. (в ред. от 30.12.2015) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2004. № 31. Ст. 3215; 2016. № 1 (часть I). Ст. 38.
5. Ноздрачев А.Ф. Таможенная служба // Законодательство и экономика. 2006. № 7. С. 40-52.
6. Приказ ФТС Российской Федерации от 18.09.2006 г. (в ред. от 23.03.2010 г.) «Об утверждении служебного распорядка ФТС России» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. N 47. 2006; Российская газета. 2010. 4 мая.

УДК 623.74.094

В. А. Афанасьев

студент факультета среднего профессионального образования

С. Л. Поляков

научный руководитель

ИССЛЕДОВАНИЕ ТИПОВ ВООРУЖЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ВОЕННЫХ ИСТРЕБИТЕЛЕЙ

Истребитель является основной боевой единицей авиации. Несмотря на то, что изначально истребители были предназначены для ведения воздушного боя, сейчас они способны успешно выполнять задачи штурмовика, бомбардировщика и даже разведчика [1]. Однако прогресс не стоит на месте. Появляются новые самолеты, новое оружие и системы наведения. Встает вопрос: а как и чем надо вооружить истребитель, чтобы он мог эффективно вести воздушный бой и при этом успешно оказывать поддержку наземным войскам?

Так как истребитель по большей части предназначен для ведения воздушного боя, то основным оружием для него будет пушка и управляемые ракеты класса «воздух–воздух». Но также истребители могут вооружаться управляемыми ракетами класса воздух–земля, управляемыми бомбами и неуправляемыми авиационными ракетами.

Пушка – основное оружие истребителя. Это легкое, небольшого калибра, компактное и скорострельное орудие, которое устанавливается неподвижно в носовой части, фюзеляже или крыле самолета. Пушка способна стрелять как бронебойными снарядами, так и осколочно-фугасными, что делает её универсальным оружием. Из достоинств можно отметить простоту конструкции, невысокую массу и приемлемую огневую мощь. Однако ее жесткая установка очень сильно затрудняет прицеливание. А в условиях быстрого боя еще и увеличивается разброс, так как для точной стрельбы необходимо снизить скорость и стабилизировать самолет.

Управляемые ракеты класса «воздух–воздух»- вытянутые снаряды цилиндрической формы, снабжены реактивным двигателем и системой наведения. Это самое точное и достаточно мощное оружие истребителя. Оснащены инфракрасной системой или радиолокационной головкой самонаведения (ГСН). Преимущества: невероятно высокая скорость полета (больше 2.5 М) и высокая точность. Недостатки: высокая стоимость каждой ракеты, высокая чувствительность к системам противоракетной защиты, малый коэффициент наполнения (отношения массы взрывчатого вещества к общей массе снаряда) и высокая заметность в инфракрасном диапазоне, т. е. ракета может быть уничтожена другой ракетой [2].

Бомбы – авиационные снаряды, которые используют силу тяжести для достижения цели. Сегодняшние образцы бомб оснащены лазерным или GPS-наведением, из чего следует, что бомбы – высокоточное оружие. Преимущества бомб в том, что они даже в случае обнаружения различными системами защиты и уничтожения все равно представляют большую опасность [3]. Главным недостатком бомбы является то, что для сброса нужно высоко подниматься, где самолет рискует быть обнаруженным. И если истребители 5-го поколения могут не бояться обнаружения благодаря технологиям маскировки, то самолетам 4-го поколения они могут причинить существенный урон.

Ракеты класса «воздух–земля» вполне заменимы бомбами, тем более они проигрывают по количеству взрывчатого вещества, легко уничтожаются системами активной защиты и малоэффективны против зданий, пехоты или бункеров. Бомбы же практически невидимы в инфракрасном диапазоне из-за отсутствия двигателя и, соответственно, не могут быть уничтожены ракетами с

инфракрасными головками самонаведения (ГСН). Недостатков всего у данного вида оружия лишь два: это малая скорость полета и необходимость подниматься на большую высоту для сброса, где истребитель может быть обнаружен системами ПВО. Но сегодняшние наработки по маскировке самолетов во всех диапазонах с легкостью нивелируют этот недостаток.

Неуправляемые авиационные ракеты (НАР) эффективны только против пехоты и различных сооружений, также они имеют большой разброс. НАРы более целесообразно применять на вертолетах.

На основе проведенного анализа было составлено несколько вариантов комплекта вооружения:

1. Наступательный комплект. Предназначен для уничтожения противника, закрепившегося на территории. Включает в себя:

- одноствольную пушку калибром 30–40 мм и скорострельностью не менее 1500 выстрелов в минуту;

- 2 бомбы крупного калибра (1500 кг) или 4 фугасные бомбы;

- 4 ракеты класса воздух–воздух.

Данный комплект позволит эффективно уничтожить важные сооружения и постройки или крупные скопления сил противника, а ракеты помогут в воздушном поединке.

2. Оборонительный комплект. Предназначен для обороны и сдерживания атак противника. Включает в себя:

- многоствольную пушку калибром 25-35 мм;

- 2 бомбы калибром 500 кг;

- 6 ракет воздух–воздух или 4 ракеты воздух-воздух и 2 ракеты воздух-земля.

Многоствольная пушка позволит быстро срезать волны атак противника, а бомбы – бороться с большими скоплениями живой силы или танками противника. Ракеты класса «воздух–земля» позволят бороться с САУ противника, а ракеты класса «воздух–воздух» – с бомбардировщиками и истребителями противника.

3. Универсальный комплект включает в себя:

- двухствольную пушку калибром 30-40 мм;

- одну бомбу большого калибра и две малокалиберные бомбы;

- 4 ракеты «воздух–воздух».

Такой комплект наиболее эффективен для выполнения тактических операции или небольших стычек с силами врага. Большой калибр пушки быстро уничтожит вражескую пехоту и самолеты, бомбы помогут расправиться с крепкими противниками, а ракеты помогут в случае нападения истребителей.

Но эффективность оружия зависит не только от калибра, скорострельности, массы и других параметров, но и варианта установки. Зачастую именно правильно выбранное место и вариант крепления составляют львиную долю потенциала оружия.

Авиапушки лучше устанавливать на боках фюзеляжа. Причем устанавливаться пушка должна подвижно, чтобы у нее был небольшой сектор обстрела, в котором можно будет вести огонь без изменения положения самолета. Размещение именно в боковой части сделает удобным стрельбу как на виражах, так и по наземным целям за счет неплохих углов вертикальной наводки, которые дает подвижное крепление. А небольшой угол горизонтальной наводки дополнительно увеличит удобство стрельбы.

Что касается подвешеного вооружения (бомбы и ракеты), то его следует устанавливать только внутри фюзеляжа самолета. Во-первых, улучшается аэродинамика. Во-вторых, снижается заметность. В-третьих, смещение центра массы к центроплану увеличит верткость самолета.

Кроме традиционных видов вооружения интересными представляются современные исследования в области перспективного вооружения, такие как рельсовые пушки или рельсотроны, и ЭМИ-генераторы.

Рельсотроны – один из вариантов электромагнитного оружия. Здесь снаряд разгоняется не за счет взрывчатки, а за счет электромагнитного импульса [4]. Благодаря этому исчезает ограничение по скорости полета снаряда. Последние испытания показали, что снаряд способен развивать скорость более 6250 м/с, что почти в 18 раз больше скорости звука.

ЭМИ-генератор – электромагнитное оружие нелетального действия. При применении генератор создает импульсы, способные отключить все электроприборы в достаточно большом радиусе. В авиации это оружие будет очень эффективно, так как современные самолеты оснащаются самой разнообразной электроникой.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что необходимо не только совершенствовать уже существующее оружие, но выбирать и располагать его на самолете с максимальным эффектом от его применения.

Библиографический список

1. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/672021>
2. <http://www.airwar.ru/awapon.html>
3. <http://www.soldiering.ru/avia/arsenal/bomb/bombs.php>
4. <http://svpressa.ru/society/article/40331/>

УДК 659.1.01

Д.А. Кураксина

студентка факультета среднего профессионального образования

Л. В. Рудакова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

По мнению одного из ведущих современных рекламистов Ж. Сегела, на пороге третьего тысячелетия общество потребления, характеризующее нынешний век, превращается в общество пользователей информации. Именно информация станет своеобразной валютой будущего мира, в котором коммуникациям предстоит занять особое место. В связи с этим произошли определенные изменения и в рекламе. Рекламистам, психологам и маркетологам приходится делать поправки на новую культуру потребления, которая, прочно обосновалась в Америке и странах Европы. Требования, предъявляемые сегодня к рекламным стратегиям и продуктам, существенно возросли. Коммерческий рынок стал более изощренным и конкурентоспособным. Он играет по жестким правилам и использует новые инструменты рекламных продвижений и маркетинговых коммуникаций. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

1. Рекламная технология Продакт Плейсмент. Понятие «Продакт Плейсмент» трактуется как внедрение рекламируемого продукта в сюжетную линию или аудио видео ряд художественного произведения. Она может быть использована в кинофильмах, телевизионных или радио-программах, в компьютерных играх и других сетевых ресурсах, в музыкальных клипах и прочих сферах индустрии развлечений. В настоящее время эта рекламная технология актуальна сразу по нескольким причинам: она дает возможность расставлять «рекламные ловушки» в различных сферах жизни так, чтобы избежать их было невозможно; является альтернативным источником финансирования; добавляет аудиовизуальному продукту или программе достоверности и значимости. Интеграция рекламируемого продукта в телерадиопрограмму происходит преимущественно тремя способами: визуальным, вербальным и кинестетическим. Реклама, внедренная в

аудиовизуальное произведение посредством рассматриваемой технологии, пробуждает энергию, которая в человеческом сознании создает определенные образы и задействует так называемые механизмы «бессознательного программирования». Именно они побуждают потребителя к нужным стремлениям и действиям. Перспективные возможности рассматриваемой технологии в том и заключаются, что ее применение устраняет барьер между рекламодателем и рекламистом, с одной стороны, и потребителем рекламы и товара – с другой, что позволяет добиваться значительных психологических и экономических эффектов.

2. Рекламная технология SmartScreen. Наружная реклама в последнее время приобретает все больше и больше интерактивности. Недавно в США появились рекламные щиты SmartScreen. На первый взгляд, может показаться, что они ничем не отличаются от обычных, но это обманчивое впечатление. Все дело в том, что SmartScreen вносят в реальный мир идеологию Интернет-рекламы. Они точно позволяют подсчитать количество людей, заинтересовавшихся рекламой. Все дело в том, что щиты SmartScreen снабжаются специальными веб-камерами, которые отслеживают реакцию прохожих. Они и способны определить, смотрит ли человек на рекламу. При помощи такого подхода можно изменить всю суть наружной рекламы, а рекламодателям придется платить не за какие-то мифические контакты, а за точные цифры. Данной рекламной технологией уже воспользовались Cadbury, McDonald's, Northland Professional и др [1].

3. Рекламная японская технология Free Format Projection. Данная технология создает ощущение присутствия персонажей или объектов в натуральную величину за счет особой обработки изображения, которое впоследствии проецируется на поверхность. Здесь фантазия безгранична: виртуальная девушка, примеряющая наряды прямо в витрине магазина, огромная бутылка, танцующая у входа в развлекательный центр, или консервная банка, прогуливающаяся между рядами в супермаркете. Подобное зрелище надолго останется в памяти потребителя, а значит, рекламируемый товар или услугу ждет гарантированный успех. На сегодняшний день такой технологией воспользовались производители компьютерной и бытовой техники, элитной одежды, в основном, в Японии, США, Китае.

Анализируя вышеизложенный материал можно сказать, что зарубежные рекламные технологии в скором времени будут занимать особую роль в развитии современного общества. И если действующие сейчас бренды и компании хотят остаться на рынке им следует обратить своё внимание на них. В настоящее время рынок стабилизировался, и рекламная отрасль плавно, шаг за шагом, начинает подниматься после кризиса. В связи с этим, именно сейчас от того, как рекламируются товары, будет зависеть отклик населения и желание совершать покупки. А для развития рекламной отрасли необходимо, чтобы рекламные продукты были более профессиональными, а реклама – творчески разнообразной.

Библиографический список

1. Как креативно использовать новейшие рекламные технологии: <http://adindustry.ru/doc/1015>

УДК 629.7.018.4

М.А. Лукьянова

студентка факультета среднего профессионального образования

Е.Н. Кибешева

научный руководитель

РАЗРАБОТКА ВИБРОСТЕНДА ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ ВЛИЯНИЯ ВИБРАЦИИ НА АВИАЦИОННЫЕ ПРИБОРЫ

В настоящее время одним из основных направлений подготовки специалистов в области проектирования авиационных приборов и комплексов являются испытания и контроль функционирования различного рода приборов и систем, устанавливаемых на борту летательного аппарата.

Испытания авиационных приборов и устройств необходимы для проверки работоспособности и выявления отклонений и погрешностей в их показаниях. Жесткие требования, предъявляемые к качеству и безопасности работы как отдельных, так и всех систем в целом, обуславливают необходимость проведения самых тщательных и полных испытаний приборов в условиях, максимально приближенных к условиям эксплуатации [1].

Применяемые методы испытаний можно разделить на две группы:

1. Физические испытания реальных приборов или их макетов.

Данные испытания осуществляются в эксплуатационных и лабораторных условиях. Они проводятся как при воздействии внешних факторов, создаваемых искусственным путем с применением специальных испытательных стендов и специального испытательного оборудования, так и при воздействии естественных факторов.

2. Испытания, осуществляемые моделированием.

Эти испытания осуществляются методами физического и математического моделирования, что позволяет отказаться от ряда сложных физических испытаний образцов реальных изделий [2].

Кроме этого, все испытания можно разделить на механические, электрические и климатические. После проведения всех видов испытаний прибор должен сохранять выходные параметры на требуемом уровне.

Большинство авиационных приборов в процессе эксплуатации и при транспортировке подвергается различным механическим воздействиям. Результатом такого воздействия является возникновение вредного колебательного процесса, получившего название вибрации.

Источниками возмущающих сил на самолете, а, следовательно, и вынужденных колебаний, являются газовые турбины, поршневые моторы, электромоторы, генераторы и другие вращающиеся агрегаты. Частота вибраций может меняться в широких пределах, так как в основном она зависит от числа оборотов вала двигателя, которое может быть различным.

К механическим испытаниям относится проверка работы прибора в условиях воздействия на него механических факторов, создаваемых в реальной обстановке или с помощью специальных испытательных устройств.

Кроме этого, результаты испытаний авиационных приборов на воздействие вибраций и ударов являются необходимыми для решения вопросов установки их на воздушное судно конкретного типа [3].

Существуют разные типы вибрационных стендов:

1. Механические вибрационные машины.

Это достаточно недорогое оборудование, позволяющие проводить основные испытания на вибрации. Подобное оборудование спроектировано для заказчиков, имеющих потребность в проведении испытания работоспособности.

2. Серво-гидравлические установки.

Они позволяют расширить границы вибрационных испытаний и вывести их за пределы стандартного вибрационного воздействия. Каждый стенд способен воспроизвести случайную вибрацию, которая соответствует реальному процессу эксплуатации прибора [4].

В основном все испытательные стенды имеют типовую конструкцию, базовыми элементами которой являются:

- 1) стол или платформа, на которой устанавливается испытуемый прибор;
- 2) жесткая станина;
- 3) приспособление для крепления прибора к столу;
- 4) вибрационный мотор, который создает нужную величину вибраций;
- 5) датчики для снятия показаний;
- 6) усилитель мощности для усиления исследуемого сигнала;
- 7) контроллер, с помощью которого измеряемая величина преобразуется в машинный код;
- 8) дисплей для отображения полученных измерений, роль которого может выполнять персональный компьютер;
- 9) приборная панель, с помощью которой осуществляется управление скоростью вращения вибрационного мотора.

Некоторые установки могут иметь обратную связь для контроля параметров вибрации от датчиков, установленных на столе. Оператор задает профиль испытаний, и контроллер системы управления вибростендами обеспечивает воспроизведение вибростендом заданного профиля в автоматическом режиме.

Постоянно растущие требования к функционированию авиационных приборов в различных условиях вызывают необходимость совершенствования и разработки новых испытательных стендов. Для работы с такими стендами требуются квалифицированные специалисты, способные выполнять регулировку и эксплуатацию подобных специфических стендов.

В связи с этим необходимо, чтобы в образовательных учреждениях, занимающихся подготовкой специалистов в авиационной сфере, существовала возможность применения испытательных стендов для получения обучающимися практических навыков для подготовки к профессиональной деятельности в качестве техников по производству, настройке и испытанию авиационных приборов на промышленных предприятиях, в научно-исследовательских и конструкторских организациях.

Из-за невозможности применения сложного испытательного оборудования в учебном процессе возникает необходимость разработки подобных стендов, адаптированных для использования в учебных учреждениях СПО. Такой стенд был спроектирован и изготовлен на факультете СПО «Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения» для испытания на нем авиационных приборов в условиях вибрации (рис.).

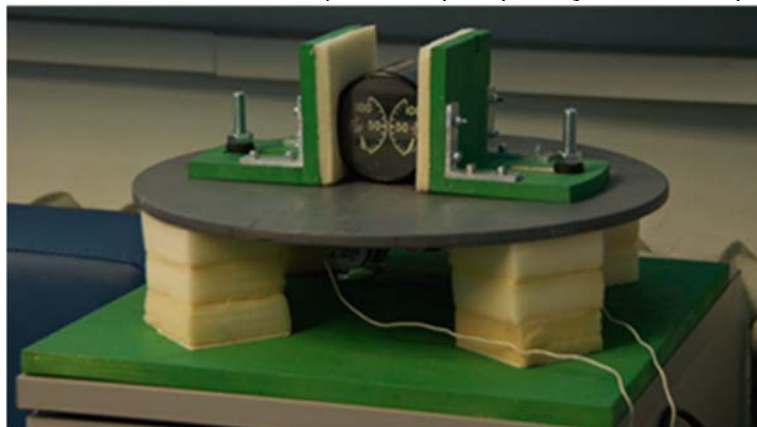


Рис. Вибростенд, спроектированный на базе ФСПО ГУАП

Вибростенд имеет простую конструкцию. На основании стенда в качестве демпферов закреплены четыре эластичных опоры, на которых установлен базовый элемент – стол. На стол крепится испытуемый прибор при помощи подвижных зажимов. Зажимы позволяют фиксировать приборы разного размера и предотвращают их от смещения во время испытаний. На внутренней стороне зажимов имеется прокладка, защищающая прибор от повреждений.

В качестве вибратора используются 2 коллекторных электродвигателя, на вал которых одеты эксцентрики. Эксцентрики необходимы для создания смещения вращения вала электродвигателя, что обеспечивает возникновение вибрации. Сами двигатели закреплены хомутами на специальных площадках.

На данный момент, испытания на стенде могут проводиться только при воздействии случайной вибрации.

Для получения синусоидальной вибрации, т.е. вибрации, изменяющейся по определенному закону, необходимо синхронизировать работу электродвигателей. Это поможет производить исследования по воздействию вибрации в трех взаимно перпендикулярных направлениях по отношению к испытуемому прибору.

Вибрация синусоидальной формы характеризуется основными параметрами:

- s – амплитуда смещения, мм;
- Jg – амплитуда ускорения в единицах g ;
- ν – частота вибрации, с или Гц;
- n – частота вибрации, мин.

Проблему синхронизации двигателей можно решить следующими способами:

1. Установка зубчатого колеса на вал каждого из двигателей и воспроизведения их зацепления.

2. Применение энкодера (датчика угла поворота).

3. Использование одного более мощного вибромотора вместо двух.

Для создания разных величин вибрации необходимо менять число оборотов электродвигателей, а следовательно, и частоту колебаний рабочего стола вибростенда. Для этого используется источник питания, позволяющий регулировать подаваемое напряжение, значения которого отображаются на дисплее [5].

Контроль параметров вибрации рабочего стола стенда осуществляется при помощи акселерометра от Arduino. Акселерометр позволяет измерить ускорение относительно собственных осей X, Y и Z. Модуль изготовлен на основе чипа LIS331DLH от STMicroelectronics. Снятие показаний происходит с помощью платформы Arduino Uno. Это небольшая плата с собственным процессором и памятью. Для программирования используется упрощенная версия C++, известная так же как Wiring.

При проектировании стенда учитывались следующие эксплуатационные параметры: максимально допустимый вес испытуемых приборов; испытательный диапазон частот вибрации; испытательный диапазон предельных значений амплитуд вибрационных ускорений или соответствующих амплитуд смещений рабочего стола при его максимальном нагружении.

Помимо этого вибростенд характеризуют следующие данные: рабочая площадь стола; параметры привода (мощность, вид электроэнергии, число оборотов электродвигателя); вес и габариты стенда.

В дальнейшем будут рассмотрены вопросы по совершенствованию конструкции вибростенда и расширению его функциональных возможностей, а именно:

- разработка редуктора для получения синусоидальной вибрации;
- замена системы амортизации;
- применение различных датчиков для снятия показаний нагрузок на испытываемый объект;
- установка систем крепления вибростенда к поверхностям для большей устойчивости;
- установка более мощных двигателей.

Но уже на данный момент спроектированный вибростенд способен заменить сложное испытательное оборудование в учебном процессе, поэтому его планируется применять на факультете среднего профессионального образования ГУАП при проведении лабораторных работ по МДК.03.01 «Авиационные приборы и системы» специальности 12.02.01 «Авиационные приборы и комплексы».

Библиографический список

1. Авиационный регистр межгосударственного авиационного комитета. Квалификационные требования КТ-160D. Условия эксплуатации и окружающей среды для бортового авиационного оборудования (Внешние воздействующие факторы – ВВФ) Требования, нормы и методы испытаний. Армак, 2004. 327 с.
2. Пашков, В. П. Методы и устройства для испытаний изделий аэрокосмической техники: учеб. пособие. СПб.: ГУАП, 2012. 131 с.
3. Антипов Е. Ф., Асс Б.А., Жукова Н.М., Антипов Е.Ф. Детали и узлы авиационных приборов и их расчет / М.: Эколит, 2011. 402 с.
4. Буловский П.И., Идельсон Э.М. Испытание авиационных приборов. М.: Машиностроение, 1966. 351 с.
5. Регулятор оборотов электродвигателя 220 В. Схема и описание, URL: <http://www.joyta.ru>.

УДК 004

О.И. Лысенко

студент факультета среднего профессионального образования

У.С. Опалева

(преподаватель) – научный руководитель

РАЗРАБОТКА ПРИЛОЖЕНИЙ ПОД ANDROID

Выполнена разработка пользовательского приложения под операционную систему Android.

Ежегодно количество людей, использующих смартфоны и планшеты для работы, покупок и развлечения растет в геометрической прогрессии. Все чаще люди начинают пользоваться мобильными сервисами при помощи устройства, которое всегда под рукой, в отличие от стационарного компьютера и даже ноутбука.

Одной из главных и популярных операционных систем является ОС Android. Широкая линейка продукции от мировых брендов Samsung, Acer, HTC способствует распространению смартфонов на базе Android среди всех слоев населения – от студентов до руководителей.

Программирование под Android, благодаря гибкости этой платформы, позволяет создавать полезные и запоминающиеся мобильные приложения практически под любые нужды. Разработка приложений под Android открывает широкие перспективы для продвижения услуг среди огромной аудитории пользователей, ежедневно закупающих в свои устройства новинки на GooglePlay.

Каждое приложение, добавляемое в GooglePlay, имеет расширение *.apk, включает материалы с исходным кодом на основном языке разработки под Android – Java, ресурсы приложения (медиафайлы), а также остальные файлы, необходимые для работы и сборки самого приложения, одними из них являются файлы системы автоматической сборки Gradle.

Сам *.аркфайл создается в среде разработки. Примерами сред могут служить Eclipse и AndroidStudio, которая основана на IntelliJ IDEA и в настоящее время популярна среди разработчиков. AndroidStudio содержит различные модули для работы с исходным кодом программы, позволяет

отлаживать приложения при их работе, выводить сообщения об ошибках, делать макеты для приложений на языке разметки XMLи производить сборку самих приложений.

Открытые для свободного доступа руководства для разработчиков для Androidот Googleпозволяют находить информацию по различным вопросам. Данные библиотеки можно просмотреть на сайте <http://developer.android.com/>.

Для работы сложных приложений Androidпредусматривает наличие библиотек, позволяющих работать с 2D- и 3D-графикой (SLD – SimpleDirectMediaLayerи OpenGL), с мультимедиа(MediaFramework), с базой данных (SQLite).

Представленные выше библиотеки используются для приложений различных видов: приложений переднего плана, которые работают только тогда, когда видны на экране, приложений смешанных, которые могут работать не только, когда видны на экране, но и в фоновом режиме, что и отличает их от еще одного вида приложений – фоновых, работающих только в скрытом состоянии. Помимо этих трех видов приложений существует и четвертый вид – виджеты. Виджеты отображаются на рабочем столе устройства и графическипредставляют различную информацию, такую как погода, время, состояние заряда батареи.

В рамках работы над проектом в среде разработки AndroidStudioбыло создано интерактивное приложение «Угадай число!».

Приложение не предполагает наличие фоновых процессов. Его работа состоит в рандомной генерациицелого числа в промежутке от [0,100) и последующего сравнения этого число с числом, введенным пользователем, а также вывода результата сравнения.

Алгоритм работы основывается на двух основных методах: onCreate() и onClick(), представленных на рис. 1-2. Первый из них выполняет запуск приложения, второй – ввод и проверку значения пользователя. Метод onClick() выполняется многократно, при каждом нажатии кнопки «Ввести значения».

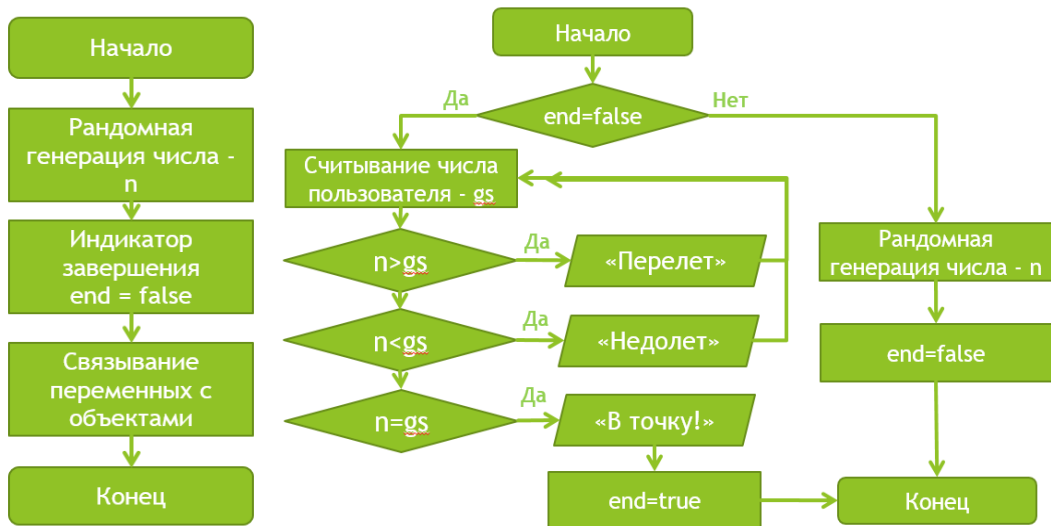


Рис. 1-2. Алгоритмы работы методов onCreate() и onClick()

Для запуска приложения в интерактивном режиме разработан авторский вариант иконки.

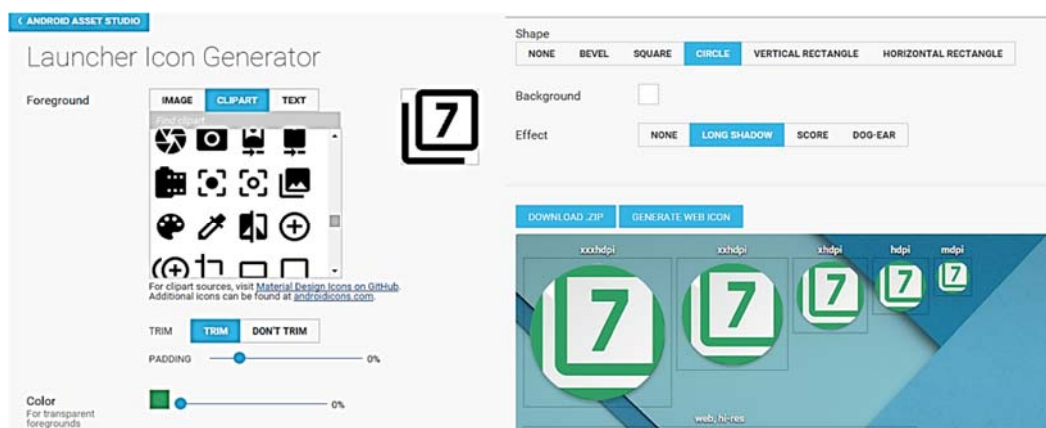


Рис. 3-4. Создание иконки средствами LauncherIconGenerator

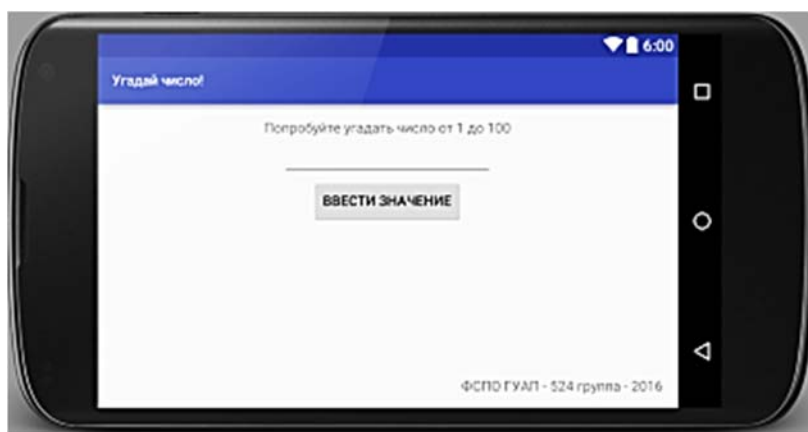


Рис. 5. Интерфейс приложения «Угадай число!»

Разметка интерфейса выполнена на языкеXML. Строковые ресурсы вынесены в файл. Внешний вид разработанного приложения пользователя отображён на рис. 5.

Разработка мобильных приложений сегодня – это уже не будущее, а настоящее.И с каждым днем мы видим в GooglePlayпоявление новых приложений, которые вскоре найдут своих пользователей.

УДК 659.1.01

Е.А. Макарова

студентка факультета среднего профессионального образования

Л. В. Рудакова

(канд. экон. наук, доцент) – научный руководитель

АНАЛИЗ ИННОВАЦИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ РЕКЛАМЫ

Основоположником учения об инновациях считается австрийский экономист Й. Шумпетер, его подход к определению инноваций считается классическим. По мнению Й. Шумпетера, инновации – это технологически новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности; это результат инвестирования в разработку и получение нового знания, ранее не применявшейся идеи по обновлению сфер жизни людей[1].

Инновация – это развивающийся комплексный процесс создания, распространения и использования новой идеи, которая способствует повышению эффективности работы предприятия. При этом инновация – это не просто объект, внедренный в производство, а объект, успешно внедренный и приносящий прибыль в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога[2].

Другими словами, инновация – это новый, нестандартный, оригинальный подход или способ решения существующей проблемы, который при наименьших усилиях и материальных затратах позволяет достичь полезных конечных результатов. Это применение знаний, результат прогресса как технического, так и информационного, социального, нравственного, личного. Ролью рекламных инноваций является повышение конкурентоспособности и креативное повышение спроса и интереса к компании, бренду, товару. В настоящее время инновационные технологии активно внедряются в рекламный инструментарий. Инновации используются в различных областях рекламы, как в ее традиционных форматах, так и в нестандартных рекламных коммуникациях. Рассмотрим некоторые виды инновационных рекламных технологий, которые используются на российском рынке рекламы.

1. InDoor TV –(внутреннее телевидение) относится к достаточно широкому сегменту InDoor рекламы и использует в основе носителей рекламной информации дисплеи различных типов и форматов – от мониторов с электронно-лучевой трубкой до плазменных телевизионных панелей. По своей сути, InDoor TV – это рекламно-информационный носитель, используемый для трансляции развлекательного, информационного материала и рекламы на плазменных панелях и мониторах в местах скопления людей. Источником сигнала служит персональный компьютер. Трансляция и управление осуществляются с помощью специализированного программного обеспечения. На рекламном рынке России технология InDoor является относительно молодой технологией размещения рекламного материала. Однако уже сегодня можно утверждать, что этот способ рекламирования имеет серьезные шансы развития благодаря своим особым специфическим преимуществам. Подтверждением тому можно считать бурный рост компаний, предоставляющих услуги InDoor-рекламирования и охотное сотрудничество рекламодателей в этой сфере. Особого внимания заслуживает использование в качестве носителей рекламы различных видеопанелей, так называемых InDoor TV. Первооткрывателем InDoor TV в России стал один из крупных сетевых ритейлеров того времени «Рамстор», установив в 2001 г. систему с 96 экранами в своем гипермаркете. В последние годы эффективность рекламы с помощью технологии InDoor увеличивается на сотни процентов ежегодно, опережая по этому показателю все традиционные методы рекламирования.

2. X3D video. В данной инновации клиентов привлекает не плоская, а трехмерная картинка, в которой содержатся необходимые рекламные данные. Данная технология уникальна еще и тем, что для восприятия трехмерных картинок не требуется никакого специализированного оборудования, наподобие видеошлемов или стереочков. Более того, чтобы потенциальный клиент оценил всю реалистичность подаваемой информации, ему необязательно стоять рядом с монитором. Так как благодаря широкому углу обзора и инновационному оборудованию пространственного воспроизведения эффект виден на расстоянии до ста метров. В нашей стране первым рекламодателем, заинтересовавшимся технологией X3D, стал Русский Банк Развития, по достоинству оценивший все плюсы данной рекламы в феврале 2005 года. Использование данной технологии для демонстрации видеороликов – это прекрасная возможность эффектного и запоминающегося воздействия на потребителя, ведь креатив важен на каждом этапе рекламной коммуникации – от идеи до ее визуального воплощения.

3. Технология интерактивного взаимодействия JustTouch. Она позволяет отслеживать движение рук потребителя и с их помощью управлять функциями меню, расположенного на специальном табло. Благодаря сверхчувствительной сенсорной пленке, покрывающей поверхность информационного табло, система реагирует на любое, даже самое легкое прикосновение. Потреб-

битель имеет возможность быстро найти интересующую его информацию, проверить наличие товара, ознакомиться с программой заведения, при этом в поле его зрения постоянно попадает логотип рекламируемого бренда. С помощью такой системы любая витрина может превратиться в полнофункциональный канал продаж, будь то витрина автосалона, банка или стенд производителя йогуртов. Такая технология вполне может применяться при «раскрутке» нового товара, потому что, во-первых, потребитель обязательно оценит инновационный подход производителя, во-вторых, будет благодарен за ненавязчивую подачу информации и экономию времени, и, в-третьих, получит массу положительных эмоций. Неудивительно, что в России сегодня все чаще встречается данная инновационная рекламная технология.

4. Технология Ground FX. Это сверхсовременная интерактивная проекция, разработанная компанией GestureTek, которая позволяет потребителю не просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем участие. При помощи специальных технических установок объемное изображение проецируется на плоскую поверхность. Пройти мимо незамеченным невозможно: система мгновенно среагирует на малейшее движение, совершенное проходящим. К примеру, на виртуальной воде образуются круги или вспорхнет стая птиц. К концу 2005 г. данная рекламная технология стала доступна и российским рекламодателям. Все это благодаря компании InteractiveMediaGroup, выкупившей права на ее использование в России. Сегодня данный вид рекламы в связи с его высокой эффективностью все чаще используется производителями и крупными торговыми комплексами в России.

Подводя итоги можно сказать, что за счет использования рекламных инноваций происходят различные изменения в экономике, промышленности, обществе, в поведении покупателей и т.д. Но они всегда должны быть сориентированы на рынок и руководствоваться его потребностями. Конечно, вряд ли рекламные инновации полностью вытеснят традиционные виды рекламы. Однако учитывая настроение потребителей, уставших от однообразия, и дефицит рекламных площадей, скорее всего, традиционной рекламе придется серьезно потесниться. Потому что инновационные рекламные технологии более захватывающие, легко усваиваемые и эффективные. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Таким образом, можно сказать, что в России рекламные инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Библиографический список

1. Инновации в рекламе: <http://mirznanii.com>
2. Инновационные средства рекламы и проблемы их использования в сфере сервиса: <http://cyberleninka.ru>

Содержание

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Философия. Политика. Наука

Григорьева И. С. ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЖИЗНЬ ЛЮДЕЙ	3
Гусев Д. В. ВЗАИМОСВЯЗЬ МОЗГА И СОЗНАНИЯ.....	6
Емелин А. Д. МОЛОДЁЖЬ И РИСКИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОГРЕССА	8
Исаков В. М. ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ЭТАПОВ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕКА И МАШИНЫ.....	11
Левицкий И. М. ИНТЕЛЛЕКТ. ЕГО ФИЛОСОФСКИЕ И БИОФИЗИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ. СИСТЕМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА.....	12
Мальцев К. В. ПРОБЛЕМА БЕССМЕРТИЯ В КОНЦЕПЦИИ ТРАНСГУМАНИЗМА.....	16
Прудыус К. Ю. ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ КУБАНСКОГО КАЗАЧЬЕГО ВОЙСКА	19
Смирнова В. А. ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМ В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «БРАТЬЯ КАРАМАЗОВЫ».....	23

Реклама и современные коммуникации

Бородина А. А. РАБОТА С ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	25
Галай К.П. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И СРЕДСТВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ PR СО СМИ	26
Несмеянов С. В. АВТОРИТЕТ РУКОВОДИТЕЛЯ И ЕГО ФОРМИРОВАНИЕ	27
Петрова А. Ю. КРЕАТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СТУДЕНТОВ И ИХ РАЗВИТИЕ.....	29
Тухель Е. В. РЕКЛАМНЫХ ВИ ДЫ РОЛИКОВ И ИХ ПОДГОТОВКА.....	31
Уваренков Д. А. СТРУКТУРА РАЗРАБОТКИ БРЕНДА КОМПАНИИ.....	33

Перевод и переводоведение

Алексеев К. Г. SEMANTICS OF MILITARY EQUIPMENT AND WEAPONS NOMINATIONS	36
Гавриленко О.Б. ТЕРМИНЫ РОДСТВА ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ.....	38
Драгомир Д. А. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НЕОЛОГИЗМОВ И ОККАЗИОНАЛИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ДЕТСКИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ И МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ).....	40
Ким Д. А. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ ВЕРБАЛЬНОГО И МЕЛОДИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕСЕННОМ ТЕКСТЕ (на примере песен британской группы «The Beatles»).....	42
Клещева А. С. ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЧАТА	45
Коробейникова Д. С. СПЕЦИФИКА ИМЁН В ЛИТЕРАТУРЕ ЖАНРА ФЭНТЕЗИ НА ОСНОВЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ НИЛА ГЕЙМАНА.....	48
Кузнецова О. Ю. ПЕРЕВОД АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ КАК ОСОБЫЙ ВИД АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА.....	50
Ласточкина Д. Д. РЕАЛИЗАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ ФРАНЦИИ В СФЕРЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ.....	53
Мкртчян С. С. EXPRESSIVENESS IN MILITARY HUMOR	55
Наумова А. В. THE POETICS OF WRITERS OF «THE LOST GENERATION». GENERAL AND SPECIFIC FEATURES OF CREATIVITY OF E. HEMINGWAY AND E. M. REMARQUE	57
Нестерук С. В. ПЕРЕВОД ТЕКСТА: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ.....	59
Паршина Т. В. ON FORMATION OF TRANSLATOR STUDENTS SPECIAL COMPETENCE IN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION	62
Смирнова А.О. HUMAN BEING – COMPUTER – HUMAN BEING	63
Тимофеев И. А. ДАКИЙСКАЯ ТЕОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ РУМЫНСКОГО ЯЗЫКА.....	66

Харламов Л. А. AN EXPERIMENTAL RESEARCH INTO THE APPROPRIATENESS OF OBSCENE LANGUAGE WHEN TRANSLATING FEATURE FILMS FROM ENGLISH INTO RUSSIAN	68
Чулкова Н. Н. CLASSIFICATIONS OF ENGLISH INTERJECTIONS IN «THE X-MEN» AND «THE AMAZING SPIDER-MAN» COMICS	70

Физическая культура и спорт

Авакян К. ИЗМЕНЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СИСТЕМЫ КРОВИ ПРИ РЕГУЛЯРНЫХ ЗАНЯТИЯХ ФИТНЕСОМ	72
Башкина А. В. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ АДАПТАЦИИ НЕРВНО-МЫШЕЧНОГО АППАРАТА СПОРТСМЕНОВ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ В СКОРОСТНО-СИЛОВЫХ ВИДАХ ЛЕГКОЙ АТЛЕТИКИ	74
Давыдов В. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ УПРАЖНЕНИЙ НА УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЯХ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА СТУДЕНТОВ.....	76
Кузнецов А. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ТРЕНИРОВКИ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАДМИНТОНИСТОВ	78
Олимский А. МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ГИБКОСТИ И МЕЖМЫШЕЧНОЙ КООРДИНАЦИИ СТУДЕНТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ.....	80

Военное образование

Дамизов Р. И. ПРОЕКТИРОВАНИЕ УСТРОЙСТВА УПРАВЛЕНИЯ ШАГОВЫМИ ДВИГАТЕЛЯМИ.....	83
Парахневич К. А. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОЙ ЧАСТИ ОБУЧАЮЩЕГО КОМПЛЕКСА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ РАБОТЫ С ПРОГРАММИРУЕМЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ ЭЛЕКТРОННЫХ СХЕМ	86
Харичев И.В. РАЗРАБОТКА АППАРАТНОЙ ЧАСТИ ОБУЧАЮЩЕГО КОМПЛЕКСА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ РАБОТЫ С ПРОГРАММИРУЕМЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ ЭЛЕКТРОННЫХ СХЕМ.	89
Чердинцев Н. В. МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ УСТАНОВКИ ДЛЯ ПОВЕРКИ АКСЕЛЕРОМЕТРОВ.....	91

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

Александров А. А., Карпенко А.А. ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА.....	96
Асанов Р. А. АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ В ДЕВЕЛОПЕРСКИХ КОМПАНИЯХ	101
Асанов Р. А. ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В КАЗАХСТАНЕ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ.....	103
Ауман В. А. ОТБОР СПОСОБА ЭФФЕКТИВНОГО ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ	107
Баев Е. О. РИСК В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	110
Баев Е. О. ХЕДЖИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ В ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	113
Байгузина Л. Р. ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ.....	117
ЭВОЛЮЦИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РФ.....	121
Батракова А. Д. ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА ПОЛНУЮ СТОИМОСТЬ ЖИЛЬЯ, ПРИОБРЕТЕННОГО ЗА СЧЕТ КРЕДИТНЫХ РЕСУРСОВ БАНКА	124

Батракова А. Д. ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА СТОИМОСТЬ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА	127
Батьканова К. А. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	129
Бергенбеков Б. Б. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МИРОВОГО РЫНКА ИТ.....	132
Бигвава Т. З. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ	134
Богданова А. В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА pert ДЛЯ АНАЛИЗА ДЛИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА В СРЕДЕ MICROSOFT PROJECT	137
Будакова А. А. ПЕРЕХОД БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ В РОССИИ НА МСФО: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	141
Булгакова Е. Д. СОСТОЯНИЕ ГАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	144
Быкова В. В. КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА БАНКОВ	146
Быкова В. В. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БАНКА.....	150
Быкова В. В. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОВАРА.....	154
Винокурова Л.Е. ПРОБЛЕМЫ В ОБЛАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АВИАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ	158
Винокурова Л.Е. РИСКИ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗАКАЗА АВИАЦИОННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ.....	160
Воробьева Д. А. ИЗМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО КОДЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2016 Г. В ОТНОШЕНИИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ.....	162
Галкина А. С. СУЩНОСТЬ И МЕХАНИЗМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КАРТЕЛЯ.....	164
Геворкьян М. С. НЕЧЕТКАЯ ЛОГИКА ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	166
Голубев Г.Ю. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕОМАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА ПРИМЕРЕ ООО «2GIS»	169
Гостева С. Г. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СФЕРЫ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА.....	172
Гришенцова Е.С. ВЛИЯНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ И КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА	175
Дагаева К. С. КАК МС ФО ИНСТРУМЕНТ РЕФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	178
Доброгорская О. В. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ	183
Донских С. С. АМЕРИКАНО-ПЕРУАНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	187
Дудченко О. С., Керимов Х. Г. ВНЕДРЕНИЕ ПРОЕКТНОГО ОФИСА В УНИВЕРСИТЕТАХ.....	191
Зайцев Я. В. ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ В ПЕРИОД КРИЗИСА	194
Зарубенкова В. А. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ШРИФТОВ ДЛЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ	198
Иванова А. Д. АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОЕКТА В ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ДИАГРАММ IDEF3-ТЕХНОЛОГИИ	200
Иванова С. А. БРИКС – БУДУЩЕЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ?.....	204
Ионин А. А. МЕТОДОЛОГИЯ ПО ВНЕДРЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ПАКЕТА СТАНДАРТОВ И РЕШЕНИЙ COBIT	208
Казаков П. В., Оксани А.Г. АНАЛИЗ СПОСОБОВ ВЛИЯНИЯ НА ИЗМЕНЕНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	211
Казарян Н. Б. АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ООО «АМГ»	213
Каплунов С. ПОСТРОЕНИЕ БАНКОВСКОЙ СКОРИНГОВОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ	216

Каспир О. А. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....	219
Каспир О. А. КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ РО ЛЬ ПРОДУКЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ	222
Кондюхова Е. М. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ.....	226
Коноваленко А. В. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	227
Копчак С. А., Ларин А.Н. ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ВУЗОВ.....	230
Корбан Д. В. ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА 1С: ПРЕДПРИЯТИЕ	232
Корикова А. А. ПРОБЛЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ	234
Королев Н. Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТРИЦЫ АНСОФФА В ПЛАНИРОВАНИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА.....	237
Королев Н. Н. ФОРМИРОВАНИЕ НАБОРА ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОПЕРАТИВНОГО ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	239
Кравцова К. А. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ РАСЧЕТА ПОТЕРЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	242
Краснолобов В. А., Шунько А.Е. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ С ПОМОЩЬЮ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ	247
Кудакаев А. А. СТАНДАРТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ИТ-ПРОЕКТА.....	249
Лачина К. А. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	254
Лачина К. А. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	257
Ложкина М. А. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) ЗАДАНИЯ.....	260
Ломовский А. А., Позднякова К.С. ПРИМЕНЕНИЕ OLAP-ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ MICROSOFT PROJECT И MICROSOFT EXCEL.....	262
Лохова А. Н. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ БАНКРОТСТВА ТУРАГЕНТСТВ В РОССИИ.....	267
Макарова М.А. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ELMA	269
Малинко Д. А. ГЕОПОЛИТИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА	272
Маринин И. А. ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УТИЛИТЫ TORTOISESVN	279
Марченкова Д. Е. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СВОБОДНОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ RUNAWFE	282
Маслобугуев В. М. ВЛИЯНИЕ ВВЕДЕННЫХ САНКЦИЙ НА PR-МЕРОПРИЯТИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ.....	284
Матризаев Ш.Ю. РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ФРАНЧАЙЗИНГА	286
О.О.Милюкова, Ломакова А.Д ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ.....	292
Мульманова В. А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АУДИТА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	296
Мынзату Н. Г. ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСОВ РАСЧЕТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ	298
Натолина Е. В. МЕТОД «COST-KILLING» КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ И СОКРАЩЕНИЯ ЗАТРАТ	302
Натолина Е. В. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ.....	305

Наумова Д. А. ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ПИЩЕВУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	308
Нескоромная Д. А. ОТ КИНО К ВИДЕОБЛОГАМ.....	311
Новикова Д. Е. ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА УКРАИНЕ НА ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИИ И ФРАНЦИИ.....	314
Пивторак Д.И. ВОПРОСЫ ВЗАИМОСВЯЗИ ФИНАНСОВОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТОВ	316
Пимкина Е.А. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГИИ	318
Покшиванова О. П. ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЭКОНОМИКЕ	321
Полина Е. А. CRM–СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	325
Румянцева В. А. РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛЬНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	328
Саганенко В. В. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СЛИЯНИЯ АВИАКОМПАНИЙ BRITISH AIRWAYS И IBERIA.....	329
Саганенко В. В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНУТРЕННИХ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК ФИНЛЯНДИИ.....	334
Свидрицкий М. Е. ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ: КОНСАЛТИНГОВОЕ АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ.....	340
Семенов Д. В. ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ	343
Собурай И. Т. АНАЛИЗ НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	346
Стекленева Т. А. МЯГКИЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ В ЗАДАЧАХ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	351
Табурина Т. И. ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	354
Табурина Т. И. ПОНЯТИЕ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	357
Федорова К. Д. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	359
Федорова М.А. КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ПОСРЕДНИЧЕСТВА В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ.....	361
Федоровцева Е.А. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	365
Федотов Д. О. РОЛЬ И МЕСТО ПОСРЕДНИКОВ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	368
Фот А.В. ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН МУЗЫКАЛЬНЫХ ДИСКОВ	371
Черкашин Ф. В. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ.....	375
Шакирова А.И. КРАУДФАНДИНГ КАК СРЕДСТВО ИНВЕСТИРОВАНИЯ	377
Шарипова Э. И. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ	379
Шарипова Э. И. ФАКТОРЫ РИСКА, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ	383
Шилкина В. А. К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА КАК ЭЛЕМЕНТА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ.....	386
Шишкин Д.О. МОДЕЛИРОВАНИЕ АРХИТЕКТУРЫ ПРОГРАММНОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В RUP-МЕТОДОЛОГИИ.....	389
Шишкин Д. О. ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКЦИИ	396
Юдина К. С. ФИНАНСОВО – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	399

Яковлева Ю. С. ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ	401
Ялмурзина К. И. АНТИИНФЛЯЦИОННЫЕ МЕРЫ В РОССИИ.....	405
Ялмурзина К. И. ПОСЛЕДСТВИЯ ИНФЛЯЦИИ В РОССИИ В 2014-2015 ГОДАХ.....	407
Яськова А. Н. ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ	409
Яшина Е. Ю. ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКО-РОССИЙСКОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА	412
Яшина В. Н. ОСОБЕННОСТИ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	415
Юриспруденция	
Гилёв К. М. ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИИ НА РОСТ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	417
Гречихина Н. А. ПОЛНОМОЧИЯ И ПРЕДМЕТЫ ВЕДЕНИЯ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ.	420
Леушева М. В. ПОЛНОМОЧИЯ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ВО ВНУТРЕННЕЙ ПОЛИТИКЕ	422
Тимофеева А. А. АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЙ СТАТУС ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ.....	425
СПО	
Афанасьев В. А. ИССЛЕДОВАНИЕ ТИПОВ ВООРУЖЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ВОЕННЫХ ИСТРЕБИТЕЛЕЙ	428
Кураксина Д. А. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	430
Лукьянова М. А. РАЗРАБОТКА ВИБРОСТЕНДА ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ ВЛИЯНИЯ ВИБРАЦИИ НА АВИАЦИОННЫЕ ПРИБОРЫ	432
Лысенко О.И. РАЗРАБОТКА ПРИЛОЖЕНИЙ ПОД ANDROID.....	435
Макарова Е. А. АНАЛИЗ ИННОВАЦИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ РЕКЛАМЫ.....	437

Научное издание

ШЕСТИДЕСЯТ ДЕВЯТАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ
НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ГУАП

Часть II
Гуманитарные науки

Сборник докладов

Ответственный за выпуск:
А. В. Бобович

Материалы публикуются в авторской редакции
Подготовка к печати *А. Н. Колешко*

Подписано к печати 06.11.15. Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 16,86. Уч.-изд. л. 18,16. Тираж 150 экз.
Заказ № 349.

Редакционно-издательский центр ГУАП
190000, Санкт-Петербург, ул. Б. Морская, д. 67